

**STRATEGI *BRANDING* WAROENG SPESIAL SAMBAL (SS)  
SEBAGAI RUMAH MAKAN KULINER PEDAS DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mendapat Gelar Kesarjanaan  
Dalam Strata -1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

Ridhwan Burhanuddin

20140530152

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ridhwan Burhanuddin

Nomor Mahasiswa : 20140530152

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi *Branding* Waroeng Spesial Sambal (SS) Sebagai Rumah Makan Kuliner Pedas Di Yogyakarta” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia gelar saya dicabut.

Yogyakarta, 1 Agustus 2018



Ridhwan Burhanuddin

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya telah memberikan nikmat kesehatan, kekuatan, dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan cinta dan sayangku kepada kedua orang tua dan teman semua yang telah menjadi motivasi dan inspirasi yang tiada henti memberikan dukungan motivasi dan do'anya buatku.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan kemudan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Branding* Waroeng Spesial Sambal (SS) Sebagai Rumah Makan Kuliner Pedas Di Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, M.Sc. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi
4. Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah. S.Sos, M.Si. selaku Dosen Penguji Skripsi I
5. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi II
6. Kepala Humas Waroeng Spesial Sambal (SS)
7. Staff Humas Waroeng Spesial Sambal (SS)
8. Pelanggan Waroeng Spesial Sambal (SS)

9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, yang telah banyak memberikan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua saya, yang sudah memberi semangat, support nyata dan selalu ada buat saya
11. Keluarga besar D United Rex Class yang selalu menemani hari-hari ku selama perkuliahan ini, tanpa kalian kuliah serasa sepi lurr
12. Keluarga besar Ikom Radio & Cinema Komunikasi yang sudah memberikan banyak ilmu, dan membuat saya menjadi mahasiswa yang aktif berorganisasi dan tidak menjadi mahasiswa “kupu-kupu”
13. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih.

Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis mendapatkan karunia dari Allah SWT. Penulisan Karya Tulis Ilmiah ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi sempurnanya penulisan lebih lanjut. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum WR. Wb

Penulis

Ridhwan Burhanuddin

## DAFTAR ISI

### COVER

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Teori.....	9
1. Komunikasi Pemasaran .....	9
2. Strategi Branding.....	10
3. Implementasi Branding.....	15
4. Marketing Komunikasi Terpadu (IMC).....	19
F. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian.....	24

2. Objek Penelitian.....	25
3. Lokasi Penelitian.....	25
4. Teknik Pengumpulan Data.....	25
5. Informan Penelitian.....	27
6. Jenis Data.....	28
7. Teknik Analisis Data .....	28
8. Validitas Data.....	29
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Gambaran Umum Wilayah D.I.Yogyakarta.....	31
B. Sejarah Perusahaan Waroeng SS.....	32
C. Visi & Misi Perusahaan Waroeng SS.....	36
D. Informasi Perusahaan Waroeng SS.....	37
E. Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
F. Struktur Organisasi Manajemen Cabang.....	41
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
A. Sajian data.....	43
1. Branding Waroeng SS.....	43
2. Kegiatan Marketing Komunikasi Terpadu (IMC).....	47
3. Evaluasi.....	71
B. Analisis Data.....	73
1. Branding Waroeng SS .....	73
2. Kegiatan Marketing Komunikasi Terpadu (IMC).....	76
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	90
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel A.1_Rumah Makan yang Menyajikan Berbagai Macam Jenis Sambal Berdasarkan Banyaknya Cabang yang Dimiliki di Yogyakarta.....	3
Tabel F.1 Data Informan .....	31



## **DAFTAR BAGAN**

Bagan E.1 Struktur Pimpinan Waroeng SS Pusat.....	42
Bagan E.2 Struktur Pimpinan Waroeng SS Cabang.....	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Interview guide .....	1
Lampiran 2 Transkrip wawancara.....	1
Lampiran 3 Dokumentasi penelitian.....	1