

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PASAR PAPRINGAN NGADIPRONO
MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2018**

(studi kualitatif deskriptif pada akun instagram @pasarpapringan)

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



Disusun oleh :

MIRZA FEBRI ANDRIANTO

20070530167

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan dihadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Februari 2019

Tempat : Ruang Multimedia Ilmu Komunikasi UMY

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Haryadi Arief Nuur Rasyid,S.IP., M.Sc.)

Penguji I

Penguji II

(Sovia Sitta Sari,S.IP., M.Si.)

(Zuhdan Aziz, S.IP.,MA., Ph.D.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 13 Februari 2019

Mengetahui ,

Kaprodi Ilmu Komunikasi

(Haryadi Arief Nuur Rasyid,S.IP., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mirza Febri Andrianto
Nim : 20070530167
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi Pasar Papringan
Ngadiprono Melalui Instagram Tahun 2018

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 2019

(Mirza Febri Andrianto)

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Mirza Febri Andrianto

Analisis Strategi Promosi Pasar Papringan Ngadiprono

Melalui Instagram Tahun 2018

Tahun skripsi : 2019 + 151 halaman

Daftar kepustakaan : 18 buku + 1 jurnal + 6 sumber online

Penelitian ini meneliti tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Spedagi Movement dalam memperkenalkan gelaran Pasar Papringan kepada masyarakat melalui media sosial instagram. instagram sebagai media sosial dengan perkembangan jumlah penggunaanya yang pesat menjadi pilihan yang tepat bagi Spedagi Movement.tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Spedagi Movement dalam memperkenalkan gelaran Pasar Papringan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan spedagimovement dalam memperkenalkan pasar papringan melalui akun Instagram @pasarpapringan. Penelitian ini menggunakan kerangka teori strategi promosi, strategi promosi online,perencanaan promosi online,media sosial, dan Instagram.

Pada hasil penelitian ini ditunjukan bahwa instagram sebagai instrumen promosi online dapat menjadi sarana promosi yang tepat dan efisien. Dalam pelaksanaannya, kegiatan promosi online dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal antara lain perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pemilihan produk, penentuan tema, penentuan pesan dan penentuan jadwal posting juga dilakukan sebagai elemen penting keberhasilan sebuah kegiatan promosi yang dilakukan oleh Spedagi Movement.

Kata kunci : Strategi Promosi Online, Instagram, Pasar Papringan, Spedagi Movement.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Science Department

Public Relation Concentration

Mirza Febri Andrianto

Promotion strategy analysis for The Pasar Papringan Ngadiprono through the Instagram by 2018

Year : 2018 + 151 pages

Bibliography : 18 Books + 1 Journal + 6 Online Sources

This research examines the promotion strategy carried out by the Spedagi Movement in order to introduce the *Pasar Papringan* to the public through Instagram. Instagram as a social media with the rapid development of the users is the right choice for the Spedagi Movement. The purpose of this study was to find out how the promotion strategy was carried out by the Spedagi Movement in introducing the Pasar Papringan event.

This study uses a descriptive qualitative research method and aims to find out the strategies applied by the spedagimement in introducing the papringan market through Instagram accounts @pasarpapringan. This study uses a framework of promotional strategy theory, online promotion strategies, online promotion planning, social media, and Instagram.

The results of this study show that Instagram as an online promotion instrument can be an appropriate and efficient means of promotion. In its implementation, online promotion activities are carried out by paying attention to several things including planning, implementation and evaluation. The selection of products, determining the theme, determining the message and determining the posting schedule are also carried out by the spedagi movement.

Keywords : Online Promotional Strategy, Instagram, Pasar Papringan, Spedagi Movement.

MOTTO

***“ANDA TIDAK DAPAT MELARIKAN DIRI DARI
TANGGUNG JAWAB HARI ESOK DENGAN
MENGHINDARI HARI INI”***

(Abraham Lincoln)

***“SELALU ADA BISMILLAH SEBELUM
MELANGKAH”***

(Mirza Febri Andrianto)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih !

Ucapan terima kasih yang tulus saya ucapkan kepada semua pihak yang sudah membantu dalam perjalanan ini. Terutama kepada keluarga besar Alm. bapak Gatot Subagiyo Rufiadam dan ibu Aspadiyah. Terima kasih doa dan segala dukungannya. Karya tulis ini saya persembahkan untuk semua yang telah menemani saya dan mendukung saya. Alhamdulillah selesai juga akhirnya.

Napas lega...terima kasih.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga karya tulis yang disusun oleh peneliti dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Promosi Pasar Papingan Ngadiprono Melalui Instagram Tahun 2018” merupakan skripsi yang diajukan guna memenuhi syarat peneliti menyelesaikan studinya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi. Peneliti juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki dan disempurnakan. Sehingga saran dan kritik tentunya akan sangat membantu peneliti untuk kedepannya.

Penyusunan skripsi ini diharapkan juga sebagai titik awal dalam proses pendidikan selanjutnya. Dan peneliti kedepan dapat melakukan hal yang lebih baik berawal dari proses penelitian ini. Peneliti juga sangat menyadari peran dari banyak pihak sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik. Pihak-pihak yang telah bersedia meluankan waktu dan pikirannya dalam membantu penelitian ini. Akhir kata apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekhilafan dari peneliti baik itu disengaja maupun tidak disengaja maka dengan ini peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan banyak bimbingan, arahan, dukungan yang sangat bermanfaat untuk peneliti. Maka tidak lupa

tentunya peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak antara lain :

1. Keluarga besar Alm.Gatot Subagiyo Rufiadam dan Ibu Aspadiyah yang selalu memberikan doa serta dukungan tak henti-hentinya.
2. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid,S.IP., M.Sc. selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai dosen pembimbing yang selalu siap dengan segala dukungannya.
3. Ibu Sovia Sitta Sari,S.IP., M.Si. dan bapak Zuhdan Aziz, S.IP.,MA., Ph.D. selaku dosen penguji yang sudah memberikan banyak masukan penting bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Kepada seluruh jajaran dosen beserta staf prodi Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmunya yang sangat bermanfaat dan selalu setia memberikan pelayanan terbaiknya selama ini.
5. Kepada teman-teman sesama mahasiswa khususnya ilmu komunikasi yang telah menemani perjalanan menuntut ilmu.
6. Kepada teman-teman UKM khususnya mm.kine.klub.UMY terima kasih atas waktu dan ilmunya.
7. Kepada pihak Spedagi Movement dan Pasar Papingan. Pak Singgih Susilo Kartono, saudara Fransisca Callista dan juga saudara Imam Abdul Rofiq. Terima kasih atas segala waktunya dan juga inspirasinya.

8. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, ucapan banyak terima kasih saya ucapkan selalu semoga dapat bersua kembali.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 2019

(Mirza Febri Andrianto)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan masalah	7
C. Tujuan penelitian	7
D. Manfaat penelitian	8
E. Kajian teori	8
1. Strategi promosi	8
2. Strategi promosi online	9
3. Perencanaan promosi online	13
4. Media sosial	18
5. Instagram	20
F. Metode penelitian	23

1.	Jenis penelitian	24
2.	Lokasi penelitian	25
3.	Teknik pengumpulan data	25
4.	Teknik analisis data	28
5.	Uji validitas data	30
G.	Sistematika penulisan	31

BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A.	Sejarah singkat Spedagi dan gerakan revitalisasi desa	33
1.	Lokasi	35
2.	Visi dan misi	36
3.	Gerakan revitalisasi desa	37
B.	Pasar papringan	44
1.	Sejarah singkat pasar papringan Ngadiprono	44
2.	Lokasi	46
3.	Kegiatan pasar papringan Ngadiprono	51

BAB III PEMBAHASAN

A.	Sajian data	62
1.	Perencanaan kegiatan promosi online	63
2.	Pelaksanaan kegiatan promosi online	70
3.	Evaluasi kegiatan promosi online	94
B.	Analisis data	102
1.	Analisis perencanaan kegiatan promosi online	103
2.	Analisis pelaksanaan kegiatan promosi online	112

3.	Analisis evaluasi kegiatan promosi online	120
----	---	-----

BAB IV PENUTUP

A.	Kesimpulan	123
----	------------------	-----

B.	Saran	127
----	-------------	-----

	DAFTAR PUSTAKA	129
--	----------------------	-----

	LAMPIRAN	131
--	----------------	-----

DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar 1.1 jumlah follower instagram.....	6
----	---	---

2.	Gambar 2.1 Logo Spedagi	35
----	-------------------------------	----

3.	Gambar 2.2 instagram Spedagi Movement	36
----	---	----

4.	Gambar 2.3 Stuktur organisasi Spedagi Movement.....	38
----	---	----

5.	Gambar 2.4 instagram spedagi bamboobike	40
----	---	----

6.	Gambar 2.5 instagram spedagi homestay.....	41
----	--	----

7.	Gambar 2.6 instagram spedagi japan.....	42
----	---	----

8.	Gambar 2.7 instagram pasar papringan.....	44
----	---	----

9.	Gambar 2.8 logo pasar papringan.....	47
----	--------------------------------------	----

10.	Gambar 2.8 lokasi pasar papringan ngadiprono	47
-----	--	----

11.	Gambar 2.9 Struktur Pengelolaan Pasar Papringan Ngadiprono	48
-----	---	----

12.	Gambar 2.10 proses pembersihan lokasi	52
-----	---	----

13.	Gambar 2.11 penataan jalan trashed batu.....	53
-----	--	----

14.	Gambar 2.12 penataan jalan trashed batu	54
-----	---	----

15.	Gambar 2.13 penataan lapak pedagang.....	55
-----	--	----

16.	Gambar 2.14 kuliner pasar papringan	57
17.	Gambar 2.15 hasil bumi yang diperdagangkan	58
18.	Gambar 2.16 suasana pasar papringan.....	59
19.	Gambar 2.17 alat tukar pasar papringan	60
20.	Gambar 2.18 aktivitas instagram @pasarpapringan	57
21.	Gambar 3.1 konten countdown	74
22.	Gambar 3.2 konten countdown harian	75
23.	Gambar 3.3 persiapan gelaran pasar papringan	77
24.	Gambar 3.4 gelaran pasar papringan	78
25.	Gambar 3.5 informasi seputar tata tertib	79
26.	Gambar 3.6 informasi seputar ICVR	81
27.	Gambar 3.7 event spedagi	82
28.	Gambar 3.8 postingan countdown.....	87
29.	Gambar 3.9 postingan stories countdown	88
30.	Gambar 3.10 postingan gelaran pasar papringan	89
31.	Gambar 3.11 postingan gelaran pasar papringan	89
32.	Gambar 3.12 postingan informasi tata tertib pasar papringan.	90
33.	Gambar 3.13 postingan informasi seputar spedagi.....	91
34.	Gambar 3.14 postingan informasi seputar kegiatan spedagi	92
35.	Gambar 3.15 postingan instagram pengunjung pasar papringan	93
36.	Gambar 3.16 postingan instagram pengunjung pasar papringan	94

37. Gambar 3.17 analisis instagram insight pasar papringan 97