

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Rachmatika Nuriesta Dewi**

**20120530112**

**Perencanaan Integrated Marketing Communication dalam Positioning Tuanmuda Café Seturan Yogyakarta**

**Tahun Skripsi: 2016 + 95 hal + 27 halaman lampiran + 13 gambar**

**Daftar Pustaka: 18 buku tahun (1983-2013) + 2 internet**

Penelitian ini menganalisis perencanaan integrated marketing communication dalam positioning Tuanmuda Café Seturan Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana perencanaan integrated marketing communication untuk mencapai positioning Tuanmuda Café Seturan Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini akan mengumpulkan informasi, mengidentifikasi, mendeskripsikan, menggambarkan dan mengevaluasi segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada obyek penelitian. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Tuanmuda Café yang beralamat di Jalan Seturan Raya Lantai 2 Rooftop Café.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perencanaan integrated marketing communication Tuanmuda Café dalam mencapai positioning Good Food Nice Place Best Performance adalah dengan melakukan segmentasi, targeting dan positioning terlebih dahulu untuk menentukan kalimat Good Food Nice Place Best Performance. Kemudian Tuanmuda Café membuat strategi komunikasi untuk mengkomunikasikan kalimat tersebut. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Tuanmuda Café adalah dengan komunitas, promosi penjualan, regular band, grand launching dan merchandise.

**Kata kunci: Perencanaan, Integrated Marketing Communication, Positioning**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Faculty of Social and Political Sciences  
Department of Communication Science  
Advertising Concentration  
Rachmatika Nuriesta Dewi  
20120530112**

**Integrated Marketing Communication Planning in Positioning for  
Tuanmuda Café Seturan Yogyakarta**

**Script Year: 2016 + 95 pages + 27 attachment + 13 pictures**

**Literature list: 18 books (1983-2013) + 2 internet sources**

This study analyzed integrated marketing communication planning in positioning for Tuanmuda Café Seturan Yogyakarta. This study aims to describe on how the integrated marketing communication planning should be to achieve the positioning in Tuanmuda Café Seturan Yogyakarta.

Research method used in this study was qualitative descriptive research method because this study would gather information, identify, describe, illustrate and evaluate everything which was related to the observed problem in the research object. Research object of this study was Tuanmuda Café addressed in Seturan Raya Street, Second Floor of Rooftop Café.

The results of this study showed that integrated marketing communication planning in positioning for Tuanmuda Café in order to achieve Good Food Nice Place Best Performance positioning were by firstly utilizing segmentation, targeting and positioning to determine the words Good Food Nice Place Best Performance. After, Tuanmuda Café made a communication strategy to communicate those words. Communication strategies implemented by Tuanmuda Café were communities, sales promotion, regular band, grand launching, and merchandise.

**Keywords: Integrated Marketing Communication, Planning, Positioning**