

ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

**Herbudi Tri Prasetya
20010530066**

Strategi Promosi *Distro* ORIGIN MERCH dalam Menciptakan *Awareness* Melalui *Endorse Band* Tahun 2015

Tahun Skripsi : 2015+ 98 hal + 2 tabel + 22 gambar + 7 lampiran

Daftar Pustaka : 21 buku + 4 sumber online + 1 jurnal

ORIGIN MERCH merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis perancangan, produksi, dan penjualan pakaian secara mandiri. Didirikan tahun 2010 di Yogyakarta, ORIGIN MERCH menasar kalangan muda. Perusahaan ini melihat kalangan muda di lingkungan musik *underground* Yogyakarta sangat berpotensi untuk dijadikan basis pasar yang kuat, yang kemudian dapat menjadi landasan menuju ke lingkungan pasar lebih luas. Pertanyaannya kemudian metode apakah yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk? Ditambah dengan fakta bahwa ORIGIN MERCH memiliki banyak kompetitor di bidang yang sama, maka perlu dipikirkan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan daya jual. Mensiasati tantangan ini ORIGIN MERCH melakukan terobosan yang dinilai sebagai strategi efektif, yakni *endorse band*. Strategi ini dilakukan dalam rangka menciptakan dan meningkatkan *awarness* supaya ORIGIN MERCH dikenal oleh kalangan khalayak luas.

Penelitian ini berusaha menganalisis strategi promosi *endorse band* yang dilakukan oleh ORIGIN MERCH untuk menciptakan *awarness*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif, sehingga dalam penelitian ini peneliti tidak mencari maupun menguji hipotesis. Tujuan peneliti adalah mengevaluasi strategi promosi ORIGIN MERCH untuk menciptakan *awarness* melalui strategi *endorse band*. Sumber dari penelitian berasal dari pemilik, karyawan, dan pengunjung di toko ORIGIN MERCH. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, arsip, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan strategi promosi *endorse band* ORIGIN MERCH melakukan tiga tahapan yaitu: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Mulai dari merencanakan band apa yang akan di jadikan *endorser*, pelaksanaan kontrak kerja sebagai *endorser* hingga evaluasi mengenai efektif tidaknya strategi *endorser band*.

Sampai saat ini strategi promosi ini yang dilakukan dirasa cukup berhasil. Ini diketahui dari indikator meningkatnya jumlah pengunjung sekaligus pelanggan setiap bulannya. Meskipun demikian ORIGIN MERCH masih perlu meningkatkan dan mengembangkan strategi *endorse band* yang dilakukannya.

Kata kunci Strategi Promosi, *Endorse Band*, *Awareness*, ORIGIN MERCH