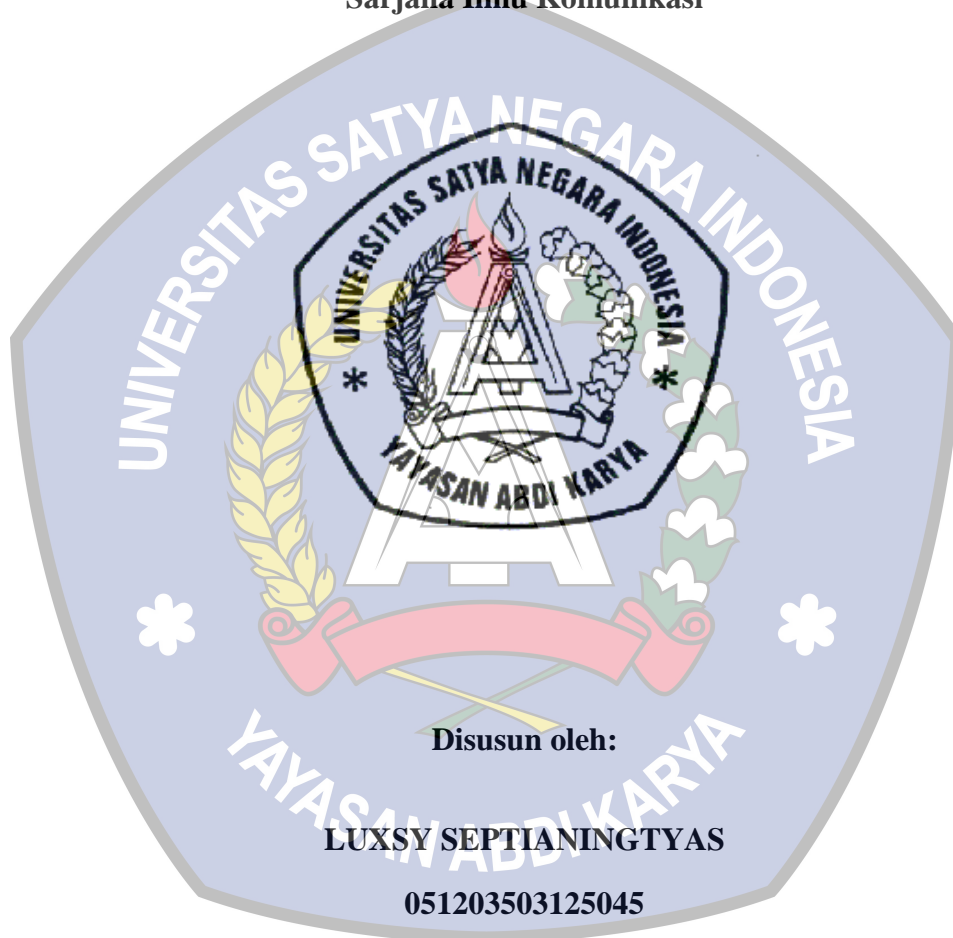


**STRATEGI PROMOSI CHAI INDONESIA DALAM MEMASARKAN
BRAVO! SPONGE CRUNCH MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2016**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Nama : Luxsy Septianingtyas
NIM : 051203503125045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Periklanan

**STRATEGI PROMOSI CHAI INDONESIA DALAM MEMASARKAN
BRAVO! SPONGE CRUNCH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Jumlah : xv + 96 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 13 Buku (2001-2010); 5 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya tren penggunaan media sosial masyarakat Indonesia, khususnya anak muda. Anak muda saat ini memiliki ketertarikan dengan gaya visual, maka dari situ Chai Indonesia memilih menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi Bravo! Sponge Crunch. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi serta analisis SWOT Chai Indonesia dalam memasarkan Bravo! Sponge Crunch melalui media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan teori strategi efektif pesan serta teori pesan emosional untuk menguji bagaimana pesan-pesan yang disampaikan dalam akun Instagram @bravoment dapat menyentuh sisi emosional audiens. Penelitian ini tidak berusaha menguji bagaimana tingkat penjualan setelah promosi dilakukan melalui media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan sifat penelitian deskriptif kualitatif berdasarkan fakta dan temuan penelitian yang diolah dengan merangkum hal-hal yang pokok, disajikan dan disimpulkan serta teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini mengenai strategi promosi Chai Indonesia dalam membangun *awareness* akan kehadiran Bravo! Sponge Crunch sebagai produk *self-reward* untuk momen-momen keberhasilan yang diraih dengan usaha, meskipun usaha itu kecil. Tren penggunaan Instagram ini juga menjadi peluang besar Chai Indonesia untuk lebih dekat dengan target pasarnya.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Media Sosial

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si
Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Name : Luxsy Septianingtyas
Student ID Number : 051203503125045
Study Program : Communication Science
Consentration : Advertising

**STRATEGI PROMOSI CHAI INDONESIA DALAM MEMASARKAN
BRAVO! SPONGE CRUNCH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

*Total : xv + 96 Pages + Attachment
Bibliography : 13 Books (2001-2010); 5 Internet Articles*

ABSTRACT

This research is based on the rising of social media usage among Indonesian, especially youth. Nowadays youth has an interest in visual design, therefore Chai Indonesia has chosen to use Instagram as a promotional medium for Bravo! Sponge Crunch. The purposed of this study is to describe the promotional strategy and SWOT analysis of Chai Indonesia in promoting Bravo! Sponge Crunch through Instagram.

This research uses the effective messaging strategies theory and emotional message theory to test how the messages in @bravomoment Instagram account can touch the emotional side of the audience. This research do not attempt to examine how is the product selling after the promotion is done through Instagram.

The research was conducted on @bravomoment Instagram account managed by Chai Indonesia as a creative agency with a qualitative approach and descriptive qualitative. The nature of this research is based on facts and all the research findings were processed by summarizing the principal matters, presented and concluded. The techniques that are used to collect the data are interview, observation and documentation.

The results of this research is about promotional strategies Chai Indonesia in building the awareness of the Bravo! Sponge Crunch as a self-reward product for every successful moments that achieved with effort, even if the effort are less. The trends of Instagram can be a great oppportunity for Chai Indonesia to get closer to their market.

Keywords: Strategy, Promotion, Social Media

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si
Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “STRATEGI PROMOSI CHAI INDONESIA DALAM MEMASARKAN BRAVO! SPONGE CRUNCH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi baik berupa moral, spiritual, maupun material untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih, penulis tujukan kepada kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan motivasi dan menantikan keberhasilan penulis untuk memperoleh gelar sarjana dan juga nama-nama yang penulis cantumkan dibawah ini:

1. Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Satu dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Indah Kurniawati, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

3. Bapak Drs. Solten Rajagukguk, MM, selaku Dosen Pembimbing Dua dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Sandra Olifia, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis di Universitas Satya Negara Indonesia.
5. Mbak Yesy kakak tersayang, dan Mamang yang selalu memberi motivasi dan dorongan moril dan materi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teater Unggun yang telah membuat cerita suka dan cinta selama penulis menjalani perkuliahan di USNI. Tanpa kita tanpa Teater Unggun! Teater Unggun untuk kita!!
7. Kawan-kawan seperjuangan angkatan 2012 Ilmu Komunikasi, FISIP - USNI yang selalu solid dan saling dukung satu sama lain. Yang tanpa kenal lelah telah berjuang bersama.
8. Semua pihak yang terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna baik dari segi isi maupun cara penulisan. Oleh karena itu dengan rendah hati, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat agar menjadi koreksi penulis supaya lebih baik di kemudian hari.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 2016

Penulis