



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAGUYUBAN
MOJANG JAJAKA KABUPATEN BOGOR MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENGIKUTI AJANG
PASANGGIRI MOJANG JAJAKA JAWA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom)**

Febry Widiana Wijaya

183112351650348

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

PUBLIC RELATIONS

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF THE
MOJANG JAJAKA COMMUNITY, BOGOR REGENCY
THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN
PARTICIPATING IN THE PASANGGIRI MOJANG JAJAKA
EVENT IN WEST JAVA**

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.Ikom)**

Febry Widiana Wijaya

183112351650348

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
PUBLIC RELATIONS**

2022



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Febry Widiani Wijaya
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650348
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Public Relations*)
Judul Skripsi : "Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mengikuti Ajang Pasanggih Mojang Jajaka Jawa Barat"
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 12 September 2022

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febry Widiana Wijaya

Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650348

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Mojang
Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial,
Instagram Dalam Mengikuti Ajang Pasanggih
Mojang Jajaka Jawa Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bawah Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang dipublikasikan sebelumnya atau yang ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 11 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Febry Widiana Wijaya



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Febry Widiana Wijaya
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mengikuti Ajang Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat

Kata Kunci Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor, Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat, Instagram, konten, media sosial	Kehadiran media baru memberikan kemudahan dalam mengakses segala hal yang ada termasuk informasi. Tujuan adanya sosial media ini sendiri adalah sebagai sarana komunikasi penghubung antar pengguna satu dengan pengguna lain dengan jangkauan yang sangat luas. Salah satu fenomena media sosial saat ini adalah instagram yang hadir dengan banyak fitur di era sekarang g20 ini memberikan efek kemudahan dalam mengakses informasi, sama halnya yang dilakukan Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor yang menggunakan media sosial instagram dalam kegiatan promosi serta penyampaian informasi. Dalam hal ini Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor memanfaatkan media sosial Instagram dalam kegiatan acara Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat 2021. Hal ini dibarengi dengan strategi komunikasi pemasaran dalam media sosial Instagram demi mendapatkan hasil dan tujuan yang telah ditetapkan. Strategi tersebut meliputi <i>Public relations, advertising, sales promotin, dan personal selling</i> . Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Kab. Bogor melalui sosial media Instagram ini berjalan dengan baik dan efektif. Hal ini terbukti dari hasil gelar yang berhasil dibawa pulang oleh Kabupaten Bogor dan juga kenaikan atau peningkatan <i>insight</i> atau <i>engagement</i> pada akun instagram @mokakabbogor
Pembimbing	Swastiningsih, SE.M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRACT

Name : Febry Widiana Wijaya
Courses : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Thesis Title : Marketing Communication Strategy of the Mojang Jajaka Community, Bogor Regency through Instagram Social Media in Participating in the Pasanggiri Mojang Jajaka Event in West Java

Key Words Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor, Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat, Instagram, content, social media	The presence of new media makes it easy to access everything that exists, including information. The purpose of this social media itself is as a means of communication between users with a very broad reach. One of the current social media phenomena is Instagram, which comes with many features in the current era of G20, which gives the effect of ease of accessing information, the same thing is done by the Mojang Jajaka Association, Bogor Regency, which uses Instagram social media in promotional activities and information delivery. In this case, the Mojang Jajaka Association of Bogor Regency utilizes Instagram social media in the Pasanggiri Mojang Jajaka event in West Java 2021. This is accompanied by a marketing communication strategy on Instagram social media in order to get the results and goals that have been set. These strategies include public relations, advertising, sales promotion, and personal selling. The research method used is descriptive qualitative. The results showed that the application of marketing communication strategies carried out by the Mojang Jajaka Society of Kab. Bogor through social media Instagram is running well and effectively. This is evident from the results of the title that was successfully brought home by Bogor Regency and also the increase or increase in insight or engagement on the @mokokabbogor Instagram account.
Pembimbing	Swastiningsih, SE.M.Si

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Digital Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mengikuti Ajang Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat”**.

Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional di Universitas Nasional. Selain itu, penulis juga berharap agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi pembaca mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mengikuti Ajang Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan do'a dalam proses penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Dr. El Amry Bermawi Putra, M.A Selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta.
2. Dr. Erna Chotim, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si, Selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si. Selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
7. Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom., Selaku dosen pembimbing akademik.
8. Ibu Swastiningsih, SE, M. Si sebagai dosen pembimbing PKL dan Skripsi bagi penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan dan meluangkan waktunya, serta memberikan kepercayaan penuh kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga skripsi penelitian ini berjalan dengan lancar.
9. Dr. Hendra M. Saragih, S.IP., M.Si., Selaku ketua siding yang telah memberikan masukan pada skripsi ini.
10. Dra. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si Selaku penguji 1 yang telah membimbing dan memberikan arahan untuk penulisan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada orang tua tercinta Ibu Yayah Marwiyah dan Bapak Rukma Wijaya, kakak dan segenap keluarga besar yang selalu memberikan motivasi dan doa yang tulus kepada penulis untuk kesuksesan penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini

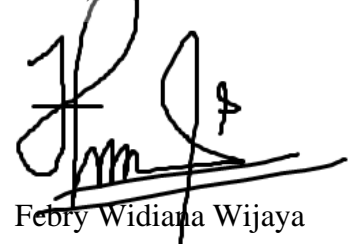
12. Kepada teman-teman terdekat penulis sejak semester 1 di Universitas Nasional yaitu Najib, Nabil, Adifa, Kiki, dan Assa yang telah saling menopang selama dibangku kuliah hingga saat ini. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga kelak walaupun sudah tidak beraada dibangku perkuliahaan lagi.

13. Teman-teman dari Mojang Jajaka Kabupaten Bogor khusus nya abah dwi, adel, rizza, ka randy, dan teman-teman lain yang telah membantu proses penelitian.

14. Dan kepada semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini hingga selesai yang tidak dapat dituliskan namanya satu persatu. Karena jujur masih banyak pihak dan individu yang ikut serta dalam penyusunan penelitian ini.

Tanpa bantuan dan dukungan dari semua pihak yang terkait penelitian skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar sampai saat ini. Semoga Allah SWT, dapat memberikan balasan untuk kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 12 Januari 2022



Febry Widiana Wijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Pengertian dan Kajian Kepustakaan	19
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 <i>New Media</i> (Media Baru)	21
2.2.2.1 Karakteristik <i>New Media</i>	23
2.2.2.2 Fungsi <i>New Media</i>	24
2.2.2.3 Jenis-Jenis Media Baru	25
2.2.3 Media Sosial	25
2.2.3.1 Karakteristik Media Sosial	26
2.2.4 Instagram	28

2.2.4.1 Fitur-Fitur Instagram	29
2.2.4.2 Manfaat Instagram.....	30
2.2.4.3 Pengelolaan Media Sosial Instagram	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Pendekatan Penelitian	36
3.2 Penentuan Informan	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	40
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Profil Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor.....	46
4.1.2 Visi Misi	47
4.1.3 Struktur Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor.....	47
4.1.4 Media Daring dan Media Sosial Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	49
4.1.5 Aktivitas Yang Dilakukan Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial Instagram Selama Pasanggiri Berlansung	54
4.2 Pembahasan	75
4.2.1 Pembahasan Strategi Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mengikuti Ajang Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat	76
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Formulir Konsultasi Pembimbing
- Lampiran II : Surat Tugas
- Lampiran III : Surat Kesediaan Pembimbing Skripsi
- Lampiran IV : Panduan Wawancara
- Lampiran V : Transkrip Wawancara
- Lampiran VI : Dokumentasi Wawancara



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	44
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Paguyuban Mojang Jajaka Kab. Bogor 2020/2022	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Wilayah Bogor	2
Gambar 1.2 Mojang Jajaka	3
Gambar 1.3 Logo Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	5
Gambar 1.4 Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat	7
Gambar 1.5 Sosial Media Instagram Mojang Jajaka Jawa Barat	8
Gambar 1.6 Sosial Media Youtube Mojang Jajaka Jawa Barat	9
Gambar 1.7 Profil Sosial Media Instagram Mojang Jajaka Kabupaten Bogor ...	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Logo Paguyuban Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	45
Gambar 4.2 Akun Instagram Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	51
Gambar 4.3 Akun Twitter Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	51
Gambar 4.4 Halaman Akun Youtube Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	52
Gambar 4.5 Mojang Jajaka Jawa Barat	56
Gambar 4.6 Konten Kampanye Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	57
Gambar 4.7 <i>Posting-an</i> Kampanye Mojang Jajaka Kabupaten Bogor	58
Gambar 4.8 Kegiatan <i>Technical Meeting</i> Pasanggiri MoKa Jawa Barat 2021..	59
Gambar 4.9 Pra-Karantina Pasanggiri Mojang Jajaka Jawa Barat 2021	59
Gambar 4.10 Kegiatan Pengenalan Perwakilan Melalui <i>Live</i> Instagram.....	60
Gambar 4.11 Konten Proses Pembuatan Video Para Perwakilan	61
Gambar 4.12 Unggahan <i>story</i> @mokakabbogor	62
Gambar 4.13 Kegiatan <i>Reposting</i> Fitur <i>Instastory</i>	63
Gambar 4.14 <i>Posting-an</i> <i>Vote</i> pada Instagram @mokakabbogor	64

Gambar 4.15 Poster Digital.....	65
Gambar 4.16 Upaya <i>Sales Promotion</i>	67
Gambar 4.17 <i>Update</i> Kegiatan Karantina Melalui Fitur <i>Instastory</i>	68
Gambar 4.18 Kegiatan <i>Deep Interview</i>	69
Gambar 4.19 Unggahan Konten <i>Gala Dinner</i>	70
Gambar 4.20 <i>Grand Final</i> Mojang Jajaka Jawa Barat 2021.....	71
Gambar 4.21 Kegiatan Public Relations Melalui <i>Instastory</i>	77
Gambar 4.22 Kegiatan Periklanan Melalui <i>Instastory</i>	78
Gambar 4.23 Kegiatan <i>Sales Promotion</i>	79
Gambar 4.24 Kegiatan Personal Selling	80
Gambar 4.25 <i>Insight @mokokabbogor</i>	82

