

**KOMUNIKASI PROMOSI RUMAH KOST WISMA MUSDALIFAH
MELALUI APLIKASI OYO DI KOTA PALEMBANG**

**Disusun Oleh:
Julian Finaldy Mustar
181910053**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)
Pada Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

**KOMUNIKASI PROMOSI RUMAH KOST WISMA MUSDALIFAH MELALUI
APLIKASI OYO DI KOTA PALEMBANG**

JULIAN FINALDY MUSTAR

181910053

SKRIPSI

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Menyetujui,

Palembang, April 2023
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bina Darma
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dekan Fakultas Sosial Humaniora,



Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

(Nuzsep Almigo, S.Psi., M.si., Ph.D)



(Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipertahankan pada ujian skripsi pada program studi ilmu komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.

Nama : **Julian Finaldy Mustar**
Nim : 181910053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial Humaniora
Judul Skripsi : Komunikasi Promosi Rumah Kost Wisma Musdalifa Melalui Aplikasi OYO Di Kota Palembang

Menyetujui:

Dosen Pembimbing



(Dwi Maharani, M.I.Kom)

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.kom)

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL:

**KOMUNIKASI PROMOSI RUMAH KOST WISMA MUSDALIFA MELALUI
APLIKASI OYO DI KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh

Julian Finaldy Mustar

Telah dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang pada April 2023 guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan di nyatakan Lulus.

Panitia Penguji Skripsi

Ketua : Dwi Maharani,M.I.Kom

Penguji 1 : Dr.Desy Misnawati,S.Sos.,M.I.Kom

Penguji 2 : Dr.Rahma Santhi Zinaida,S.Si.,M.I.Kom(.....)

Tanggal Sidang: 3 April 2023

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Universitas **Bina Darma**
Fakultas Sosial Humaniora

(Dr.Desy Misnawati,S.Sos.,M.I.Kom)

SURAT PERNYATAAN

saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Julian Finaldy Mustar

Nim : 181910053

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah Asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang atau perguruan negeri tinggi lain.
2. Skripsi ini Murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasi kan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasil kan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta di unggah ke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, 6 April 2023



Julian Finaldy Mustar

MOTTO

“Percaya rezeki tidak akan ketukar dan sudah di atur oleh Allah
SWT”

“Keberhasilan seseorang datang di waktu yang tepat asal kita
selalu berusaha dan terus berdoa”

“Percuma kita tampan, kaya, pintar tapi Attitude tidak diutamakan
karena kalau kita berattitude dan memanusiaikan manusia kita
akan menerima hal yang baik di kehidupan kita”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya
persembahkan untuk:

- Buya, Umi, aak dan keluarga tersayang
- Teman-teman seperjuangan
- Universitas Bina Darma
- Wisma Musdalifah Palembang

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi kost Musdalifah melalui aplikasi OYO di kota Palembang. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Subyek penelitian ini adalah manajer, 10 staf OYO Palembang dan 2 pelanggan setia OYO di Kota Palembang. Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk sumber data dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2021 sampai dengan Desember 2021. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal strategi promosi yang dilakukan Kost Wisma Palembang melalui aplikasi OYO ST dan strategi WT yang dapat diterapkan dalam memasarkan aplikasi OYO dalam penjualan kost dalam upaya meningkatkan volume penjualan, yang terdiri dari penyampaian informasi produk kepada pelanggan yang tidak memerlukan waktu. . Butuh waktu lama agar iklan Wisma Palembang di aplikasi OYO dikenal dan memiliki banyak penggemar. Membangun brand image dan relasi komunikasi dalam komunitas agar mereka lebih yakin dan percaya dengan aplikasi OYO. Tingkatkan promosi iklan melalui media elektronik untuk membangun citra aplikasi OYO. Kesimpulannya, aplikasi OYO dapat memilih strategi promosi yang dianggap tepat untuk meningkatkan penjualan dari beberapa alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis otomatis.

kata kunci ; strategi promosi; rumah kost; aplikasi OYO

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the promotional activities of the Musdalifah boarding house through the OYO application in the city of Palembang. Qualitative methods are used in this research. The subjects of this study were managers, 10 OYO Palembang staff and 2 OYO loyal customers in Palembang City. Purposive sampling technique is a sampling technique for data sources with certain considerations. This research was conducted from May 2021 to December 2021. Data analysis used in this study used qualitative data analysis. The results of this study analyze the internal and external factors of the promotional strategy carried out by Kost Wisma Palembang through the OYO ST application and the WT strategy that can be applied in marketing the OYO application in boarding sales in an effort to increase sales volume, which consists of delivering product information to customers that does not require time. . . It took a long time for the Wisma Palembang advertisement on the OYO application to be known and have a lot of fans. Build a brand image and communication relations within the community so that they are more confident and trust the OYO application. Increase advertising promotions through electronic media to build the image of the OYO application. In conclusion, the OYO application can choose a promotion strategy that is considered appropriate to increase sales from several alternative strategies generated from automated analysis.

Keywords ; promotion strategy; boarding house; OYO app

RIWAYAT HIDUP

Biodata

Nama : Julian Finaldy Mustar
Jenis Kelamin : Laki-laki
TTL : Bogor, 03 Juli 2000
Umur : 22 tahun
Alamat : Jl. Radial 24 ilir Palembang
Email : jfinaldy03@gmail.com
Agama : Islam
Anak : 3 dari 3 Bersaudara
Tinggi Badan-Berat Badan : 178 cm – 70 kg
Status : Belum Menikah
Universitas Bina Darma Palembang, Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Sosial Humaniora.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya Ilmiah (skripsi) ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Laporan Skripsi ini berjudul “KOMUNIKASI PROMOSI RUMAH KOST WISMA MUSDALIFAH MELALUI APLIKASI OYO DI KOTA PALEMBANG”, Pada kesempatan yang sangat berbahagia ini, Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunda Ariana, M.Pd. M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Isna Wijayani, Ph.D selaku Dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Bina Darma Palembang.
3. Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom selaku kaprodi memberi saran serta memberikan masukan dalam pembuatan Skripsi untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang
4. Dwi Maharani., M.I.Kom yang telah membimbing dan mengarahkan agar supaya skripsi ini selesai
5. Serta para dosen dan staf Universitas Bina Darma Palembang yang tidak bisa si sebutkansatu-persatu
6. Terima kasih kepada Ayah dan Ibu tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan semangat dan motivasi penuh kepada penulis.

7. Terima kasih kepada teman-teman pejuang masa depan yang selalu mendukung saya untuk melanjutkan penulisan karya ilmiah saya.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa di dalam karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk sempurna nya Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat baik

Penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya sehingga dapat menambah sedikit pengetahuan bagi para pembaca.

Palembang, Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kerangka Konseptual	6
2.1.1 Komunikasi	6
2.2 Kerangka Teoritis	7
2.2.1 Rumah Kost Musdalifah	7
2.2.2 Pengertian Komunikasi	7
2.2.3 Digital Marketing	8
2.2.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran	13
2.2.5 Strategi Promosi	13
2.3 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.3.2 Rating & Review	16
2.3.3 Rumah kost-kosan.....	17
2.3.4 Sifat-Sifat Komunikasi.....	17
2.4 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Metode Penelitian	19
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	19
3.3 Jenis Penelitian	19

3.4	Objek dan Subjek Penelitian	19
3.4.1	Objek Penelitian.....	19
3.4.2	Subjek Penelitian	19
3.5	Pengumpulan Data	21
3.6	Teknik Analisis Data	22
3.7	Jenis Dan Sumber Data	22
3.7.1	Jenis Data	22
3.7.2	Sumber Data.....	22
3.8	Waktu Penelitian	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	25
4.1.1	Sejarah aplikasi OYO dan Kost	25
4.1.2	Hasil yang didapat melalui Pemilik Wisma Musdalifah..	25
4.1.3	Strategi promosi rumah kost melalui aplikasi oyo di kota Palembang.....	26
4.1.4	Standar Oyo dari Foto Lama ke Foto Baru	30
4.1.5	Hasil penelitian dilapangan.....	32
4.1.6	Hasil Observasi dan analisis wawancara	33
4.1.7	Jenis jenis penjualan	35
4.1.8	Kerangka Fikir	37
4.2	Pembahasan	46
4.2.1	Komunikasi	46
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran	49
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Halaman depan wisma musdalifah	27
Gambar 4.2 Kamar Wisma Musdalifah.....	27
Gambar 4.3 Ruang Depan Wisma Musdalifah	28
Gambar 4.4 Wisma Musdalifah	30
Gambar 4.5 Wisma musdalifah	30
Gambar 4.6 Observasi.....	33
Gambar 4.7 Proses Pertukaran Transaksi	38
Gambar 4.8 Kerangka fikir	37

