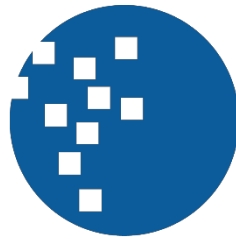


**STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MENGENALKAN  
PRODUK ROTO ROOTER UNTUK MENARIK PELANGGAN  
POTENSIAL**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Orlando Nathanael Opit**

**00000044065**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MENGENALKAN  
PRODUK ROTO ROOTER UNTUK MENARIK PELANGGAN  
POTENSIAL**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Orlando Nathanael Opit**

**0000044065**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Orlando Nathanael Opit

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

### **STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MENGENALKAN PRODUK ROTO ROOTER UNTUK MENARIK PELANGGAN POTENSIAL**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 dalam skripsi saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 03 Juni 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'ON', is located to the right of the stamp.

Orlando Nathanael Opit

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MENGENALKAN PRODUK ROTO ROOTER UNTUK MENARIK PELANGGAN POTENSIAL**

Oleh

Nama : Orlando Nathanael Opit

NIM : 00000044065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024

Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



**Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I. Kom.**

NIDN 0331077503

Pembimbing



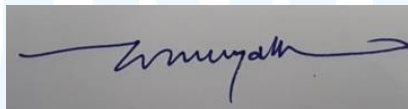
Dr. Arsa Widiarsa Utoyo

2024.06.25 08:16:44

+07'00'

**Dr. Arsa Widiarsa Utoyo, S.T., M.Sn**

NIDN 0313068201



**Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.S**

NIDN 0306067003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.06.28 18:56:31  
+07'00'

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Orlando Nathanael Opit

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Strategi Media Sosial Dalam Mengenalkan Produk Roto Rooter Untuk Menarik Pelanggan Potensial

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.

Tangerang, 11 Juni 2024



Orlando Nathanael Opit

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Mengucapkan terima kasih kepada:

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. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak/Ibu Senior dan Rekan Kerja di PT Roto Rooter Perkasa yang bersedia membantu selama proses wawancara.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 03 Juni 2024



Orlando Nathanael Opit

# **STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MENGENALKAN PRODUK ROTO ROOTER UNTUK MENARIK PELANGGAN POTENSIAL**

Orlando Nathanael Opit

## **ABSTRAK**

Media sosial pada saat ini sudah mendominasi kegiatan manusia, hampir segala aktivitas manusia dapat dilakukan dengan bantuan Internet, termasuk dalam dunia bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media sosial dalam mengenalkan produk Roto Rooter dan menarik pelanggan potensial. PT Roto Rooter Perkasa dalam menarik pelanggan potensial. Penelitian ini menggunakan teori computer mediated communication (CMC) dengan konsep digital marketing, komunikasi pemasaran, serta media sosial instagram dan tiktok. Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai efektivitas strategi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran krusial dalam meningkatkan kesadaran merek dan interaksi dengan pelanggan. Strategi yang efektif meliputi penggunaan konten visual yang menarik, video tutorial, dan testimoni pelanggan. Respon cepat terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan serta pengadaan kuis dan kontes terbukti meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penargetan iklan yang tepat dan kolaborasi dengan influencer mampu menarik demografi yang lebih spesifik dan relevan. Penelitian ini juga menemukan bahwa testimoni positif dari pelanggan yang puas berfungsi sebagai bentuk iklan efektif dan membangun reputasi baik bagi Roto Rooter. Namun, tantangan tetap ada dalam menjaga konsistensi dan relevansi konten. Studi ini menyarankan agar Roto Rooter terus beradaptasi dengan perubahan tren media sosial dan perilaku konsumen untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

**Kata kunci:** Roto Rooter, Computer Mediated Communication, Digital Marketing

# STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MENGENALKAN PRODUK ROTO ROOTER UNTUK MENARIK PELANGGAN POTENSIAL

Orlando Nathanael Opit

## ***ABSTRACT (English)***

*Currently, social media dominates human activities, and almost all activities can be facilitated by the Internet, including in the business world. This research aims to analyze the social media strategy in introducing Roto Rooter's products and attracting potential customers. PT Roto Rooter Perkasa seeks to attract potential customers using this strategy. The study employs the theory of computer mediated communication (CMC) with concepts of digital marketing, marketing communication, and social media platforms such as Instagram and TikTok. A qualitative method with a case study approach is used to gain an in-depth understanding of the effectiveness of the implemented strategies. The research results indicate that social media plays a crucial role in enhancing brand awareness and customer interaction. Effective strategies include the use of engaging visual content, video tutorials, and customer testimonials. Quick responses to customer inquiries and complaints, as well as organizing quizzes and contests, have been proven to increase customer engagement and loyalty. Additionally, targeted advertising and collaborations with influencers can attract a more specific and relevant demographic. The study also found that positive testimonials from satisfied customers serve as an effective form of advertising and help build a good reputation for Roto Rooter. However, challenges remain in maintaining content consistency and relevance. This study suggests that Roto Rooter should continuously adapt to changing social media trends and consumer behavior to sustain and increase their market share*

**Keywords:** *Roto Rooter, Computer Mediated Communication, Digital Marketing*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT (English).....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	12
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	12
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.5.3 Kegunaan Sosial .....	12
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	12
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan .....	19
2.3 Alur Penelitian.....	57
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	58
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	58
3.3 Metode Penelitian .....	59

3.4	Key Informan dan Informan.....	60
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Wawancara.....	61
3.6	Keabsahan Data.....	62
3.7	Teknik Analisis Data.....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>65</b>
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	65
4.2	Hasil Penelitian.....	67
4.3	Pembahasan.....	96
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>102</b>
5.1	Simpulan.....	102
5.2	Saran.....	103
5.2.1	Saran Akademis.....	103
5.2.2	Saran Praktis.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>109</b>



**DAFTAR TABEL**

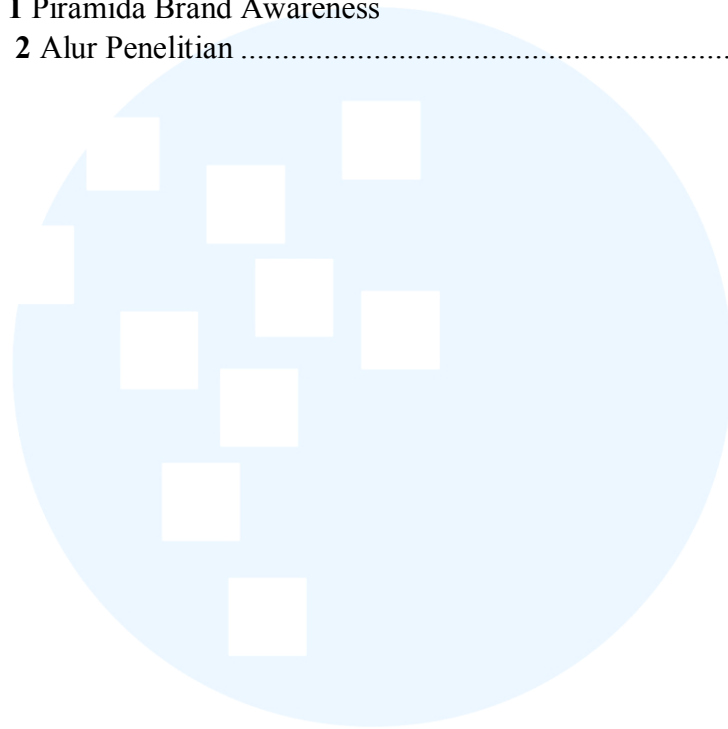
**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu ..... 16



**UMMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Data Pengguna Internet di Indonesia .....	3
<b>Gambar 1. 2</b> Media Sosial Roto Rooter.....	7
<b>Gambar 2. 1</b> Piramida Brand Awareness .....	49
<b>Gambar 2. 2</b> Alur Penelitian .....	57



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran A. 1</b> Transkrip Wawancara Aman .....	109
<b>Lampiran A. 2</b> Transkrip Wawancara Brian .....	119
<b>Lampiran A. 3</b> Transkrip Wawancara Tony .....	130
<b>Lampiran A. 4</b> Form Bimbingan Skripsi.....	146
<b>Lampiran A. 5</b> Turnitin .....	147



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA