



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* UD DJAYA PUTER DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom)

Muhammad Sholeh Febriansyah

193516516409

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGIES UD DJAYA PUTER
ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TO INCREASE THE SALES**

THESIS

Submitted as one of requirements for obtaining Bachelor's Degree in
Communication Science (S.I.Kom)

Muhammad Sholeh Febriansyah

193516516409

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Sholeh Febriansyah
NPM : 193516516409
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations UD DjayaPuter
di Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan
Penjualan
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 6 September 2023

Dosen Pembimbing

Dekan

Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom.

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Sholeh Febriansyah
NPM : 193516516409
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations UD Djaya Puter di
Media Sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang Dr. Sri Desti Purwatningsih, M.Si. 

Penguji I Djujur Luciana R., S.Sos., M.Si. 

Pembimbing I/Penguji II Dr. Achmad Budiman S., M.I.Kom. 

UNIVERSITAS NASIONAL

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26/09/2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sholeh Febriansyah
NPM : 193516516409
Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Di Media Sosial
Instagram DD Djaya Puter Dalam Meningkatkan Penjualan

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

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

Surabaya, 29 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,

Muhammad Sholeh Febriansyah



ABSTRAK

Nama : Muhammad Sholeh Febriansyah

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi *Marketing Public Relations* UD Djaya Puter di

Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

<p>Kata Kunci:</p> <p>Strategi <i>Marketing Public Relations</i>, Media Sosial Instagram, meningkatkan penjualan</p>	<p>Instagram merupakan salah satu media sosial yang mampu dijadikan sebagai media guna melancarkan strategi <i>marketing public relations</i> melalui unggahan foto atau video mengenai informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan dan juga informasi terkait perusahaan yang menawarkan hal tersebut. UD Djaya merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan penggunaan media sosial Instagram sebagai media untuk menjalankan Strategi <i>Marketing Public Relations</i>. Mereka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi <i>Marketing Public Relations</i> UD Djaya Puter dalam meningkatkan penjualan. UD Djaya Puter berhasil meningkatkan penjualan dari produk dengan melakukan strategi <i>marketing public relations</i> dengan baik dengan menerapkan <i>three ways strategy</i> yaitu <i>pull</i>, <i>push</i>, dan <i>pass</i>. <i>Feedback</i> yang didapatkan oleh UD Djaya puter tidak hanya dari segi penjualan produk, tetapi juga meningkatnya engagement pada media sosial Instagram mereka. Hasil dari penelitian ini berkaitan dengan teori yang digunakan sebagai acuan penulis dalam mengerjakan penelitian ini, yaitu teori <i>Integrated Marketing Communication</i> yang memiliki tujuan yaitu mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, kemudian memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian membeli, dan selalu ingat akan produk tersebut.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom.</p>

ABSTRACT

Name : Muhammad Sholeh Febriansyah

Study program : Communication Science

Title : Marketing Public relations Strategies UD Djaya Puter on
social media Instagram to increase the sales

<p>Keywords:</p> <p>Strategi Marketing Public Relations, Social Media Instagram, sales increase</p>	<p>Instagram is one of the social media that can be used as a medium to launch marketing public relations strategies through uploading photos or videos regarding information about the products or services offered and also information related to the company that offers it. UD Djaya is one of the companies that utilizes the use of Instagram social media as a medium to carry out their Marketing Public Relations Strategy. the purpose of this study is to find out how UD Djaya Puter's Marketing Public Relations Strategy increases sales. UD Djaya Puter succeeded in increasing sales of products by carrying out a good marketing public relations strategy by implementing a three-way strategy, namely pull, push, and pass. The feedback obtained by UD Djaya puter is not only in terms of product sales, but also increased engagement on their Instagram social media. The results of this study are related to the theory used as a reference for the author in doing this research, namely the theory of Integrated Marketing Communication which has the aim of directing someone to get to know the company's product, then understand it, change attitudes, like, believe, then buy, and always remember the product.</p>
<p>Mentor</p>	<p>Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom.</p>

KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Allah SWT karena atas segala nikmat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* UD Djaya Puter di Media Sosia; Instagram dalam Meningkatkan Penjualan” sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan juga sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, izinkan peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada segenap pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada;

1. Allah SWT atas segala karunia dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan baik sesuai waktunya.
2. Bapa Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi.

7. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Aryuni Dewi Silvana Maharani yang selalu memberikan bantuan, semangat serta dorongan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Winna Wandayani, Muhammad Rizki Ashofi, Adam Alif, dan teman teman Pandawa Beach serta seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019.
10. Terakhir kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini namun tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga penelitian ini dapat membantu serta memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 16 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'MS' or similar initials, written in a cursive style.

Muhammad Sholeh Febriansyah

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	20
2.3 Landasan Konseptual	22
2.3.1 Marketing	22
2.3.2 Marketing Mix 4p	24
2.3.3 Marketing Public Relation	25
2.3.4 Strategi Marketing Public Relation.....	26
2.3.5 Media Sosial.....	29
2.3.6 Instagram	30

2.3.7	Penjualan.....	32
2.3.8	Volume Penjualan.....	35
2.4	Kerangka Berpikir	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1	Pendekatan Penelitian.....	37
3.2	Penentuan Informan	38
3.3	Data dan Teknik Pengambilan Data	38
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder.....	39
3.4	Teknik Keabsahan Data.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	41
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1	Profil Perusahaan	45
4.1.2	Logo Perusahaan.....	46
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.3	Struktur Perusahaan UD Djaya Puter	47
4.2	Analisis <i>Marketing Mix 4P</i> pada Instagram @ud.djaya.....	49
4.2.1	<i>Product</i>	50
4.2.2	<i>Price</i>	54
4.2.3	<i>Place</i>	55
4.2.3	<i>Promotion</i>	56
4.3	Penerapan Strategi <i>Three Ways</i> pada Instagram sebagai Strategi <i>Marketing Public Relations</i> dalam Meningkatkan Penjualan	57
4.3.1	Pull Strategy	58
4.3.2	Push Strategy.....	62
4.3.3	Pass Strategy	66

4.4 Pembahasan	72
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.2 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil UD Djaya Puter di Instagram.....	4
Gambar 1.2 Bentuk Promosi UD Djaya di Bulan Ramadhan.....	5
Gambar 1.3 Bentuk Promosi UD Djaya.....	6
Gambar 1.4 Bentuk Kegiatan Sosial dari UD Djaya.....	7
Gambar: 2.1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan UD Djaya Puter.....	47
Gambar 4.3 Kopi Molucca.....	51
Gambar 4.4 Menu Kopi UD Djaya Puter.....	52
Gambar 4.5 Bentuk Promosi Produk di @ud.djaya.....	59
Gambar 4.6 Slide Post Fasilitas di UD Djaya Puter.....	60
Gambar 4.7 Promo Bundling “Kopi Pagi”.....	64
Gambar 4.8 Postingan Acara Moods Mayday Bogor.....	67
Gambar 4.9 Postingan Acara Sosial di Bulan Ramadhan.....	68
Gambar 4.10 Beaded Class.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA	85
TRANSKRIP WAWANCARA	88
DOKUMENTASI PENELITIAN	107
SURAT TUGAS DOSEN PEMBIMBING	109
KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI	110
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	111
PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	112
RIWAYAT HIDUP	113
HASIL UJI TURNITIN	114

