

**STRATEGI SOCIAL MARKETING “COIN COLLECTING DAY”
KOMUNITAS YOGYAKARTA**

COIN A CHANCE (YCAC) PADA TAHUN 2010-2016

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

FARID WAJDI

20130530060

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Farid Wajdi

No. Mahasiswa : 20130530060

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Strategi *social marketing* “*Coin Collecting Day*”
Komunitas Yogyakarta *Coin A Chance* Pada Tahun 2010-
2016

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun di rujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 17 Desember 2017

Farid Wajdi

HALAMAN PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI SOCIAL MARKETING “COIN COLLECTING DAY” KOMUNITAS YOGYAKARTA COIN A CHANCE (YCAC) PADA TAHUN 2010-2016”** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan sekaligus sebagai penerapan teori-teori yang telah penulis peroleh selama berada di bangku kuliah. Ucapan terima kasih penulis berikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu dalam proses studi dan penulisan skripsi ini. Tentunya kepada:

1. Bapak 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 Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, serta saran, kritik dan dukungan selama bimbingan skripsi ini.

5. Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, P.hD, selaku dosen penguji I atas saran dan arahnya mengenai skripsi ini.
6. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si selaku dosen penguji II atas saran dan arahnya mengenai skripsi ini.
7. Para staf dan Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Komunitas Yogyakarta Coin A Chance yang telah bersedia membantu dan menjadi objek penelitian penulis.

Tanpa bantuan dari pihak-pihak terkati, tentunya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Kedepannya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Sekian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Desember 2017

Farid wajdi
20130530060

HALAMAN MOTTO

“Barangsiapa bertawakkal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki)-Nya” (QS. Ath-Thalaq ayat 3)

“Waktumu terbatas. Jangan menyia-nyiakannya dengan menjalani hidup orang lain.” – Steve jobs

“Ikhlas membiarkan diri tenang, Pasrah membiarkan diri kalah” – Pidi Baiq

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama perkuliahan hingga disusunnya skripsi ini kepada:

1. Allah SWT. Dengan segala kebesaran dan kuasanya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga batas kemampuan yang penulis miliki.
2. Ibu saya, Sumber Lestari yang selalu memberikan dukungan, bimbingan, wejangan, dan mengajarkan saya untuk selalu bertanggung jawab terhadap apa yang sudah dimulai harus diselesaikan pula, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak saya, Sri Mulyono yang selalu menanyakan bagaimana perkembangan skripsi saya setiap hari. Dan selalu memberikan dukungan berupa moril dan materil sehingga bisa menyelesaikan skripsi hingga akhir.
4. Ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing saya. Terima kasih atas waktu luang yang diberikan kepada kami mahasiswa bimbingan ibu, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini hingga titik darah penghabisan.
5. Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, P.hD selaku dosen penguji I. Terimakasih untuk kritik dan saran yang sangat membangun demi tulisan tujan akhir yang lebih baik.

6. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si selaku dosen penguji II. Terimakasih untuk kritik dan saran yang sangat membangun demi tulisan tугan akhir yang lebih baik.
7. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, MSc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Seluruh dosen pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terimakasih atas Ilmu yang diberikan dari semester 1 hingga semester 8.
9. Komunitas Yogyakarta Coin A Chance yang sudah mau menerima saya dengan baik sebagai peneliti dan mau menerima saya dalam setiap kegiatan yang diadakan.
10. Yoshepus Ardean aka mas Ade selaku fonder dari YCAC dan Mas Yuzil Ihza Mahendra. Terimakasih banyak sudah mau saya repotin selama dari awal hingga akhir penelitian. Semoga saya tetap bisa ikut berkontribusi untuk YCAC kedepannya.
11. Teman-Teman ESKOMCREATIVA yang saya sayangi, Rizk Gilang W, Ervan Yuffrizal, Roni Nur Raditya, Dwiga Satriawan dan Risqi Kurniawan. Terimakasih sudah menjadi konco kenthel selama perkuliahan sampai tua nanti kalau bisa.
12. Pacar saya Balqis Kusuma Octahadi yang saya sayangi juga, yang selalu menyemangati saya dan memarahi saya kalau lagi males mengerjakan skripsi.

13. Terimakasih untuk staf ilmu komunikasi yang sudah sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi
14. Terimakasih juga kepada semua teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi yang selalu bersama dari awal kuliah sampai akhir perjuangan ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Teori.....	7
1. Strategi Kampanye.....	7
2. Konsep <i>Social Marketing</i>	8
F. Metode Penelitian	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Jenis dan Sumber Data.....	23

3. Objek Penelitian.....	24
4. Teknik Pengambilan Informan	24
5. Teknik Pengumpulan Data.....	24
6. Teknik Anilisis Data	27
7. Uji Validitas Data	27
8. Sistematika Penulisan	27
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Komunitas CAC	29
B. Logo CAC	32
C. Visi Misi CAC.....	33
D. Kegiatan CAC	33
E. Penerimaan Adik Asuh CAC.....	36
F. Sistem Pendanaan CAC	38
G. Struktur Organisasi CAC	40
H. Deskripsi Pekerjaan Divisi.....	41
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Sajian Data	43
1. Perencanaan Kampanye	44
2. Pelaksanaan Kampanye.....	57
3. Monitoring dan Evaluasi	65
B. Analisis Data	68
1. Tahap Perencanaan Kampanye	69
2. Tahap Pelaksanaan Kampanye	83
2.1 Pelaksanaan Kampanye.....	84
2.2 Faktor Penghambat dan Pendukung Kampanye	88
3. Mengevaluasi Kampanye.....	89
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	93

B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	98
A. Transkrip Wawancara.....	98
B. Surat Pernyataan Penelitian dari CAC	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Komunitas Pendidikan di Yogyakarta	5
Tabel 3.1. Tempat Kampanye “Coin Collecting Day”	53
Tabel 3.2. Media yang digunakan untuk promosi CAC	54
Tabel 3.3. Daftar tempat dropzone CAC	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Yogyakarta <i>Coin A Chance</i>	40
Bagan 3.1. Alur Kesisteman Indikator Keberhasilan Program.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Yogyakarta <i>Coin A Chance</i>	32
Gambar 3.1. Foto kampanye yang di unggah di Instagram CAC	58
Gambar 3.2. Poster <i>Coin Collecting Day</i>	59
Gambar 3.3. Pesan kampanye yang di unggah ke sosial media	60
Gambar 3.4. Talkshow di Hitam Putih oleh <i>Founder</i>	61
Gambar 3.5. Edukasi terhadap masyarakat di salah satu mall	62
Gambar 3.6. Dropzone ke cafe-cafe.....	62
Gambar 3.7. Kolaborasi dengan komunitas di Jogja	63