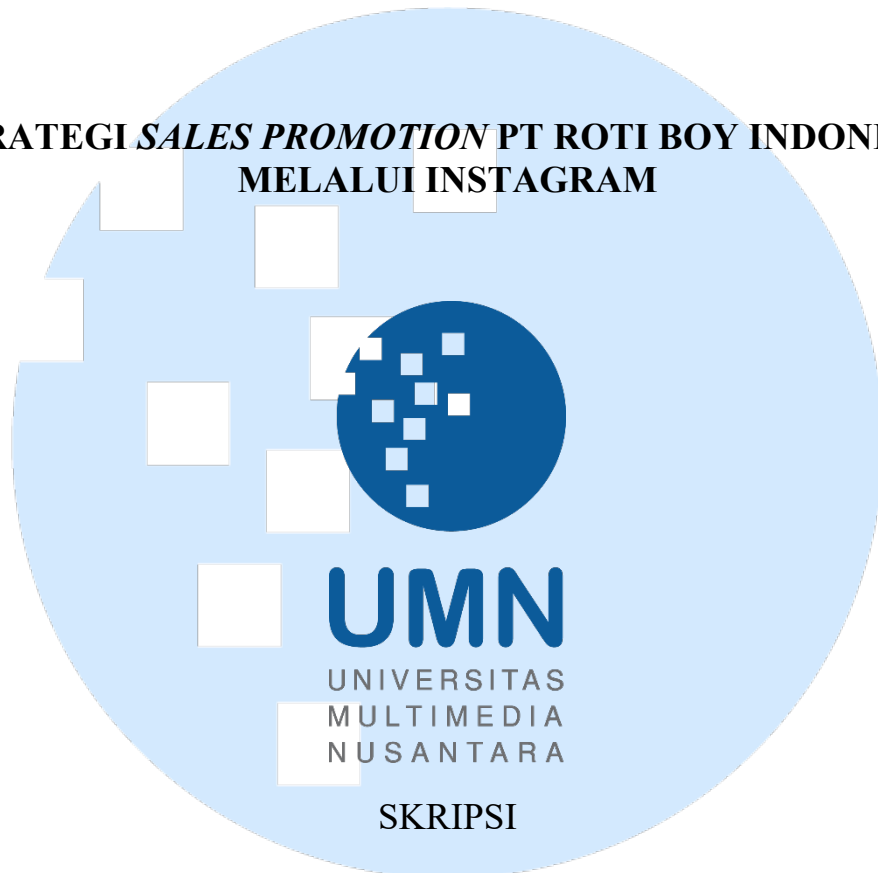


**STRATEGI SALES PROMOTION PT ROTI BOY INDONESIA
MELALUI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

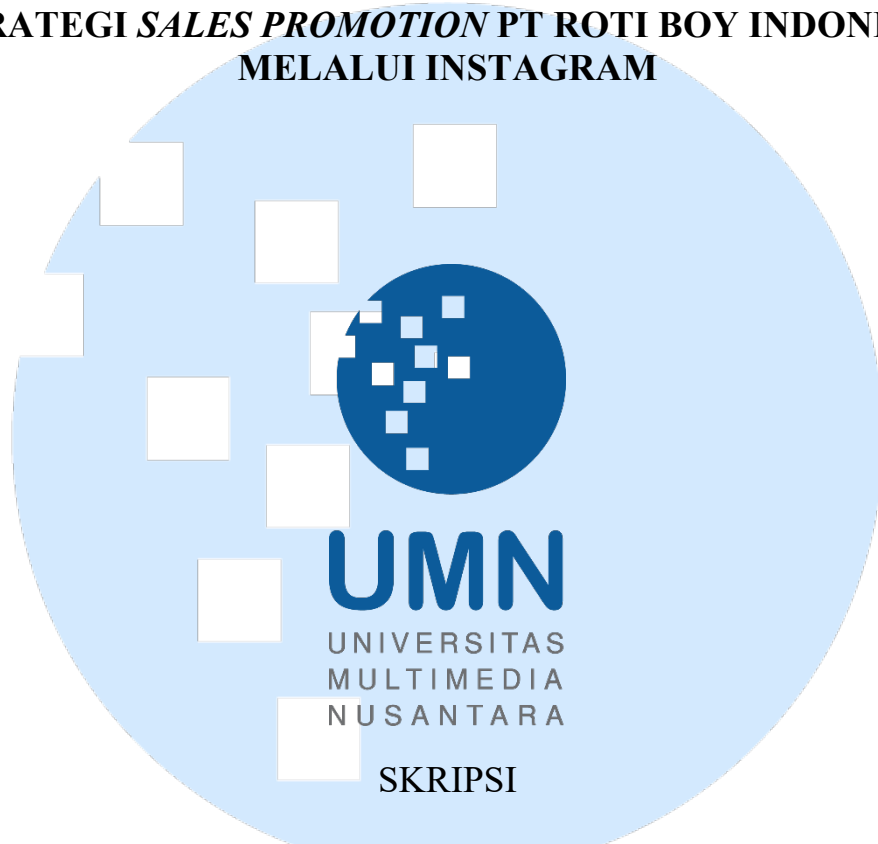
Vivi Angelin

00000043011

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2024

**STRATEGI SALES PROMOTION PT ROTI BOY INDONESIA
MELALUI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Vivi Angelin

00000043011

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama

Vivi Angelin

Nomor Induk Mahasiswa

: **0000043011**

Program studi

: Komunikasi Strategis

Skripsi dengan judul:

“Strategi *Sales Promotion* PT Roti Boy Indonesia Melalui Instagram”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 05 Juni 2024

UMM



(Vivi Angelin)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul
Strategi *Sales Promotion* PT Roti Boy Indonesia Melalui Instagram
Oleh

Nama : Vivi Angelin
NIM : 00000043011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 03 Mei 2024

Pembimbing


Dewi Warhamni, S.Ikom., M.I.Kom.

NIDN 0330118201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
STRATEGI SALES PROMOTION PT ROTI BOY INDONESIA MELALUI
INSTAGRAM
Oleh

Nama : Vivi Angelin
NIM : 00000043011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 05 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Inco Hary Perdana, S.I.Kom. M.Si
NIDN: 0308117706


Penguji


Digitally signed by
Mujiono Sandim
Date: 2024.06.19
09:33:02 +07'00'
Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Pembimbing


Dewi Warhamni, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN 0330118201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky
Anugrah
Bangun
2024.06.23
13:47:11 +07'00'
Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vivi Angelin
NIM : 00000043011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : STRATEGI SALES PROMOTION PT ROTI BOY
INDONESIA MELALUI INSTAGRAM.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

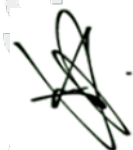
- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***).

Tangerang, 03 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Vivi Angelin)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“Strategi *Sales Promotion* PT Roti Boy Indonesia melalui Instagram” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Dewi Warhamni, S.Ikom., M.I.Kom sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya beserta Rafel Andriand yang telah memberikan dorongan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 03 Juni 2024



(Vivi Angelin)

STRATEGI SALES PROMOTION PT ROTI BOY INDONESIA

MELALUI INSTAGRAM

Vivi Angelin

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan individu dan pertumbuhan bisnis. Media sosial sering dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasaran. Salah satu bentuk penerapannya adalah *social media marketing* yang dilakukan oleh PT Roti Boy Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *sales promotion* yang diterapkan oleh PT Roti Boy Indonesia melalui Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif, yang memungkinkan untuk menggali secara mendalam informasi tentang strategi *social media marketing* guna melakukan *sales promotion* perusahaan ini. Teori-teori yang menjadi landasan penelitian ini ialah teori yang berkaitan dengan *social media marketing* menurut (Cheung et al., 2020) sebagai grand teori dan *customer retention*, *customer loyalty*, dan *customer experience* sebagai teori pendukung. Dalam konteks ini, penelitian akan fokus pada bagaimana PT Roti Boy Indonesia mengintegrasikan konsep-konsep ini ke dalam strategi *social media marketing* nya. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk meningkatkan penjualannya.

Kata kunci: promosi penjualan, sosial media, dan pemasaran sosial media

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PT ROTI BOY INDONESIA SALES PROMOTION STRATEGY VIA

INSTAGRAM

Vivi Angelin

ABSTRACT

The background of this research is the use of social media as a communication tool that has a significant impact on individual lives and business growth. Social media is often used by companies to carry out marketing activities. One form of implementation is social media marketing carried out by PT Roti Boy Indonesia. This research aims to determine the sales promotion strategy implemented by PT Roti Boy Indonesia via Instagram. The research method used is a qualitative case study, which makes it possible to explore in-depth information about social media marketing strategies to carry out sales promotion for this company. The theories that form the basis of this research are theories related to social media marketing according to (Cheung et al., 2020) as grand theory and customer retention, customer loyalty, and customer experience as supporting theories. In this context, the research will focus on how PT Roti Boy Indonesia integrates these concepts into its social media marketing strategy. The results of this research can provide insight into how companies can utilize Instagram as a tool to increase their sales.

Keywords: sales promotion, social media, and social media marketing

UMMN

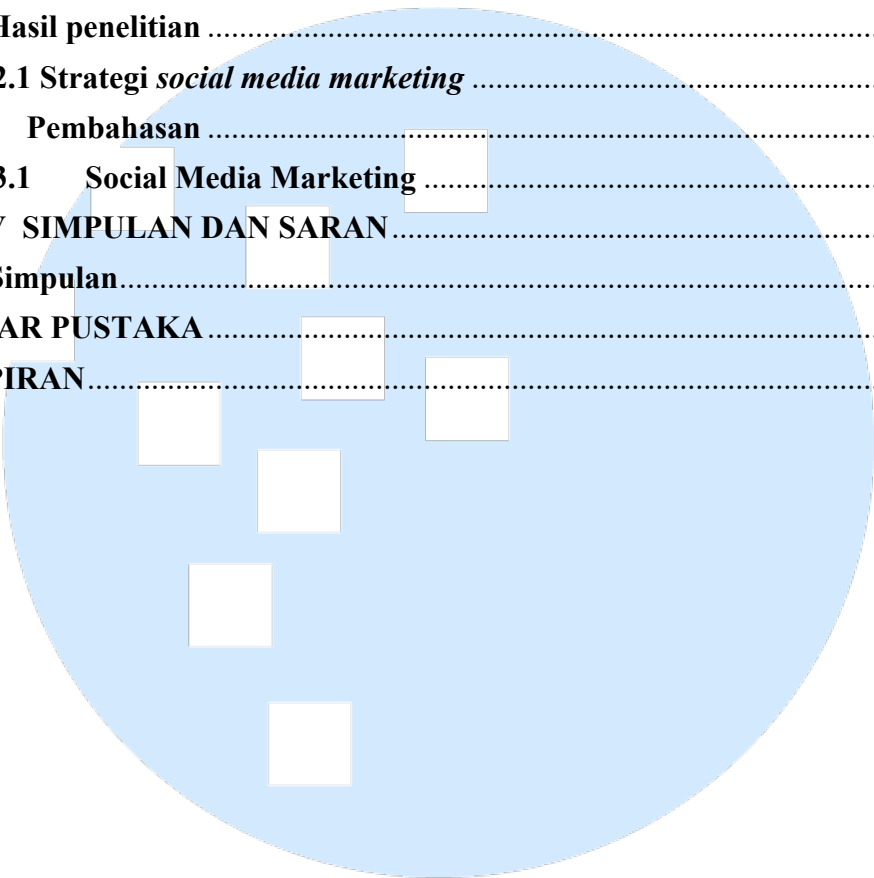
UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Konsep yang digunakan.....	22
2.2.2 Social Media Marketing	24
2.2.3 Instagram @Rotiboyindo.....	26
2.3 Alur Penelitian	27
BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
3.3 Metode Penelitian	29
3.4 Key Informan dan Informan.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Keabsahan Data.....	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Subjek/Objek Penelitian	35



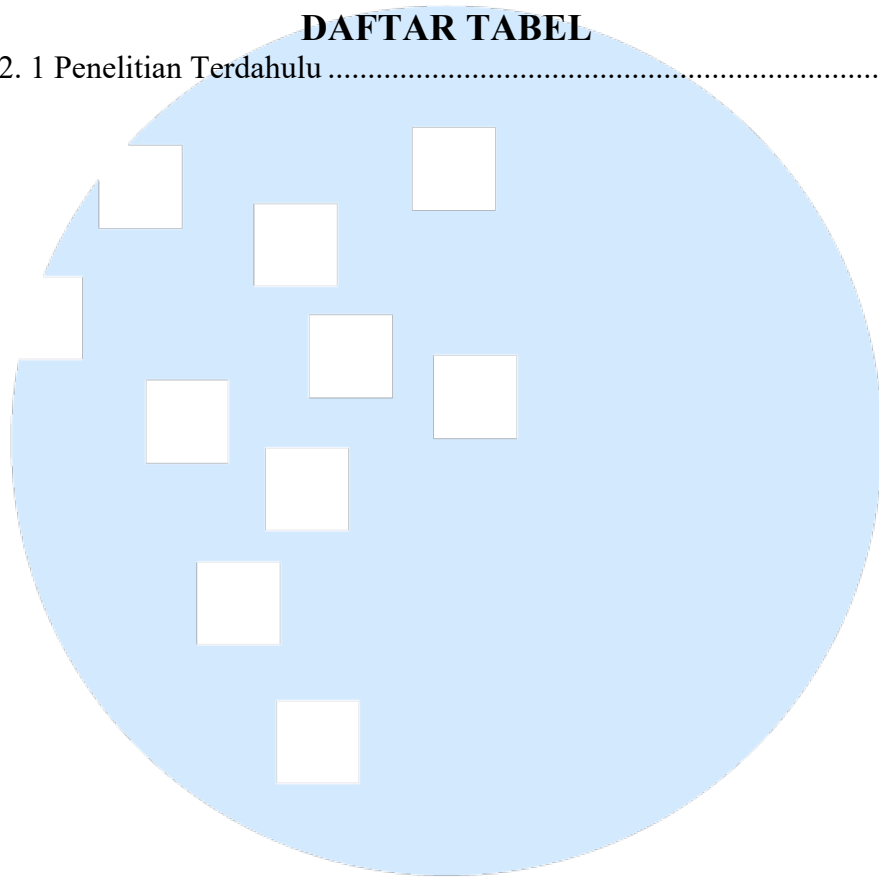
4.2 Hasil penelitian	40
4.2.1 Strategi <i>social media marketing</i>	40
4.3 Pembahasan	54
4.3.1 Social Media Marketing	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 21



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet	2
Gambar 1. 2 Sosial Media Yang Paling Banyak Digunakan	4
Gambar 1. 3 Instagram @Rotiboyindo	6
Gambar 1. 4 Instagram Feeds @Rotiboyindo	7
Gambar 1. 5 Perbandingan followers Roti Boy & Roti O	9
Gambar 4. 1 Logo Roti Boy Indonesia	35
Gambar 4. 2 Promo Hut TransJakarta	37
Gambar 4. 3 Promo Khusus Pemilu	37
Gambar 4. 4 Menu Baru Croboy Klepon	38
Gambar 4. 5 Konten Hiburan	38
Gambar 4. 6 Giveaway Roti Boy	39
Gambar 4. 7 Interaksi antara admin Roti Boy dan audiens	39
Gambar 4. 8 Promo Grand Opening Outlet Bundaran HI	41
Gambar 4. 9 Giveaway Valentine Roti boy Indonesia	42
Gambar 4. 10 Promo Perayaan Pemilu 2024	42
Gambar 4. 11 Postingan Menu Baru Croboy Klepon	44
Gambar 4. 12 Promo Spesial Roti Boy Hadir Di Jakarta Fair	45
Gambar 4. 13 Video Tanya Jawab Dengan Followers	47
Gambar 4. 14 Interaksi Admin Roti Boy Dengan Followers	47
Gambar 4. 15 Roti Boy Memposting Ulang Tag Followers	48
Gambar 4. 16 Kontes Repost Instagram	51

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Turnitin.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	67
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	73



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA