

**Strategi Promosi Jejamuran Resto Melalui Media Fanpage Facebook Dalam
Meningkatkan Jumlah Konsumen Periode 2013-2016**

*The Promotion Strategy Of Jejamuran Resto Through The Media Of Fanpage
Facebook In Increasing The Number Of Customer Period 2013-2016*

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Dwi Artanti

(20120530169)

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Dwi Artanti

NIM : 20120530169

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

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

Penulis

(Dwi Artanti)

MOTTO

“Jika orang lain saja dapat meraih kesuksesan, maka diri kita harus lebih berhasil dan sukses daripada orang lain.”

“Bermimpilah, karena Tuhan akan memeluk mimpi-mimpi itu.”

(Andrea Hirata)

“Jika kamu tidak keras kepala, kamu akan mudah untuk menyerah. Jika kamu tidak fleksibel, kamu akan sulit menemukan solusi untuk masalah yang sedang kamu hadapi.”

(Jeff Bezos)

Halaman Persembahan

Bismillahirrahmanirrahim

Tidak henti-hentinya saya mengucapkan rasa syukur mendalam yang selalu saya panjatkan kepada ALLAH SWT. Dengan Rahmat, hidayah, dan pertolongan yang selalu diberikan olehNya maka saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, skripsi ini akan saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta saya yaitu bapak Drs. Suyoto, M.M dan ibu Drs. Lilis Suwarsih yang tidak pernah berhenti memberikan do'a, semangat, didikan, dan dukungan semenjak saya kecil hingga saat ini anak bungsunya menjadi sarjana.
2. Dosen pembimbing tersayang ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si yang penuh kesabaran dan baik hati dalam membimbing saya selama menjalani skripsi.
3. Kakak semata wayang tercinta Wasis Sudrajat, S.Ikom, dan kakak ipar saya mbak Mulyani yang ikut serta memberi doa dan dukungan.
4. Pemilik hatiku, Bharatu. Muhammad Khoerul Mustofa yang selalu sabar menghadapi, memotivasi, mendo'akan, mendampingi, membantu dan menyemangati saya hingga detik ini. I Love You, Pak Polisi... calon Bhayangkarmu ini sudah Sarjana.
5. Para sahabat tercinta, Guruh Prasetya Putra, Muhammad Naufal, Asnaini Rusiyati S.E, Dayanti Prianka Purwana, Annida Karimah, Manja Dwi Lestari S.Ikom, Putri Nurida Fitriani S.Ikom, Almh. Try Diyan Patmasari, Gerra Genardya, Salindri Hariyanti Pratama S.E,

Endah Puspita, dan Ulfa Herisca yang selalu hadir memberikan semangat dan do'a untuk saya.

6. Sepupu tersayang, Denita Dwi Praptiwi dan Astried Hanny Wulandari, Amd. Keb yang selalu kompak menyemangati dan mendorong supaya lekas lulus.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012, terima kasih atas kebersamaan kita selama 4 tahun berkuliah di jurusan Ilmu Komunikasi, saya senang dapat mengenal kalian dari Sabang sampai Merauke.
8. Teman-teman KKN 111, terima kasih teman atas perkenalan singkatnya dan selama satu bulan kita jalani susah senang bersama di posko, sehingga saya dapat menemukan sahabat terbaik dari KKN ini.
9. Teman-teman karang Taruna Manunggal Sembung Purwobinangun Pakem. Kalian banyak memberi arti dihidupku, terima kasih *Los Jambanos*.

Akhirnya dengan melalui proses yang panjang ini saya resmi menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi, saya tanpa kalian bukanlah apa-apa. Terima kasih banyak, semoga Allah SWT selalu memberkahi kita.

Penulis

(Dwi Artanti)

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Secara teoritis.....	8
2. Secara praktis.....	9
E. Kerangka Teori.....	9
1. Komunikasi pemasaran.....	9
2. Konsep IMC.....	11
3. Strategi promosi.....	13
F. Penelitian Terlebih Dahulu.....	23
G. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis penelitian.....	26
2. Waktu dan tempat penelitian.....	27
3. Teknik pengumpulan data.....	27
4. Teknik analisis data.....	30
5. Teknik keabsahan data.....	31
6. Sistematika penulisan.....	32
BAB II PROFIL UMUM JEJAMURAN RESTO.....	34
A. Sejarah.....	34
B. Visi Dan Misi.....	36
C. Lokasi.....	36
D. Logo.....	36
E. Manajemen.....	37
F. Media Promosi Jejamuran Resto.....	40

BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	44
A. Sajian Data.....	44
1. Komunikasi pemasaran.....	44
a. Pelaksanaan komunikasi pemasaran jejamuran resto.....	46
b. Bentuk komunikasi pemasaran jejamuran resto.....	47
2. Strategi promosi jejamuran resto.....	54
a. Perencanaan strategi promosi Jejamuran Resto.....	57
b. Implementasi strategi promosi Jejamuran Resto.....	64
c. Evaluasi strategi promosi Jejamuran Resto.....	70
3. Pemasaran melalui media online (<i>E-Commerce</i>).....	71
a. Pemasaran melalui media sosial <i>Fanpage Facebook</i>	72
b. Pemanfaatan testimoni konsumen Jejamuran Resto.....	77
B. Analisis Data.....	81
1. Komunikasi pemasaran.....	81
2. Strategi promosi jejamuran resto.....	89
a. Perencanaan strategi promosi Jejamuran Resto.....	90
b. Implementasi strategi promosi Jejamuran Resto.....	93
c. Evaluasi strategi promosi Jejamuran Resto.....	95
3. Pemasaran melalui media online (<i>E-Commerce</i>).....	97
a. Pemasaran melalui media sosial <i>Fanpage Facebook</i>	98
b. Pemanfaatan testimoni konsumen Jejamuran Resto.....	103
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Surat Hasil Penelitian**
- 2. Interview Guide**

Daftar Bagan

Bagan 1.1 Struktur Organisasi Jejamuran Resto.....	41
---	-----------

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Persentase Perkembangan Jumlah Pembeli Per Tahun.....	4
--	----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan <i>Fanpage</i> Jejamuran Resto.....	7
Gambar 1.2 Logo Jejamuran Resto.....	37
Gambar 1.3 Review Konsumen Pada <i>Fanpage Facebook</i> Jejamuran Resto.....	43
Gambar 1.4 Suasana Jejamuran Resto Pada <i>Fanpage Facebook</i>	44
Gambar 1.5 Menu Makanan Jejamuran Resto.....	45
Gambar 1.6 Testimoni Konsumen Jejamuran Resto.....	50
Gambar 1.7 <i>Tester</i> Olahan Kaleng Jejamuran Resto Untuk Konsumen.....	53
Gambar 1.8 Bentuk Olahan Kaleng Jejamuran Resto Untuk Konsumen.....	53
Gambar 1.9 Produk Keripik Jamur Jejamuran Resto.....	55
Gambar 2.0 Halaman <i>Fanpage Facebook</i> Jejamuran Resto.....	65
Gambar 2.1 Menu Andalan Jejamuran Resto	66
Gambar 2.2 Halaman Postingan <i>Fanpage Facebook</i> Jejamuran Resto.....	67
Gambar 2.3 Fasilitas Budidaya Jamur Pada Jejamuran Resto.....	68
Gambar 2.4 Testimoni Konsumen Tetap Jejamuran Resto.....	73
Gambar 2.5 Tampilan <i>Fanpage Facebook</i> Jejamuran Resto.....	75
Gambar 2.6 Testiomoni Konsumen Jejamuran Resto.....	78
Gambar 2.7 Testiomoni Konsumen Terhadap Kualitas Jejamuran Resto.....	79