

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Advertising***

**Ummi Athiyah Fitroh**

**STRATEGI PROMOSI INDIE BOOK CORNER DALAM PEMASARAN BUKU MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Promosi Indie Book Corner dalam Pemasaran Buku Melalui Media Sosial)**

**Tahun Skripsi: 2016 + xxii + 166 halaman + 30 lampiran + 1 bagan + 1 infografis + 5 diagram + 7 tabel + 25 gambar**

**Daftar Kepustakaan: 37 buku + 5 jurnal + 7 sumber internet + 1 koran**

Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai strategi promosi indie book corner dalam pemasaran buku melalui media sosial. Peneliti memilih IBC sebagai objeknya dikarenakan ia adalah penerbitan buku indie yang terbilang sukses di dalam pemasarannya yang menggunakan media sosial, hal itu dilihat dari omzet perbulan yang selalu mengalami peningkatan, serta kualitas buku yang ia cetak dan perjualkan juga telah banyak memasuki nominasi ajang kompetisi dunia perbukuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atau menggali lebih dalam bagaimana strategi promosi yang dilakukan IBC dalam memasarkan bukunya melalui media sosial, sehingga ia masih tetap berjalan dan diakui sebagai penerbit indie yang cukup sukses.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data model Miles dan Huberman, yang mana nantinya akan ada pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*deep interview*), observasi pasrtisipan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi promosi Indie Book Corner dalam akun media sosialnya telah berhasil menjadikan ia sebagai penerbit indie sukses di saat keadaan dunia penerbitan sedang tidak stabil. Strategi promosi yang diterapkan antara lain adalah menciptakan *gimmick-gimmick*, menggunakan *posting-an* berpola, memanfaatkan viral media. Dari ketiga strategi tersebut ternyata berfungsi dengan efektif. Penelitian ini juga menjelaskan mengenai bagaimana menyusun analisis SWOT IBC, dan bagaimana cara-cara IBC sebelum memutuskan dan menerapkan sebuah strategi sederhana tersebut.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Penerbit Buku Indie, Media Sosial dan SWOT**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah Yogyakarta University**

**Social and Politic Faculty**

**Communication Departement**

*Focus on Advertising*

**Ummi Athiyah Fitroh**

**THE STRATEGY OF INDIE BOOK CORNER PROMOTION IN  
MARKETING BOOK BY USING SOCIAL MEDIA (the study of Indie Book  
Corner Promotion in Marketing Book by using Social Media)**

**Thesis in year : 2016 + xxii + 166 pages + 30 exemplars + 1 draft + 1  
infographic + 5 diagram + 7 tables + 25 pictures**

**References : 37 books + 5 journal + 7 internet sources + 1 newspaper**

This research explores about Indie book corner promotion in marketing book by using social media. The researcher chose IBC as the object because it is the one of indie books publication that is successful enough in the marketing through social media, it can be found from the income in a month that always increase, then the quality of the published and saled books has become the nomination of books competition. The purpose of this research is to find and explore how the strategy of promoting that used by IBC in marketing the book through social media, so it is still run and known as the successful indie publication.

The type of this research is the study of qualitative description. The technique of analysis data used Miles and Huberman model, there are collecting data, reducing data, presenting data, and concluding. The data came from interviewing deeply (deep interview), observing the participants, and documentation.

The result of this research displayed how strategy of indie book corner promotion in its social media account is success to bring it as the successful indie publication in the condition of unstable publication. The promotion strategy is applied such as creating gimmick-gimmick, using pattern posting, using viral media. From the three strategies are used effectively. This research also explained about how to arrange SWOT IBC analysis, then what ways IBC to decide and apply the modest strategy.

**Key words : strategy promotion, indie book publication, social media and SWOT.**