



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PROMOSI PANORAMA TOURS MELALUI MEDIA SOSIAL
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI TAHUN 2015**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

MERCU BUANA

DISUSUN OLEH :

Sarah Aprilia Putri

44312120068

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul **STRATEGI PROMOSI PANORAMA TOURS
MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN MINAT BELI TAHUN 2015**

Nama : Sarah Aprilia Putri

NIM : 44312120068

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 12 Juli 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PANORAMA TOURS
MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN MINAT BELI TAHUN 2015**

Nama : Sarah Aprilia Putri

NIM : 44312120068

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 4 Agustus 2015

Ketua Sidang,
Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Rizky Briandana., M.Comn

(.....)

Pembimbing I
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PANORAMA TOURS
MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN MINAT BELI TAHUN 2015**

Nama : Sarah Aprilia Putri

NIM : 44312120068

Fakultas : Ilmu Komunikasi

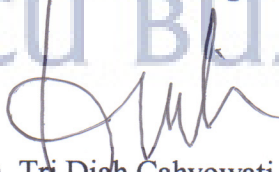
Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 4 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

MERCU BUANA



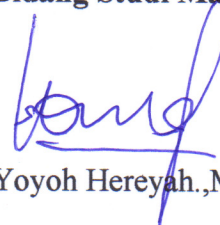
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Marcomm



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Allah SWT atas ridho, karuna dan rahmatnya yang begitu sempurna membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Strategi Promosi Panorama Tours melalui media sosial untuk meningkatkan minat beli tahun 2015 untuk memnuhi salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan program pendidikan S1 *Marketing Communication and Advertising* Universitas Mercu Buana.

Keberhasilan penulis dalam penyusunan skripsi ini tidaklepas dari bimbingan, pengarahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Dra Tri Diah Cahyowati selaku Dosen pembimbing, atas waktu, kesabaran , ketelitian dan kasih sayangnya selama membimbing penulis.
2. Dr Yoyoh Hereyah, M.Si selaku ketua Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* dan Ketua Sidang
3. Rizky Briandana., M.Comn selaku Dosen Penguji
4. Seluruh Dosen Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* yang telah memberikan dukungan materi perkuliahan sehingga sangat membantu dalam penyelesaian kegiatan studi S1 serta hal hal yang sangat berharga lainnya
5. Seluruh Tim Panorama Tours yang memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia memberikan informasi yang berkait dengan penelitian

6. Keluarga tercinta, Papa, Mama, Uni, Kak Eris, Adam, Fadil, Farah dan Caca yang memberikan dorongan moril, kasih sayang dan semangat
7. Seluruh teman temen seperjuangan di *Marketing Communication & Advertsing*
8. Seseorang yang baik hati yang selalu memberikan kasih sayang dan semangat.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan , untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan penulisan dimasa mendatang

Akhir kata, penulis berharap Skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca umumnya dan khususnya kepada rekan-rekan di program studi *Marketing Communication & Advertsing* sebagai sumbangan pikiran dalam rangka meningkatkan mutu sumber daya manusia

Bekasi, Juli 2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....i

ABSTRAK.....ii

KATA PENGANTAR.....iii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR GAMBAR.....viii

DAFTAR LAMPIRAN.....ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian1

1.2 Fokus Penelitian.....8

1.3 Identifikasi Masalah.....9

1.4 Tujuan Penelitian.....9

1.5 Manfaat Penelitian.....9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran.....11

2.2 SWOT Analysis.....15

2.3 Promosi.....17

2.3.1 Pengertian Promosi & Tujuan Promosi17

2.3.2 Bauran Promosi.....21

2.3.3 Strategi Promosi.....24

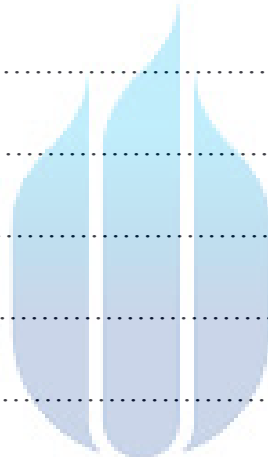
2.4 Media Sosial	27
2.4.1 Facebook.....	28
2.4.2 Twitter	30
2.4.3 Instagram.....	32
2.5 Minat Beli.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Subjek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan Panorama Tours.....	46
4.1.2 Visi dan Misi Panorama Tours.....	50
4.1.3 Lokasi Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.3 Pembahasan.....	65



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

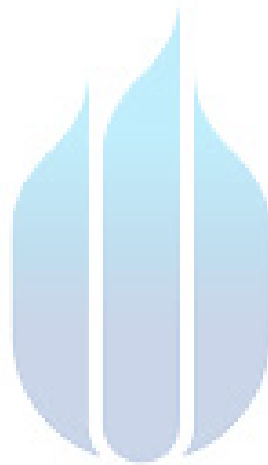
BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAPIRAN

RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Gambar

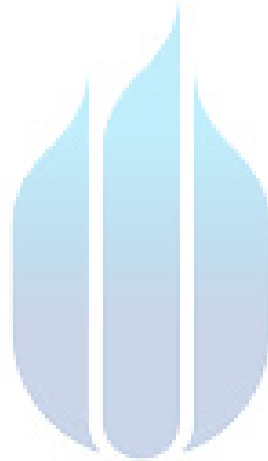
1. Gambar 4.1	: Tampilan Website Panorama Tours	55
2. Gambar 4.2	: Tampilan Facebook Panorama Tours	56
3. Gambar 4.3	: Tampilan Twitter Panorama Tours.....	57
4. Gambar 4.4	: Tampilan Instagram Panorama Tours.....	57
5. Gambar 4.5	: Tampilan Bost Post di Facebook.....	60
6. Gambar 4.6	: Tampilan kuis di Facebook & Twitter	61
7. Gambar 4.7	: Tampilan Kuis terdapat <i>hashtag</i> dan <i>link website</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan

Lampiran 2: Hasil Wawancara

Lampiran 3: Report Media Sosial Panorama Tours



UNIVERSITAS
MERCU BUANA