

**STRATEGI PROMOSI WARUNG BAKSO BETHESDA 74 DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TAHUN 2020-2022**



Disusun oleh :

Devinta Saputri

20170530097

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Devinta Saputri

NIM : 20170530097

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Warung Bakso Bethesda 74 Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Tahun 2020-2023

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 20 Desember 2023



Devinta Saputri

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul ” *Strategi Promosi Warung Bakso Bethesda 74 Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2020-2022*”. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata 1 (satu) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran diperlukan dalam menciptakan proses pembelajaran bagi penulis. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Serta Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta .
8. Kepada kedua orang tua yang saya cintai terimakasih telah membarikan do'a serta dukungan selama ini.
9. Terimakasih juga untuk seluruh keluarga, sahabat dan teman-teman yang sudah memberikan motivasi selama penulisan skripsi ini.
10. Terimakasih juga untuk para narasumber, Mba Marwati, Mba Lita serta Tim Bakso Bbethesda 74 yang sudah memberikan informasi dan data untuk kelencaran proses penulisan skripsi ini.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Desember 2023



Devinta Saputri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini saya sebagai penulis ingin mempersembahkan hasil karya ini kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan baik semangat dan juga motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan dengan skripsi ini. Oleh karena itu saya ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang senantiasa menjadi bagian dalam proses menulis karya ini

1. Yang pertama, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan karunianya telah memberi kemudahan serta kekuatan sehingga karya tulis ini dapat selesai dengan lancar
2. Kepada ke-2 orang tua, adik dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, mengingatkan, dan memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan studi S1
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang sangat sabar dan telaten dalam membimbing. Semoga Ibu Novi diberi kemudahan dan diberi kesehatan serta kelancaran dalam segala hal
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Sc selaku dosen penguji saya yang telah memberikan saran dan masukan untuk menjadikan karya ini lebih baik
5. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 yang telah memberi pengalaman serta berproses bersama dalam menyelesaikan studi S1
6. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang hingga karya ini terbit

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al Baqarah 286)

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan

Allah hingga ia kembali”

(HR Tirmidzi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Kerangka Teori	15
1. Strategi Promosi Online	15
2. Media Sosial Instagram	22
F. Metode Penelitian	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Lokasi Penelitian	26
3. Teknik Pengumpulan Data	27
4. Teknik Analisis Data	28
5. Validitas Data	31
BAB II	32
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	32
A. Logo Warung	32

B. Perkembangan Bakso Bethesda 74 Yogyakarta	32
C. Struktur Organisasi	34
D. Lokasi Penjualan	36
E. Media Online	36
F. Produk	36
BAB III	38
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	38
A. Sajian Data	38
1. Perencanaan Promosi Melalui Instagram	39
2. Pelaksanaan Promosi Melalui Instagram	44
3. Manfaat dan Evaluasi Promosi Melalui Instagram	54
B. Analisis Data	63
BAB IV	80
PENUTUP	80
A. KESIMPULAN	80
B. SARAN	82
Daftar Pustaka	84
Lampiran	87

DAFTAR GAMBAR

<u>BAB I</u>	1
Gambar 1.1 Grafik Penjualan Bakso Bethesda 74 Tahun 2019	7
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Bakso Bethesda 74 Tahun 2020	8
Gambar 1.3 Grafik Penjualan Bakso Bethesda 74 Tahun 2021	9
Gambar 1.4 Grafik Penjualan Bakso Bethesda 74 Tahun 2022	10
Gambar 1.5 Tampilan Akun Instagram Bakso Bethesda 74	11
Gambar 1.6 Komentar Postingan Feed Instagram Bakso Bethesda 74	13
<u>BAB II</u>	32
Gambar 2.1 Logo Bakso Bethesda 74	32
Gambar 2.2 Warung Bakso Bethesda 74 Tahun '80an	32
Gambar 2.3 Foto Produk Bakso Bethesda 74	37
<u>BAB III</u>	38
Gambar 3.1 Promosi Mba Marwati Melalui Instagram Pribadi	41
Gambar 3.2 Salah Satu Referensi Konsep	43
Gambar 3.3 Pengambilan Foto Produk di Berbagai Tempat	47
Gambar 3.4 Postingan Konten Grafis Bakso Bethesda 74	48
Gambar 3.5 Feed Instagram Bakso Bethesda 74	49
Gambar 3.6 Caption Postingan Instagram Bakso Bethesda 74.....	50
Gambar 3.7 Postingan Giveaway Akun Instagram Bakso Bethesda 74	51
Gambar 3.8 Postingan Feed Akun Instagram Bakso Bethesda 74	52
Gambar 3.9 Komentar dari Postingan Akun Instagram Bakso Bethesda 74.....	52
Gambar 3.10 Analisis Kunjungan Profil Instagram Bakso Bethesda 74	54
Gambar 3.11 Public Figure Menjadi Customer Bakso Bethesda 74	56
Gambar 3.12 Analisis Insight Postingan Instagram Bakso Bethesda 74	59
Gambar 3.13 Analisis Insight Postingan Instagram Bakso Bethesda 74	60
Gambar 3.14 Analisis Insight Postingan Instagram Bakso Bethesda 74	61

DAFTAR TABEL

<u>BAB I</u>	1
Table 1.1 Nama Usaha, Jumlah followers dan Jumlah Postingan di Instagram.....	13
<u>BAB II</u>	32
Tabel 2.1 Deskripsi Ruang Lingkup Pekerjaan.....	35

DAFTAR BAGAN

<u>BAB II</u>	32
Bagan 2.1 Struktur Organisasi Warung Bakso Bethesda 74 Yogyakarta.....	34