

**STRATEGI PROMOSI PERUSAHAAN OTOMOTIF “KUPU-KUPU
MALAM” DALAM MENINGKATAN JUMLAH PELANGGAN
TAHUN 2014**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

FIERDA MAULIDAH

20110530038

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

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 : Senin
Tanggal : 21 Desember 2015
Tempat : Ruang Multimedia
Nilai :

Susunan Tim Penguji

Ketua

Aswad Ishak, S.IP., M.Si

Penguji I

Penguji II

Dr. Suciati, S.Sos., M.Si.

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

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 21 Desember 2015.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fierda Maulidah
No. Mahasiswa : 20110530038
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : ISIPOL
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Skripsi : Strategi Promosi Perusahaan Otomotif “Kupu-Kupu
Malam” Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan
Tahun 2014

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelas kesarjanaanya.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Fierda Maulidah

MOTTO

"Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri".

(Ibu Kartini)

“Pemenang kehidupan adalah orang yang tetap sejuk di tempat yang panas, yang tetap manis di tempat yang pahit, yang tetap merasa kecil di tempat yang besar, dan yang tetap tenang di tengah badai yang paling hebat”.

(Hi Tsuki Rin)

“Karena sebuah proses tidak akan mengkhianati sebuah hasil”.

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini ku persembahkan untuk Bunda, Keluarga dan
Orang-Orang Tersayang*

*Untuk Bundaku yang hebat Desi Eka Putri, yang telah
berkerja keras untuk membiayaiku mulai dari kebutuhan
hidupku hingga aku berpendidikan tinggi, yang selalu
mendoakanku di setiap langkahku, membimbingku menjadi
anak yang cerdas dan selalu mensupportku saat mengerjakan
skripsi.*

*Untuk Keluargaku, terutama untuk kakekku M.Nasir Ahmad
dan nenekku Haluna, yang selalu menjagaku, menyanyangiku
dan mendidikku agar menjadi anak yang berguna. Berkat doa
kalian aku bisa melewati semuanya sampai ketitik sekarang
ini.*

*Untuk Orang-Orang Tersayang, Terima kasih kalian telah
menjadi bagian hidupku yang terindah.*

Kalian “HEBAT”

Special Thanks to :

Allah SWT, Tuhan segala umat yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang memudahkanku dalam segala hal serta dalam pengerjaan skripsi ini.

Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menjadi zaman yang lebih terang.

Bundaku, Desi Eka Putri yang telah melahirkan, membesarkan serta membimbing agar aku menjadi manusia yang lebih berguna dan banyak berkorban buat hidupku.

Kakek dan nenekku, Bapak M.Nasir ahmad dan Ibu Haluna, Terima kasih telah membesarkanku, menyanyangi serta membimbingku agar menjadi anak kebanggaan keluarga.

Dosen Pembimbing Bapak Aswad Ishak, pembimbing yang luar biasa baik serta sabar dan banyak sekali memberi ilmu dan masukan positif dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak Pak, terima kasih karena bersedia membimbing aku.

Dosen Penguji I ibu Suciati, dosen penguji yang telah bersedia menyediakan waktunya untuk menguji proposal dan pendadaran serta banyak membantu dalam segala hal. Terima kasih ya bu.

Dosen Penguji II Ibu Sovia Sitta Sari, dosen penguji yang juga telah bersedia menyediakan waktunya untuk menguji proposal dan pendadaran serta banyak membantu dalam segala hal. Terima kasih ya bu.

Dosen Ilmu Komunikasi, Pak Ridho, Pak Krina, Pak Zein, Pak Haryadi, Pak Zuhdan, Pak Filosa, Pak Ali, Mas Jun, Ibu Tri Hastuti, Mbak Firli, Mbak Anti, Bu Anti, Bu Muria, Mbak wulan, Mbak Ayu , Mas Erwan, Bu Yeni, dan semua Dosen yang telah memberikan banyak ilmu kepadaku.

Staff Jurusan, Mbak Siti Wijayanti, terima kasih sering direpotin sama aku mbak dalam banyak hal. Hehe

Staff TU, Pak Jono dan Pak Mur, terima kasih buat selalu setia memberi informasi dan menjawab segala kegalauanku tentang skripsi mulai dari tata cara pengajuan judul hingga selesainya skripsi.

Staff Perpus IK, Pak Yuni, terima kasih atas ruangan perpusnya yang suka di pakai buat ngadem, suka di bikin pusing dengan kegalauanku dalam menghadapi skripsi.

Mas Tatar Kupu-Kupu Malam dan Mbak Nisa Kupu-Kupu Malam, Mas Bagas dan Bang Teddy, terima kasih banyak atas semua informasi dan data yang telah diberikan sehingga skripsiku berjalan dengan sangat lancar.

Untuk Adekku tersayang Rafa Aiko Raditya, Terima Kasih dengan kelucuannya yang selalu bikin kakak semangat melalui semuanya sayang.

Untuk Keluarga Besarku, Ayah Oji, Ayah Apek, Bikneng, Mami Anis, Omde, Ciksin, Om ijal, Wak Andung, Wak Teteh, Omdo, Tante Siti, Bangdam, Ibul, Ayang, Ebo, Bima, Angel, Naura, Gian, Icha, Zaza, Radit, Bara, Rizal, Fatih, Zahy. Aku bersyukur terlahir di keluarga ini kalian semua hebat.

Sahabat-sahabatku Firefoks, Dekmes Inna, Makgeng Elen, Tante Lina, Maknuk Nurul, Kimcil Dita, Makger Nisa, Bunda Ambar. Terima kasih telah menjadi teman-teman terbaikku dari zaman semester satu sampai sekarang. Sukses buat kita yang gengs, bakal kangen kegilaan kalian lah !!!!

Untuk Sahabatku Iness, Terima kasih sudah menjadi teman yang baik dalam suka maupun duka. Jangan cenggeng lagi, jangan manja lagi yaa.. semangat sukses buat kita pokoknya sayang :*

Teman-teman Ilmu Komunikasi 2011, Gestanda, Fanny, Furqon, Dwih, Mboy, Anggoro, Azhar, Geo, Royki, Fahmi Jung, Heksa, Kisty, Azel, Ririn, Ojan, Nata, Dede, Dimas, Wimba, Rizky, Basofi, Rita, Mirza, Dona, Harven, Manda, Hanny, dan semuanya yang gak bisa di sebut satu persatu terima kasih bila pernah selama kuliah sering merepotkan kalian, semoga kita semua sukses di masa depan Aminnnn ☺

Teman-Teman Public Relation 2011, Sukses Pokokmen buat
kita semua wohopppp !!!!!

Teman-Temanku Di Jogja, Zain, Bang Dolly, Ozy, Bang joni, Irfan,
Oza, Rama, Devi, Ambon, Anwar, April, Edot, Ara, Krisna, Ken, Ori,
Rakha, Icha, El, Al, Romi, Teddy, semua anak-anak kontrakan
Bengkulu bang joni, bang kholis, bang rendi, bang beby, manda,
efan, dan semuanya yang gak bisa di sebutin satu persatu. Terima
Kasih karena kalian juga aku bisa sesurvive ini di jogja ☺

All Teman-Teman KKN 24 Dowangan, Hanny, Tata, Dimas,
Witha, Sixtin, Ajeng, bang pohan, Manda dll. Terima kasih gengs
bolo-bolo meskipun hanya sebentar tapi kebersamaan dengan
kalian berkesan banget !!

Teman-Temanku dari zaman cabe, Cece Jenny, Vivi, Elsa, gengs
cabeku BD8 Mimi Anggi, Egin Ndut, Neng Kiki, Rara Nuina, Esi, Eci
Kerdil, dan Intan Bo. Terima Kasih kalian banyak mengajarkanku
apa itu artinya persahabatan.

Seluruh teman-temanku yang ada di Jogja, Curup, Bengkulu atau
dimanapun kalian berada serta teman-teman selama Kuliah di
UMY. Terima kasih karna selalu menjadi teman yang istimewa.

“ LOVE BANGET “

KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Allah SWT, Rabb semesta alam. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta pengikutnya yang setia. Penyelesaian penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Aswad Ishak, S. IP., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan perhatian dan tenaga serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
3. Semua pihak yang telah membantu baik dalam hal penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhirnya penulis berharap semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal pada mereka yang telah memberikan bantuan, dan dapat menjadikan semua bantuan ini sebagai amal ibadah, Amin.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Fierda Maulidah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Teori	7
1. Strategi Promosi	7
a. Pengertian Promosi	7
b. Pengertian Strategi Promosi	9
c. Perencanaan Promosi	10
d. Bauran Promosi	11
F. Metode Penelitian	17
1. Jenis Penelitian	17
2. Waktu dan Tempat Penelitian	17
3. Teknik Pengumpulan Data	18
4. Teknik Analisis Data	19
5. Teknik Keabsahan Data	22

BAB II. PROFIL UMUM PERUSAHAAN “KUPU-KUPU MALAM” ...	24
A. Sejarah	24
B. Visi	25
C. Misi	25
D. Logo	26
E. Lokasi	27
F. Produk	27
G. Struktur Organisasi	29
H. Legalitas	29
I. Karya Terbaik “Kupu-Kupu Malam”	30
BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	38
A. Sajian Data	38
1. Perencanaan Promosi Yang dilakukan “Kupu-Kupu Malam”	39
2. Strategi Promosi Yang dilakukan “Kupu-Kupu Malam”	48
3. Faktor Penghambat dan Pendukung “Kupu-Kupu Malam”	65
B. Pembahasan.....	67
BAB IV. PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Kupu-Kupu Malam	4
Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Pelanggan Kupu-Kupu Malam Dengan Pihak Kompetitor	5
Tabel 1.3 Informasi Informan Penelitian	19
Tabel 3.1 Data Jumlah Pelanggan Kupu-Kupu Malam	49

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Teknik Analisis Data.....	20
Gambar 2.1 Logo Kupu-Kupu Malam Autofashion & Autoleather	26
Gambar 2.2 Logo Kupu-Kupu Malam Autocustom	26
Gambar 2.3 Yaris Kupu-Kupu Malam	30
Gambar 2.4 De Bejo's Kupu-Kupu Malam	30
Gambar 2.5 Selo Kupu-Kupu Malam	31
Gambar 2.6 Chico I Kupu-Kupu Malam	31
Gambar 2.7 Chico II Kupu-Kupu Malam	32
Gambar 2.8 Chico IV Kupu-Kupu Malam	32
Gambar 2.9 Chico VI Kupu-Kupu Malam	33
Gambar 2.10 Merdeka Kupu-Kupu Malam	33
Gambar 2.11 Tuminem Kupu-Kupu Malam.....	34
Gambar 2.12 Hatinurani Kupu-Kupu Malam	34
Gambar 2.13 Suzuki Escudo Tahun 2000.....	35
Gambar 2.14 Tucuxi Kupu-Kupu Malam	36
Gambar 2.15 Daihatsu Sirion Kupu-Kupu Malam	36
Gambar 3.1 Hasil Modifikasi Kupu-Kupu Malam	47
Gambar 3.2 Hasil Modifikasi Kupu-Kupu Malam	47
Gambar 3.3 Hasil Modifikasi Kupu-Kupu Malam	48
Gambar 3.4 Strategi Promosi Kupu-Kupu Malam Melalui Even.....	51
Gambar 3.5 Strategi Promosi Kupu-Kupu Malam Melalui Even.....	52
Gambar 3.6 Iklan Kupu-Kupu Malam Yang Dimuat Oleh Tribun Jogja .	53
Gambar 3.7 Promosi Kupu-Kupu Malam Dalam Bentuk Baliho	56
Gambar 3.8 Promosi Kupu-Kupu Malam Dalam Bentuk Majalah.....	56
Gambar 3.9 Promosi Kupu-Kupu Malam Dalam Bentuk Spanduk.....	57
Gambar 3.10 Promosi Kupu-Kupu Malam Dalam Bentuk Spanduk.....	57
Gambar 3.11 Iklan Kupu-Kupu Malam Dalam Bentuk Brosur	59
Gambar 3.12 Publisitas Kupu-Kupu Malam Melalui Media Televisi	61
Gambar 3.13 Pemasaran Langsung Kupu-Kupu Malam	64

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Fierda Maulidah (20110530038)

Strategi Promosi Perusahaan Otomotif “Kupu-Kupu Malam” Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Tahun 2014

Tahun 2015 + 88 Halaman + 17 Lampiran

Daftar Pustaka: 20 Buku + 1 Sumber Internet

Mulai menjamurnya perusahaan swasta yang bergerak di bidang otomotif mampu menimbulkan persaingan bisnis antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Pada perusahaan yang bergerak dibidang otomotif banyak tantangan yang harus dihadapi, diantaranya adalah bagaimana langkah-langkah strategi promosi yang tepat yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi promosi yang tepat supaya perusahaan dapat meginformasikan jasa kepada para konsumen, dapat mengetahui selera pasar yang diinginkan serta dibutuhkan oleh konsumennya, dapat terus meningkatkan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Perusahaan Otomotif “Kupu-Kupu Malam” Melalui Even Kompetisi Modifikasi Mobil Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Tahun 2014”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian berada di bengkel mobil Kupu-Kupu Malam Jl. Kabupaten Km 3,5 No. 50 A Sleman Yogyakarta. Informan penelitian adalah Manager dan Marketing “Kupu-kupu Malam” sebanyak 1 orang, dan pelanggan “Kupu-kupu Malam” sebanyak 2 orang. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi promosi yang dipilih oleh perusahaan diantaranya meliputi *advertising*, *sales promotion*, *public relation and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), *personal selling* (penjualan secara pribadi), *direct marketing* (pemasaran langsung); (2) Faktor pendukung strategi promosi “Kupu-Kupu Malam” yaitu adanya respon yang positif dari masyarakat, adanya kerjasama dari berbagai jaringan mitra. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu pihak pengelola belum mampu menyelenggarakan even diseluruh kota yang ada di Indonesia dan di luar negeri.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Otomotif, Modifikasi Mobil, Jumlah Pelanggan

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Department of Communication Studies

concentration public relations

Fierda Maulidah (20110530038)

Automotive Company Promotion Strategy "Butterfly Night" Even Through
Competition Car Modification In 2014 Increasing the Number of Subscribers

2015 + 88 Page + 17 Enclosure

Bibliography: 20 Book + 1 Internet Resources

Began mushrooming of private companies engaged in the automotive field capable of causing competition between companies of the business with other companies. In the automotive company engaged in the many challenges that must be faced, such as how the measures appropriate promotional strategies undertaken by the company in increasing the number of subscribers. Therefore, the company must have the appropriate promotional strategies so that companies can meginformasikan services to consumers, can determine the desired market tastes and needs of consumers, to increase the number of customers from year to year. Therefore, researchers interested in conducting research under the title "Automotive Company Promotion Strategy" Butterfly Night "Even Through Competition Car Modification In Boosting Number of Customers 2014". The method used is descriptive qualitative approach. The research location was in a car repair shop Butterfly Night Jl. 3.5 Km district No. 50 A Sleman, Yogyakarta. The informants are Manager and Marketing "Butterflies Night" as one person, and customers "Butterflies Night" by 2 people. Methods of data collection using interviews and documentation. Analysis using data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. Technique authenticity of data using triangulation sources. The results showed that (1) the promotion strategy chosen by the company of which includes advertising, sales promotion, public relations and publicity (public relations and publicity), personal selling (private sales), direct marketing (direct marketing); (2) Factors supporting the promotion strategy "Butterfly Night" is the existence of a positive response from the community, the cooperation of the various network partners. Whereas the inhibiting factors that the manager has not been able to organize events throughout cities in Indonesia and abroad.

Keywords: Promotion Strategy, Automotive, Car Modification, Number of Subscribers