



**STRATEGI PROMOSI TRAVELMIE MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI
TAHUN 2015**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Sastra 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication And
Advertising

Disusun oleh:

SURI TASYA CINDAR BUMI

44313010006

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2017



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : STRATEGI PROMOSI TRAVELMIE MELALUI
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI
TAHUN 2015**

Nama : Suri Tasya Cindar Bumi

Nim : 44313010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

**U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A**

Jakarta, 14 Februari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI TRAVELMIE MELALUI
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI
TAHUN 2015

Nama : Suri Tasya Cindar Bumi

Nim : 44313010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 14 Februari 2017

Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....


Penguji Ahli,

SM Niken Restaty, M.Si

(.....


Pembimbing,

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....




Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI TRAVELMIE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI TAHUN 2015**

Nama : **Suri Tasya Cindar Bumi**

Nim : **44313010006**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Advertising and Marketing Communication**

Jakarta, 14 Februari 2017
Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan rahmat dan hidayat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis sungguh berharap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih positif terhadap akademisi dan para profesional.

Selain itu peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang berkontribusi terhadap peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, antara lain :

1. Kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M.Si sebagai pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, dan waktu dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Kepada Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kepala Bidang Studi Marcomm and Advertising Mercubuana yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk dapat segera menyelesaikan penelitian ini.
3. Kepada keluarga saya, Bapak, Ibu, Mas Lingga, Teh Suci yang telah menjadi keluarga yang luar biasa dan selalu mendukung dalam segala hal yang saya kerjakan, terima kasih atas cinta dan kasih kalian yang luar biasa.
4. Kepada Endro Waskito terima kasih banyak atas supportnya dalam segala hal. Dan juga selalu mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini, terima kasih banyak.

5. Kepada teman-teman terdekat di Universitas Mercu Buana, Fany Oktaviani, Rosa Razak, dan Waiz Qorni, terima kasih banyak untuk pertemanan yang menyenangkan selama perkuliahan ini dan supportnya kepada penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
6. Kepada teman-teman semasa SMA, Rina, Serly, Aini, Aliv, Gusti, Ambeng terima kasih telah menjadi teman yang baik dan selalu terasa seperti keluarga saya sendiri saat kita sedang berkumpul, terima kasih untuk supportnya.
7. Kepada teman-teman marcomm angkatan 2013 dan teman-teman organisasi Hima Pariwara tahun 2015-2016, Kepada seluruh dosen Marcomm and Advertising yang telah membimbing dan memberikan ilmunya sehingga saya dapat memahami dunia Marcomm and Advertising dengan baik dan menjadi profesional di bidang tersebut.
8. Teman seperjuangan sidang, Ario, Fatin, Adinda, dan Denista terima kasih sudah memberi dukungan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Bapak Bara Al Azis selaku pemilik TravelMie yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini dalam segala hal, terima kasih banyak Pak.
10. Bapak Masruri Abdulah selaku manager TravelMie yang telah memberikan banyak pengalaman dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti sangat berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak terkait. Untuk segala dukungan yang diberikan oleh orang-orang terdekat saya, sekali lagi saya ucapkan rasa terima kasih saya yang begitu besar.

Akhir kata, penulis mengucapkan semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan rahmat-Nya atas segala amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.



UNIVERSITAS Jakarta, 14 Februari 2017
MERCU BUANA Penulis,

Suri Tasya Cindar Bumi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12

2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	14
2.3 Promosi	14
2.3.1 Tujuan Promosi.....	16
2.4 Bauran Promosi	16
2.4.1 Periklanan	17
2.4.2 Penjualan Perorangan.....	17
2.4.3 Publikasi.....	18
2.4.4 Promosi Penjualan.....	19
2.4.5 Pemasaran Langsung.....	19
2.5 Strategi Promosi	20
2.5.1 Deskripsi STP.....	21
2.5.1.1 Segmentasi.....	22
2.5.1.2 Targetting.....	24
2.5.1.3 Positioning.....	24
2.6 Perilaku Konsumen.....	25
2.7 Sosial Media.....	26
2.7.1 Friendster.....	29
2.7.2 Facebook.....	30
2.7.3 Twitter.....	31
2.7.4 Instagram.....	33
2.7.4.1 Sejarah Instagram.....	34

2.7.4.2 Fungsi Instagram.....	35
2.7.4.3 Komponen Instagram.....	35
2.7.4.4 Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	41
2.7.4.5 Dampak Positif dan Negatif Instagram.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Tipe Penelitian.....	45
3.3 Metode Penelitian	46
3.4. Subyek Penelitian	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Data Primer.....	48
3.5.2 Data Sekunder.....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Visi Dan Misi.....	51
4.1.2 Profil Perusahaan	50
4.2 TravelMie.....	50
4.2.1 Struktur Organisasi.....	61

4.2.2	Jobdesk.....	61
4.3	Hasil Penelitian.....	63
4.3.1	Deskripsi Penemuan.....	63
4.3.2	Bauran Promosi.....	65
4.3.3	Deskripsi STP.....	67
4.3.4	Perilaku Konsumen.....	70
4.3.5	Sosial Media.....	71
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Analisis STP.....	76
4.4.2	Strategi Promosi.....	76
4.4.3	Perilaku Konsumen.....	81
4.4.4	Sosial Media.....	82
Bab V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
5.2.1	Saran Akademis	84
5.2.2	Saran Praktis	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1(Data peningkatan jumlah konsumen Travelmie).....	58
Gambar 4.2 (Lokasi Pertama TravelMie).....	59
Gambar 4.3 (Lokasi Kedua TravelMie).....	59
Gambar 4.4 (Fasilitas TravelMie).....	60
Gambar 4.5 (Menu Makanan TravelMie).....	60
Gambar 4.6 (Struktur Organisasi).....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Pertanyaan

Lampiran 2. Draft Wawancara

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian

Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup

