

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Thofan Hendrawan

Strategi *Positioning* Distro Koffin Dalam Memenangkan Persaingan Distro Di Yogyakarta

Tahun Skripsi : 2012 117 Halaman

Daftar kepustakaan : 18 Buku + 1 Katalog + 1 Sumber *Online*

### ABSTRAK

Penelitian ini berusaha menganalisa tentang strategi *positioning* Koffin untuk memenangkan persaingan di tengah banyaknya *distro* di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan dan lain-lain. Tujuan dari penelitian ini ialah, untuk mengetahui bagaimanakah strategi *positioning* yang dilakukan oleh Koffin dengan desain *psychobilly* dan *rockabilly* (sebagai *unique selling proporsional*) yang berusaha diangkat sebagai nilai jualnya. Persaingan dunia *clothing* yang begitu ketat menjadikan Koffin harus cermat merencanakan sekaligus mengimplementasikan strategi *positioning* dengan baik, sehingga menghasilkan efek yang sifatnya menguntungkan bagi perusahaan. Dalam menciptakan produk guna meraih target sasaran, Koffin menciptakan produk dengan desain unik, dinamis, berkarakter dan trendi, selain dengan kualitas bahan yang baik, produk Koffin relatif memiliki harga yang terjangkau sesuai dengan kapasitas produknya. Sebuah strategi sangat diperlukan untuk membuat produk dan *image* perusahaan positif di benak calon konsumen. Dengan keadaan persaingan yang sangat ketat, maka sangat diperlukan langkah-langkah strategi *positioning*.

Mulai dari penentuan sasaran, penentuan harga, menganalisa pasar dan pesaing, dan yang terpenting adalah perwujudan strategi *positioning* itu sendiri. Perwujudan strategi *positioning* harus benar-benar jelas dan mewakili karakteristik dari Koffin, mulai dari lambang dan corak warna yang mudah diingat, penciptaan suasana *display* dengan *image psychobilly* dan *rockabilly*, merupakan tempat pencipta citra yang sangat kuat saat menyerahkan produk dan jasanya, ditambah dengan acara-acara yang diikuti baik sebagai *sponsorship* ataupun pembuatan *event* tunggal. Semuanya menjadi se bentuk rangkaian untuk menunjang pelaksanaan strategi *positioning* dalam mendapatkan dan membentuk citra (*image*) secara keseluruhan. Dalam prakteknya Koffin bisa dinilai berhasil dalam implementasi strategi *positioning* yang dibuatnya, hal ini ditunjukkan dengan semakin meningkat dan berkembangnya produk Koffin.

Kata kunci : Strategi *positioning*, *image psychobilly* dan *rockabilly*