

**STRATEGI PROMOSI DISTRO ORIGIN MERCH DALAM  
MENCIPTAKAN AWARENESS MELALUI ENDORSE BAND TAHUN 2015**

(Studi Deskriptif tentang Strategi Promosi *Distro* ORIGIN MERCH dalam  
menciptakan *awareness* melalui *Endorse band*)

**PROMOTIONAL STRATEGY OF ORIGIN MERCH DISTRO IN CREATING  
AWARENESS THROUGH BAND ENDORSEMENT IN 2015**

(Descriptive Studies about Promotional Strategy of ORIGIN MERCH Distro In  
Creating Awariness Through Band Endorsement In 2015)



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana S-1  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Disusun oleh :  
Herbudi Tri Prasetya  
20010530066**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2015**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Herbudi Tri Prasetya

NIM : 20010530066

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi Distro ORIGIN MERCH dalam Menciptakan Awareness Melalui Endorse Band Tahun 2015” adalah hasil karya saya sendiri dan 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 saya bersedia dicabut gelar kesarjanaan yang saya dapatkan.

Yogyakarta, 30 Desember 2015

Herbudi Tri Prasetya

**MOTTO**



**(man jadda wa jadda)**

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrahmanirrahim**

Alhamdulillah, dengan puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, karunia serta kemudahan-kemudahan yang di berikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar S-1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu saya hingga ke tahap ini. Oleh karena itu, tidak lupa saya ingin menghaturkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas rahmat, rejeki, nikmat, kemudahan, hidayat serta semua kebaikan yang diberikan dalam hidup ini.
2. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingan dan kesempatan yang diberikan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar S-1.
3. Pak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn. dan Pak Zein Mufarikh Muktaf S.IP., M.I.Kom selaku Dosen penguji skripsi, terima kasih banyak atas masukan yang diberikan dalam memperbaiki skripsi saya.
4. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas semua ilmu yang diberikan.
5. Pak Jono dan Mbak Siti atas semua info yang diberikan dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.

Saya berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca, terlebih kepada saya sendiri.

Yogyakarta, Desember 2015

HerbudiTri Prasetya

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini aku persembahkan kepada

Yang Tersayang Babe dan Mami  
Istri tercinta Melisa Angela  
buah hatiku Macika Laksmi Prasetya  
Mas Ari, Fitri dan Iyan

## UCAPAN TERIMAKASIH

Allah SWT atas nikmat, rejeki, berkah, kesehatan, kebaikan, keburukan yang di berikan juga skenario pembuatan skripsi ini yang kadang bikin deg-degan, serta terimakasih atas dipertemukannya kembali dengan teman-teman MABA.

Babe dan Mami, terimakasih atas semua doa, kepercayaan dan nikmat yang selama ini saya rasakan dari kecil hingga sampai dewasa ini. Maaf ya Mi terlalu molor, baru bisa menghadihkan kelulusan ku baru di tahun 2015 ini, semoga kesehatan selalu menyertai Babe dan Mami, sekali lagi TERIMA KASIH.

Istriku tercinta, Mama belahan hatiku Melisa Angela yang senang tiasa mendukungku tanpa lelah dengan sayang dan kasih, juga buah hatiku Macika Laksmi Prasetya, makasih ya dek udah gangguin papa, sehat selalu dan cepat besar ya, love you both.

Kakak dan adek-adekku Mas Ari, Mbak Nia juga si kecil Absya, Onty Fhy ,ayo onty fhy semangat skripsinya, go go go! Iyan, ayo om iyan yang semangat kuliahnya, jangan molor terus. Semuanya terima kasih atas semangat dan doanya.

Oma, Alm Angguik, Duvrat Family, Kulsa dan keluarga Nakula 49

Semua Partner In Crime saya di NOK37 ( Prastowo a.k.a Rotten, Dhalas a.k.a Eyeskunk, Tama a.k.a Baby T) tanpa kalian saya hanya Ipras biasa, bukan PAWS37, RAWTEAM ( Chethul, Paijo, Andek, Baskoro, Gundul, Buya) 2016 mari berlayar lagi, SERIGALA FAMILIA dimanapun itu.

CUTOFFDEPTH (Mr Lacos, Mr Kateratchy, Darkknees and Team ) dan SQUADS Keep Bangerz!

MABA (Angkasa, Jaya, Willy, Buto, Rusman, Topik, Pipin, Ira, Huda) DO.. itu bukan gue!. Pertemuan kembali yang fenomenal, sedikit mengguncang dunia persilatan di kampus, banyaknya konflik dan kendala ternyata malah bisa jadi cambuk untuk kita..tetap semangat man teman, pantang kendur.

Mas Dona a.k.a Bebek dan ORIGIN MERCH nya, beserta karyawan dan direksinya, terimakasih atas waktu, kesempatan serta di berikan ijin untuk mengadakan penelitian di distro ORIGIN, sukses selalu untuk ORIGIN MERCH, semoga semakin besar, ramai dan semakin banyak cabangnya

Semua musisi hiphop di dunia, semua musik hiphop dan non hiphop yang aku dengarkan, semua instrument yang aku mainkan, terimakasih telah menjadi teman dalam kondisi apapun.

Semua teman-teman yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, di manapun itu, dunia nyata, dunia maya. Salute!

And The one and only YESYESYO!.

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRAC.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kerangka Teori.....	7
D.1. Promosi.....	7
D.2. Strategi Promosi.....	12
D. 2.1. Pengertian Strategi Promosi.....	12
D. 2.2. Komponen-komponen Strategi Promosi .....	15
D.3. <i>Endorse</i> .....	20
E. Metode Penelitian.....	24
E.1. Jenis Penelitian.....	24
F.2. Lokasi Penelitian.....	25
F.3. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F.4. Teknik Analisa Data.....	26



<b>BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>27</b>
A. Sejarah Distro.....	27
B. Sejarah Berdirinya Distro ORIGIN.....	31
C. Misi dan Visi.....	36
D. Logo.....	36
E. Lokasi .....	38
F. Perkembangan.....	39
G. Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
G.1. Owner.....	40
G.2. Head Store.....	41
G.3. Head Production.....	41
G.4. Shop Keeper.....	42
H. Produk Yang Dijual.....	42
H.1. Produk impor.....	43
H.2. Produk Origin Merch.....	45
H.3. Produk Endorsement Band.....	47
H.4. Produk Dari Brand Lain / Konsiyasi.....	49
I. Harga Produk Yang Dijual.....	50
J. Promosi.....	51
 <b>BAB III : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	 <b>53</b>
A. Sajian Data.....	53
A.1. Perencanaan Promosi.....	55
A.1.1. Menentukan Segmentasi.....	56
A.1.2. Menentukan Harga Dan Kualitas.....	65
A.1.3. Menentukan Media Promosi.....	66
A.1.4. Menentukan Tujuan Strategi <i>Endorsement</i> .....	70
A.2. Pelaksanaan.....	71

A.3. Evaluasi.....	75
A.3.1. Evaluasi Segmen Pasar.....	76
A.3.2. Evaluasi <i>Endorsment</i> .....	76
A.3.3. Evaluasi Anggaran.....	77
B. Pembahasan.....	78
B.1. Segmentasi Pasar .....	79
B.2. Menargetkan Pasar.....	81
B.2.1. Responsif Terhadap Pasar Sasaran.....	81
B.2.2. Potensi Penjualan.....	82
B.2.3. Pertumbuhan Media.....	83
B.2.4. Jangkauan Media.....	84
B.3. Endorsment.....	85
B.3.1. Pelaksanaan Endorsment ORIGIN Merch.....	92
B.3.2. Evaluasi Strategi Endorsment.....	94
<b>BAB IV : PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Distro ORIGIN MERCH Jogja 2010-2013	32
Gambar 2 Distro ORIGIN MERCH Jogja 2013 – Sekarang	33
Gambar 3 Distro ORIGIN MERCH Jogja 2013 – Sekarang	33
Gambar 4 Display Interior Distro ORIGIN MERCH Jogja	33
Gambar 5 Display Interior Distro ORIGIN MERCH Solo	34
Gambar 6 Logo ORIGIN MERCH	37
Gambar 7 Struktur Organisasi ORIGIN MERCH	39
Gambar 8 Kaos Import yang dijual di ORIGIN MERCH	42
Gambar 9 CD Band Import yang dijual di ORIGIN	43
Gambar 10 Emblem Import yang dijual diORIGIN	43
Gambar 11 Produk dari ORIGIN MERCH	44
Gambar 12 Produk dari ORIGIN MERCH	45
Gambar 13 Produk dari ORIGIN MERCH	45
Gambar 14 Produk ORIGIN MERCH yang berkolaborasi dengan band	46
Gambar 15 Produk ORIGIN MERCH yang berkolaborasi dengan band	47
Gambar 16 Produk ORIGIN MERCH yang berkolaborasi dengan band	47
Gambar 17 Produk Konsiyasi yang dijual di ORIGIN Distro	46
Gambar 18 Kaos Import yang dijual di ORIGIN MERCH	57
Gambar 19 ORIGIN MERCH yang baru	58
Gambar 20 Konsumen ORIGIN dari kalangan pelajar	60
Gambar 21 Pamflet Event yang diadakan ORIGIN	61
Gambar 22 Kaos NOK37 yang di produksi oleh ORIGIN MERCH	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis dan Harga Barang di ORIGIN Distro	50
Tabel 2 Harga Produk ORIGIN Merch	65

## ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTESING

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**

## ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY YOGYAKARTA  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
COMMUNICATION SCIENCE MAJOR  
CONCENTRATING ON ADVERTISING**

**Herbudi Tri Prasetya**

**20010530066**

**Promotional Strategy of *ORIGIN MERCH* Distro in Creating Awareness through Band Endorsement in 2015**

Year of Publication : 2015+ 98 pages + 2 tables + 22 figures + 7 annexes

BIBLIOGRAPHY 21 books + 4 online sources + 1 journal

ORIGIN MERCH is a company specializing in the business of independent apparel design, production and marketing. Established in 2010 in Yogyakarta, ORIGIN MERCH market for the young generation. The company observes that young generation in Yogyakarta underground music scene is a potentially strong market base, which later can be a foundation to gain wider market. The question then, what is the right method to increase product sales? In addition to the fact that ORIGIN MERCH has many competitors in the same field, an appropriate strategy formulation is needed to increase marketability. Facing this challenge, ORIGIN MERCH took a breakthrough considered as an effective strategy, which is band endorsement. This strategy is taken in order to create and increase public awareness of ORIGIN MERCH.

This research analyzes the band endorsement promotion strategy carried out by ORIGIN MERCH in creating awareness. This is a descriptive research with qualitative data, the researcher does not seek or test any hypothesis. The researcher aims to evaluate ORIGIN MERCH promotion strategy in creating awareness through band endorsement. Sources for this research is from the owner, staffs and visitors of ORIGIN MERCH distro shop. This research collects data through interviews, archives and literature review.

The result of this research shows that band endorsement as part of ORIGIN MERCH promotion strategy is carried out in 3 phases: planning, implementation and evaluation. It begins by planning what band will be the endorser, endorser work contract implementation, to the evaluation of the effectivity of band endorsement strategy.

Until now this promotion strategy is considered to be successful. This is indicated by the increasing number of shop visitors and costumers each month. Nevertheless, ORIGIN MERCH still needs to improve and develop the band endorsement strategy it applies.

**Key words: Promotion Strategy, Band Endorsement, Awareness, ORIGIN MERCH**