

**HALAMAN JUDUL**

**STRATEGI PROMOSI PT. MANDIRI JOGJA INTERNASIONAL (MJOINT)  
DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK KULIT MEREK BUCINI  
MELALUI *WEBSITE* DAN INSTAGRAM PADA TAHUN 2016-2018**

*(Promotion Strategy of PT. Mandiri Jogja Internasional (MJOINT) in Introducing  
BUCINI Brand Leather Products Through Website and Instagram in 2016-2018)*

**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Meraih Gelar Sarjana Strata – 1 (S1)

Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta

**Disusun oleh :**

**RR. APRILIA NUR AINI**

**20140530070**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ataupun di perguruan tinggi manapun.

Dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang telah dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Yogyakarta, 09 Desember 2018

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini

**Rr Aprilia Nur Aini**

## **MOTTO**

*“Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani)  
yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa pedihnya rasa sakit”*

*(Imam Ibn Abu Thalib AS)*

*“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun, karena yang menyukaimu  
tidak butuh itu. Dan yang membencimu tidak percaya itu.*

*(Ali bin Abi Thalib)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh kerendahan hati maka karya tulis ini saya persembahkan kepada :

### **Mama dan Papa**

Sebagai kedua orang tua terbaik bagi saya. Terimakasih atas ketulusan Mama dan Papa yang telah sabar mendidik dan memberikan kasih sayang yang tiada batas. Terimakasih untuk setiap senyum tulus dan lantunan doa malam yang selalu engkau panjatkan untukku. Terimakasih atas semua pengorbanan dan perjuangan untuk mengantarkanku hingga detik ini. Tidak akan pernah cukup untuk membalas cinta Mama dan Papa untukku.

Selain itu terimakasih banyak untuk seseorang yang selalu dapat aku andalkan. Seseorang yang selalu mendukung agar terlaksananya karya ini. Terimakasih untuk selalu menjadi seseorang yang paling jujur untuk mengingatkan ketika lalai. Semoga kelak dapat berdiri tegak bersama melawan kerasnya dunia.

**Fachriza Fauzi Aldino, S.IP.**

Ucapan terimakasih banyak juga dihaturkan kepada,

**Keluarga Besar H. Hasan Sugiyarto, S.H & Keluarga Besar Rizki Amalia Gihan  
R.K**

**Dan Mbak Utari Dewi,**

Tanpa masukan dan bimbinganmu, karya ini tidak akan lekas dimulai.

**Terimakasih atas kebaikan, semangat, dan doa. Semoga kebaikan dan kebahagiaan selalu terlimpah untuk saudara dan keluarga.**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur tidak lupa dipanjatkan atas nikmat dan karunia Allah SWT yang tiada habisnya melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “STRATEGI PROMOSI PT. MANDIRI JOGJA INTERNASIONAL (MJOINT) DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK KULIT MEREK BUCINI MELALUI *WEBSITE* DAN INSTAGRAM PADA TAHUN 2016-2018”. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta partisipasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menghaturkan terimakasih yang sebesar-besarnya, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, kritik, saran, serta dukungan untuk penulis selama proses penulisan skripsi.
4. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji I atas saran dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si., selaku dosen penguji II atas saran dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.
6. Segenap Staf dan Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. PT. Mandiri Jogja Internasional (MJOINT), Rico Yudhiasmoro selaku Direktur PT. Mandiri Jogja Internasional, Rofiqi Kurnia selaku marketing, dan Wiwik selaku admin serta *customer service*.
8. Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah mendoakan dan membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan menjadi masukan yang bagi keberhasilan seluruh pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Strategi Promosi Online .....	11

3.	Bauran Komunikasi Pemasaran di Internet .....	28
F.	Metode Penelitian.....	30
1.	Jenis Penelitian.....	30
2.	Lokasi Penelitian.....	31
3.	Objek Penelitian .....	31
4.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
5.	Informan Penelitian.....	32
6.	Teknik Analisa Data.....	33
7.	Teknik Keabsahan Data .....	35
 <b>BAB II GAMBARAN UMUM PT. MANDIRI JOGJA INTERNASIONAL.....</b>		<b>37</b>
A.	Profil PT. Mandiri Jogja Internasional.....	37
B.	Visi dan Misi .....	39
C.	Produk yang Ditawarkan BUCINI .....	40
D.	Struktur Organisasi .....	43
E.	Peta Lokasi <i>Showroom</i> dan <i>Workshop</i> BUCINI.....	44
F.	Logo BUCINI .....	44
 <b>BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>		<b>45</b>
A.	Sajian Data .....	45
1.	Perencanaan Strategi Promosi <i>Online</i> BUCINI .....	46
a.	Tujuan Promosi <i>Online</i> .....	46



b.	Segmentasi Promosi <i>Online</i> .....	48
c.	Konsep Pesan Promosi <i>Online</i> .....	49
d.	Penetapan Anggaran Promosi <i>Online</i> .....	50
e.	Menentukan Saluran Komunikasi .....	52
2.	<i>Website</i> Sebagai Media Promosi <i>Online</i> BUCINI .....	53
a.	Tujuan Penggunaan <i>Website</i> .....	54
b.	Proses Perencanaan <i>Website</i> .....	55
c.	Pelaksanaan Promosi Melalui <i>Website</i> .....	57
3.	Instagram Sebagai Media Promosi <i>Online</i> BUCINI.....	62
a.	Tujuan Penggunaan Instagram .....	62
b.	Proses Perencanaan Instagram .....	64
c.	Pelaksanaan Promosi Melalui Instagram .....	68
4.	Bentuk Bauran Pemasaran <i>Online</i> BUCINI.....	71
a.	Promosi Penjualan.....	72
b.	Hubungan Masyarakat .....	75
c.	Periklanan.....	76
d.	Pemasaran Langsung.....	78
B.	Analisis Data .....	79
1.	Perencanaan Promosi <i>Online</i> BUCINI.....	80
a.	Target Sasaran .....	80
b.	Tujuan Promosi <i>Online</i> .....	82
c.	Merancang Pesan .....	89

d. Memilih Saluran.....	97
e. Mengalokasikan Anggaran.....	99
f. Menentukan Bauran .....	100
2. Implementasi Promosi <i>Online</i> .....	101
a. <i>Website</i> Sebagai Media Promosi <i>Online</i> .....	101
3. Instagram Sebagai Media Promosi <i>Online</i> BUCINI.....	75
4. Bentuk Bauran Pemasaran <i>Online</i> BUCINI Melalui Media Sosial	
Instagram.....	79
a. Promosi Penjualan di Instagram .....	79
b. Hubungan Masyarakat di Instagram .....	81
c. Periklanan di Instagram.....	82
d. Pemasaran Langsung di Instagram .....	83
5. <i>Website</i> dan Instagram Dalam Strategi Promosi BUCINI .....	84
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	86
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	88
<b>LAMPIRAN</b> .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram BUCINI.....	7
Gambar 2.1 <i>Green Campaign</i> BUCINI di Instagram .....	39
Gambar 2.2 Produk Tas BUCINI.....	41
Gambar 2.3 Produk Tas BUCINI.....	42
Gambar 2.4 Produk Aksesoris BUCINI.....	42
Gambar 2.5 Produk Alas Kaki BUCINI .....	43
Gambar 3.1 Salah Satu Katalog Produk BUCINI pada <i>Website</i> .....	59
Gambar 3.2 Artikel Yang Dimuat Dalam <i>Website</i> BUCINI.....	60
Gambar 3.3 Ucapan Peringatan Hari Kartini di Instagram BUCINI .....	69
Gambar 3.4 Tips Perawatan Produk Kulit .....	69
Gambar 3.5 <i>Instastory</i> mengenai kegiatan produksi BUCINI.....	71
Gambar 3.6 Bentuk promosi penjualan BUCINI dalam bentuk diskon.....	73
Gambar 3.7 Bentuk promosi penjualan BUCINI dengan <i>Giveaway</i> berupa kontes foto yang diadakan di Instagram .....	74
Gambar 3.8 Bentuk promosi penjualan dengan <i>Giveaway</i> melalui Instagram .....	75
Gambar 3.9 Salah satu bentuk publikasi melalui Instagram.....	76
Gambar 3.10 Bentuk periklanan BUCINI melalui Instagram Ads .....	78
Gambar 3.11 Salah satu pesan di <i>Website</i> BUCINI.....	81
Gambar 3.12 <i>Caption</i> Instagram BUCINI .....	81
Gambar 3.13 Salah satu konten Instagram BUCINI.....	85

Gambar 3.14 Pesan yang diberikan melalui <i>Instastory</i> .....	86
Gambar 3.15 Profil BUCINI pada <i>Website</i> .....	87
Gambar 3.16 Deskripsi produk pada <i>footer Website</i> .....	88
Gambar 3.17 Informasi produk melalui <i>caption Instagram</i> .....	90
Gambar 3.18 Kolom Tentang Kami pada <i>Website</i> .....	91
Gambar 3.19 Pasar ekspor BUCINI.....	92
Gambar 3.20 Klaim <i>Lifetime Warranty</i> di Instagram .....	93
Gambar 3.21 Simbol <i>Lifetime Warranty</i> di <i>Website</i> .....	94
Gambar 3.22 Kontak perusahaan pada <i>Website</i> .....	95
Gambar 3.23 Halaman utama Instagram .....	96
Gambar 3.24 Halaman utama <i>Website</i> .....	102
Gambar 3.25 Katalog produk pada <i>Website</i> .....	103
Gambar 3.26 Profil singkat serta lokasi perusahaan .....	104
Gambar 3.27 Informasi garansi pada <i>Website</i> .....	105
Gambar 3.28 Kategori produk yang telah dikelompokkan .....	106
Gambar 3.29 Informasi kontak pada <i>Website</i> .....	107
Gambar 3.30 Pilihan bahasa pada <i>Website</i> .....	107
Gambar 3.31 Detail katalog produk pada <i>Website</i> .....	108
Gambar 3.32 Spesifikasi produk pada <i>Website</i> .....	109
Gambar 3.33 Spesifikasi produk pada <i>Website</i> .....	110
Gambar 3.34 Filter katalog produk .....	111

Gambar 3.35 Penggunaan Bahasa pada <i>Website</i> .....	112
Gambar 3.36 Halaman utama <i>Website</i> .....	112
Gambar 3.37 Spesifikasi produk pada <i>Website</i> .....	113
Gambar 3.38 <i>Caption</i> konten Instagram .....	116
Gambar 3.39 Promo diskon special Imlek .....	119
Gambar 3.40 <i>Giveaway</i> yang diadakan BUCINI.....	120
Gambar 3.41 Kontes foto BUCINI .....	120
Gambar 3.42 <i>Engagement</i> pada konten <i>Giveaway</i> .....	121
Gambar 3.43 <i>Live</i> Instagram BUCINI .....	122
Gambar 3.44 <i>Instastory</i> kegiatan produksi Workshop .....	123
Gambar 3.45 Instagram Ads BUCINI.....	125
Gambar 3.46 Alamat Instagram BUCINI pada <i>Website</i> .....	128

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pemanfaatan Media <i>Online</i> .....	5
Tabel 1.2 Perbandingan Akun Instagram Kompetitor .....	6
Tabel 3.1 Peningkatan Omset Penjualan BUCINI.....	83