

**STRATEGI PROMOSI RUMAH MAKAN LESEHAN SEGO WIWIT
PRAMBANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN**

TAHUN 2016

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Arma Rachmadika Utama

20130530036

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Desember 2017

Tempat : Ruang Multimedia Ilmu Komunikasi

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.)

Penguji I

(Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.)

Penguji II

(Krisna Mulawarman, S.Sos., MSn.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Pada tanggal 13 Desember 2017

Mengetahui



(~~Harjadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc~~)

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arma Rachmadika Utama

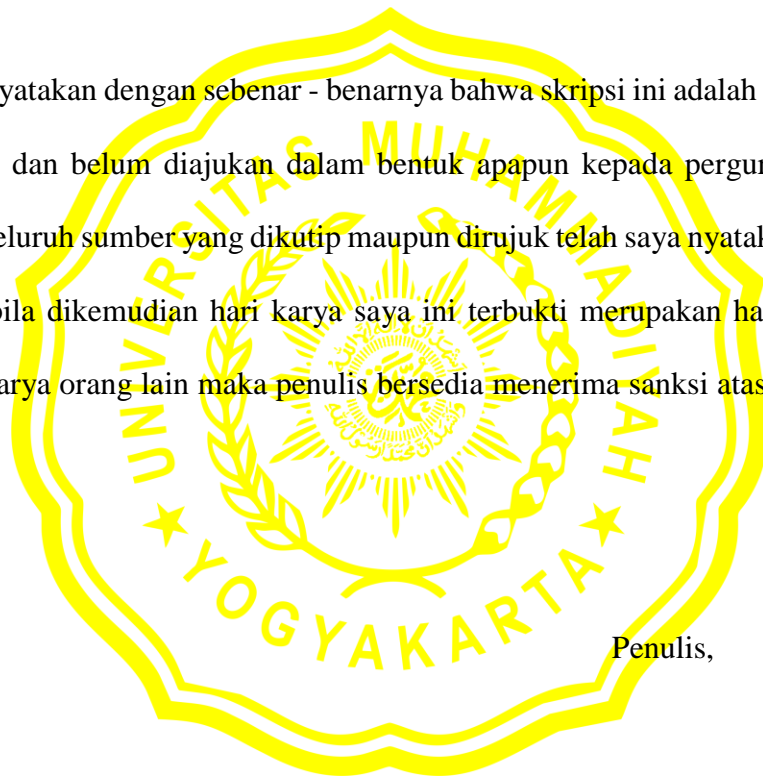
NIM : 20130530036

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.



Penulis,

Arma Rachmadika Utama

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. Selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn selaku dosen penguji skripsi yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Bapak Wisnu Fajar Endarto selaku owner Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan yang selalu memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
9. Orang tua tercinta yang telah memberi dukungan serta memberikan kasih sayangnya selama ini. Terimakasih atas cinta yang tiada henti.
10. Untuk sodara-sodara saya yang selama ini telah memberikan support kepada saya selama saya mengerjakan proses perkuliahan.

11. Untuk keluarga besar saya simbah, om, tante, pakde, bude dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terimakasih untuk motivasi dan semangatnya selama ini.
12. Untuk Putri Retno Sari yang selalu menjadi penyemangat saya, menjadi pelengkap, hari-hari saya dan selalu menemani saya dalam keadaan suka dan duka
13. Untuk sahabat sahabat saya Indah Maya Cornellya, Orba Rahayu Eksa Priyangi, Fikry Dwi Nugroho, Cendekiawan Putra Kusuma, Dwiki Nurhidayat, Faza Yudiansyah yang selalu mensupport dan menyemangati saya.

Yogyakarta, 19 Desember 2017

Hormat Kami

Arma Rachmadika Utama

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kehadirat Alloh SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku yang selalu ada disisiku mendoakanku, mendampingi serta mendukungku dengan segenap kasih sayangnya. Terimakasih untuk cinta kasihmu yang tiada hentinya untukku.
2. Keluarga besarku yang selalu mendukungku.
3. Untuk Putri Retno Sari yang selalu menjadi penyemangat saya, menjadi pelengkap, hari-hari saya dan selalu menemani saya dalam keadaan suka dan duka
4. Sahabat-sahabat saya Indah Maya Cornellya, Orba Rahayu Eksa Priyanggi, Fikry Dwi Nugroho terimakasih selalu memberi semangat
5. Teman seperjuangan Cendekiawan Putra, Dwiki Nurhidayat, Faza Yudiansyah yang telah mendukung dan selalu sabar dalam memotivasi serta selalu ada dalam keadaan suka dan duka.
6. Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan masa belajar saya.

8. Seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Pak Jono, Pak Mur, dan Mbak Siti. Terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan.
9. Teman-teman Komunikasi angkatan 2013. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini

Motto

Jangan pernah membatasi diri kita. Karena dengan membatasi diri, kita tidak akan pernah menjadi apa yang kita mau. Kita menuhankan manusia dan kita tidak akan bisa melebihi manusia yang kita anggap tuhan itu, jadi jangan batasi diri kita, ekspresikan apa yang kita inginkan

“ Arma Rachmadika Utama ”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRAC	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Strategi Promosi.....	11
2. Perencanaan Promosi.....	23
3. Proses Impelentasi.....	22
4. Evaluasi.....	22

5. Bauran Promosi.....	24
F. Penelitian Terdahulu.....	38
G. Metode Penelitian.....	40
1.1. Jenis Penelitian.....	40
1.2. Lokasi Penelitian.....	41
1.3. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.4. Teknik Analisis Data.....	43
1.5. Uji Validitas Data.....	45
1.6. Sistematika Penulisan.....	45

BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah.....	47
B. Lokasi	47
C. Visi dan Misi.....	49
D. Segmentasi.....	49
E. Logo.....	50
F. Jam Buka Operasional.....	51
G. Struktur Organisasi.....	51
H. Manajemen	51
I. Fasilitas Rumah Makan.....	54
J. Interior dan Eksterior.....	55
K. Menu Makanan.....	56

BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Sajian Data.....	60
1. Perencanaan Promosi.....	60
2. Proses Implementasi	85
3. Pengendalian dan Kontrol (evaluasi).....	86
4. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	88
B. Analisis Data.....	90
1. Perencanaan Promosi.....	90
2. Proses Implementasi.....	105
3. Pengendalian dan Kontrol (evaluasi).....	107
4. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	108

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	115

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Target Dan Capaian Konsumen.....	06
Tabel 1.2. Grafik Jumlah Konsumen Perbulan Tahun 2016.....	07
Tabel 3.1. Daftar Kegiatan Promosi Lesehan Sego Wiwit.....	84

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Nasi sego wiwit.....	05
Gambar 2.1. Peta lokasi Lesehan Sego Wiwit Prambanan	49
Gambar 2.2. Logo Lesehan Sego Wiwit	51
Gambar 2.3. Interior Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	56
Gambar 2.4. Eksterior Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	56
Gambar 2.5. Menu Makanan Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	57
Gambar 3.1. Brosur Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit.....	72
Gambar 3.2. Banner Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	74
Gambar 3.3. Billboard Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	75
Gambar 3.4. Akun Fanpage Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	77
Gambar 3.5. Tampilan Website Lesehan Sego Wiwit Prambanan.....	78
Gambar 3.6. Voucher Diskon Lesehan Sego Wiwit.....	81
Gambar 3.7. Publisitas Opensnap.....	82
Gambar 3.8. Publisitas Foody.id.....	82

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Nama : Arma Rachmadika Utama

NIM : 20130530036

Judul Skripsi : Strategi Promosi Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit Prambanan Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tahun 2016

Tahun Skripsi : 2017 + 116 halaman + 14 lampiran + 3 tabel

Daftar Pustaka : 30 buku + 4 website + 1 Jurnal

Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit Prambanan merupakan pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner di Prambanan. Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit adalah rumah makan dengan menu kuliner tradisional khas Jawa Tengah. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit Prambanan dalam meningkatkan jumlah konsumen tahun 2016. Sebagai salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit tentu memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah konsumen, salah satunya adalah dengan merancang langkah-langkah yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit dalam meningkatkan jumlah konsumen tahun 2016.

Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif data dikumpulkan melalui wawancara mendalam didukung dengan teknik analisis yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data, menganalisis data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Rumah Makan Lesehan Segu Wiwit Prambanan dalam perencanaannya menggunakan komunikasi efektif yang memiliki delapan program. Pelaksanaannya dilakukan dengan memanfaatkan media internet dan media sosial seperti fanpage facebook dan website. Bauran promosi yang paling berpengaruh dalam promosinya adalah menggunakan diskon langsung (*sales promotion*). Selanjutnya, tahap evaluasi yang dilaksanakan dengan mengadakan rapat rutin setiap enam bulan sekali.

Kata kunci : Strategi promosi, bauran promosi

ABSTRAC

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE FACULTY
COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT
ADVERTISING STUDY**

Name : Arma Rachmadika Utama
Student ID Number : 20130530036
**Thesis Tittle : Promotion strategy of Lesehan Sego Wiwit Pambanan
Restaurant in increasing the number of consumers year 2016**
Thesis Year : 2017 + 116 page + 14 attachment + 3 table
Bibliography : 30 Books + 4 website + 1 Journal

Lesehan Sego Wiwit Prambanan Restaurant is a company engaged in the field of culinary in Prambanan. Lesehan Sego Wiwit Restaurant is a restaurant with traditional culinary of Central Java. This research discuss about the promotion strategy of Lesehan Sego Wiwit Prambanan restaurant in increasing the number of consumers in 2016. As a company that engaged in the field of culinary, Lesehan Sego Wiwit Restaurant of course has some ways to increase number of consumers, and one of those ways is formulating the strategy with effective ways. The aims of this research is to describe the promotion strategy that done by Lesehan Sego Wiwit Restaurant in increasing the number of consumers in 2016.

The method used is descriptive with qualitative approach of data collected through indepth interview supported by analysis technique which is done by collecting data, analyzing data and draw conclusion

The result showed, that the strtategy undertaken by the Restaurant Lesehan Sego Wiwit Prambanan in palanning it using effective communication which has eight programs. Implementation is done by using the media internet and social media such as fanpage facebook and website. The most promotional mix influential in the promotion is to use direct discount (*sales promotion*) futhermore, the evaluation phase in carried out by holding regular meetings every six monthly.

Keywords : Promotion Strategy, Promotion Mix