

**STRATEGI PROMOSI TOSCOSNEAKERSROOM MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM TAHUN 2022**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Muhammad Raihan Herdiansyah

(20190530077)

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**TAHUN 2023**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Raihan Herdiansyah

NIM : 20190530077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi Toscosneakersroom Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2022” adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya terbukti sebagai plagiaris, saya bersedia untuk menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 17 Juli 2023



Muhammad Raihan Herdiansyah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,*

Dengan mengucapkan rasa syukur *Alhamdulillah* kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Usaha, doa, dan perjuangan yang telah dilewati penulis dalam berproses untuk meraih gelas Sarjana (S1) di Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta hingga berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Dengan bangga dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan kepada pihak-pihak yang selalu memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis selama berproses. Ucapan terima kasih penulis ucapkan yang sebesar-besarnya karena telah menjadi bagian dari cerita perjuangan penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan menjadi sebagian cerita perjalanan hidup penulis.

1. Allah SWT, *Alhamdulillahirabbil'alamin*. Segala puja dan puji kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala. Terima kasih Ya Allah engkau sudah melimpahkan nikmat yang tiada hentinya. Terima kasih Ya Allah telah mengizinkan hambamu melewati berbagai rintangan dan hambatan. Terima kasih Ya Allah telah mengizinkan hambamu untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih Ya Allah telah menghadirkan Al-Qur'an serta doa-doa yang selama ini menjadi penenang hati dan pikiran hambamu dikala mengalami kesulitan.
2. Terima kasih kepada Orang tua tercinta dan keluarga saya, dengan mengucapkan syukur *Alhamdulillahirabbil alamin* setelah melewati beberapa tahap, akhirnya skripsi ini telah selesai saya kerjakan, tentu skripsi ini saya persembahkan kepada

Ibu dan Bapak saya tercinta, Ibu Tri Surahmawati dan Bapak Agus Antono, karena berkat doa dan dukungannya yang tidak pernah putus, saya mampu menyelesaikan salah satu tanggung jawab saya kepada kedua orang tua saya . Terima kasih juga kepada Kakak saya Rainma dan Adik saya Ghaza yang telah memberikan dukung kepada saya selama pengerjaan skripsi ini.

3. Terima kasih Kepada Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP, M.Si., Ph.D

Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah membimbing saya dengan sabar dan telaten menuntun saya dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga ilmu yang telah diberikan oleh Ibu Frizki dapat menjadi amalan yang tidak akan putus.

4. Terima kasih kepada ke-2 penguji Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos, M.Si dan Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si

Karena telah bersedia menguji seminar proposal dan sidang pendaran saya, terima kasih atas kritik dan saran, serta masukan yang telah membantu saya dalam menyempurnakan skripsi ini.

5. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar Simbah H.Suratmo (Simbah, Pakde, Budhe, Bulek, Paklek, Om, Tante, dan Seluruh Sepupu)

Karena selalu menyemangati, memberikan dukungan kepada saya dan telah mendoakan setiap langkah untuk keberhasilan saya.

6. Terima kasih kepada Dosen-dosen Ilmu Komunikasi UMY, Terima kasih saya ucapkan kepada Bapak, Ibu, Mas, dan Mbak yang sudah mau berbagi ilmu dan pengalaman melalui pertemuan dalam maupun luar kelas. Semoga Bapak, Ibu, Mas, dan Mbak diberikan kelancaran dalam segala urusannya.

7. Terima kasih kepada Edgina Khairunnisa

Kepada Edgina terima kasih sudah selalu memberikan semangat,dukungan dan menemani apapun situasinya dari awal sampai akhir selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih selalu menjadi bagian dalam hidupku,Terima kasih selalu menghibur dan membuat suasana lebih berwarna.

8. Terima kasih kepada teman – teman “Gg.uan Jawa”

Kepada teman-teman saya yang sedang menyelesaikan skripsi bahkan yang telah selesai mengerjakan skripsinya, Uca, Arkhan, Tama, Dimas, Didan, Humam, Habib ,Uddin, Izza, Agsa, Ami, Aufa, Fitri, Juna yang merupakan teman seperjuangan yang telah banyak mendukung, mendengarkan keluh kesah baik susah maupun senang ,menemani selama skripsi ini ditulis dan selalu memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Terima kasih kepada teman – teman “Teras Makna”

Kepada Arkhan, Dimas, Habib, Tama dan Cuta yang telah membantu dan menemani saya selama proses perkuliahan ini hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019

Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019 “Communicazone” yang telah memberikan segala kenangan indah selama masa perkuliahan. Semoga sukses selalu untuk semua teman-teman Ilmu Komunikasi 2019.

11. Terima kasih kepada teman-teman semasa SMA

Kepada Fahmi, Dimas, Bagas, Akmal, dan Akid selaku teman-teman semasa SMA yang selalu menyemangati saya dan membantu saya untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Terima kasih kepada Oktavian Dimas Bagaskara selaku Owner serta Mas Rano, Mas Theiza dan seluruh *staff* Toscosneakersroom,

Karena memperbolehkan saya untuk melakukan penelitian disini dan dibantu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dengan maksimal. Harapan saya semoga Toscosneakersroom semakin sukses baik dari skala nasional bahkan internasional.

13. Terima kasih kepada seluruh tempat yang menjadi saksi ketika berproses selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala segala kenangan susah, senang dan sedih serta menjadi tempat berkeluh kesah dan menjadi tempat canda tawa bersama teman-teman selama proses penulisan skripsi ini.

14. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sampai pada titik ini, terima kasih sudah menjadi kuat dari segala jatuh bangun selama proses penulisan skripsi ini dan terima kasih sudah memenuhi keinginan kecil dari kedua Orang tua.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,*

*Alhamdulillah*, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Strategi Promosi Toscosneakersroom Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2022” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam proses penyelesaiannya, karya tulis ini dari awal hingga skripsi ini selesai tidak lepas dari segala bantuan, dukungan, serta bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

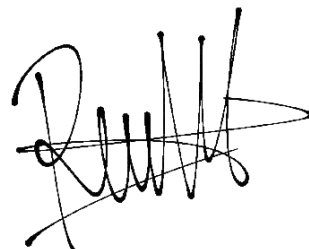
1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan nasehat serta arahan dalam proses penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan wawasan, ilmu, dan pengetahuan yang luas kepada rekan mahasiswa dan mahasiswi.
6. Pak Jono, Pak Muryadi, dan Mbak Siti yang telah memberikan pelayanan penuh dengan kesabaran dan ketulusan mulai dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
7. Rano, Theiza selaku *Head Store* dan *Head Sales and Promotion* serta seluruh Tim Toscosneakersroom yang memberikan informasi dan membantu dan memberikan informasi selama penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam karya tulis ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati, penulis sangat menerima saran dan masukan demi kebaikan karya tulis ini sehingga nantinya dapat menjadi bahan rujukan serta bacaan terkhusus dalam lingkup komunikasi. Akhir kata, besar harapan penulis agar karya tulis ini dapat menjadi sumber wawasan dan manfaat bagi semua pihak.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Yogyakarta, 17 Juli 2023



Muhammad Raihan Herdiansyah



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	I
HALAMAN PERNYATAAN .....	II
HALAMAN MOTTO .....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	IV
KATA PENGANTAR .....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR .....	XII
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR BAGAN .....	XIV
ABSTRAK .....	XV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A.    Latar Belakang .....	1
B.    Rumusan Masalah .....	15
C.    Tujuan Penelitian.....	15
D.    Manfaat Penelitian.....	15
1.    Manfaat Teoritis .....	15
2.    Manfaat Praktis.....	16
E.    Kerangka Teori.....	16
1.    Strategi Promosi .....	17
3.    Strategi Promosi Digital .....	25
4. <i>New Media</i> (Media Baru) .....	29
4.    Instagram .....	32
F.    Metode Penelitian.....	36
1.    Jenis Penelitian .....	36
2.    Objek Penelitian .....	37
3.    Teknik Sampling .....	38
4.    Teknik Pengumpulan Data .....	42
5.    Teknik Analisis Data .....	44

6. Uji Validitas Data.....	46
7. Sistematika Penulisan.....	47
BAB II.....	48
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....	48
A. Profil dan Sejarah Toscosneakersroom .....	48
B. Visi dan Misi Toscosneakersroom .....	49
C. Logo Toscosneakersroom.....	50
D. Struktur Organisasi Toscosneakersroom.....	51
E. Aktivitas Akun Instagram Toscosneakersroom .....	53
BAB III .....	56
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	56
1. Perencanaan Strategi Promosi .....	56
2. Pelaksanaan Strategi Promosi.....	99
3. Evaluasi Strategi Promosi .....	115
BAB IV .....	119
KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN.....	128
A. Interview Guide .....	128
4. Interview Guide Staff Toscosneakersroom .....	128
5. Interview Guide <i>Followers</i> Toscosneakersroom.....	131
B. Trankrip Wawancara .....	133
1. Transkrip Wawancara <i>Staff</i> Toscosneakersroom .....	133
2. Transkrip Wawancara <i>Followers</i> Toscosneakersroom.....	157

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Paling Efektif untuk Jual Beli/Promosi .....	4
Gambar 1.2 Akun Instagram Toscosneakersroom .....	6
Gambar 1.3 Postingan akun Instagram Toscosneakersroom .....	7
Gambar 1.4 Caption, Reels dan Komentar Toscosneakersroom.....	8
Gambar 1.5 Video <i>Campaign</i> dan Postingan Takeovermarket.....	9
Gambar 2.1 Logo Toscosneakersroom .....	50
Gambar 2.2 Filosofi Logo Toscosneakersroom .....	50
Gambar 3.1 Konten Edukasi Toscosneakersselect tahun 2022 .....	64
Gambar 3.2 Konten Meningkatkan penjualan tahun 2022.....	65
Gambar 3.3 Beberapa Contoh Pesan Promosi Toscosneakersroom 2022 .....	70
Gambar 3.4 Pemanfaatan Fitur Instastory Toscosneakersroom.....	80
Gambar 3.5 Pemanfaatan Fitur Reels Instagram .....	82
Gambar 3.6 Pemanfaatan Fitur Insight Instagram .....	89
Gambar 3.7 Pemanfaatan Fitur Instagram <i>Shopping</i> .....	93
Gambar 3.8 Pemanfaatan Fitur <i>Highlight</i> Instagram .....	94
Gambar 3.9 Pemanfaatan Fitur Pin Feed Instagram .....	95
Gambar 3.10 Referensi Foto Produk Toscosneakersroom.....	106
Gambar 3.11 Beberapa Foto Produk Toscosneakersroom.....	107
Gambar 3.12 Proses Foto Produk Toscosneakersroom .....	108
Gambar 3.13 Proses Editing Foto Produk Toscosneakersroom.....	111
Gambar 3.14 Foto Produk atau Desain Setelah <i>Uploading</i> .....	114

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Perbandingan Jumlah Followers dan Postingan Akun Instagram	10
Tabel 1.2 Data Omzet Penjualan Toscosneakersroom.....	12
Tabel 3.1 Reels Instagram Toscosneakersroom Tahun 2022.....	83
Tabel 3.2 Pelaksanaan Strategi Promosi Selama Tahun 2022 .....	99

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Stuktur Organisasi Toscosneakersroom.....	51
---	----