

**STRATEGI POSITIONING DISTRO KOFFIN
DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN
DISTRO DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Isipol Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

THOFAN HENDRAWAN
20040530158

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

2012

**STRATEGI POSITIONING DISTRO KOFFIN
DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN
DISTRO DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Isipol Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

THOFAN HENDRAWAN
20040530158

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

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Rabu
Tanggal : 5 Desember 2012
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Krisna Mulawarman, S.sos., M.Sn

Penguji I

Penguji II

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP.

Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-I)

Tanggal 5 Desember 2012

Aswad Ishak, S.IP., M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PERNYATAAN

Dengan ini saya nyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 Desember 2012

THOFAN HENDRAWAN

MOTTO

“Tiada suatu hal yang salah di luar diri, damai di hati damai di Bumi “

(Dodo Wi)

Keep Faith On Procces

(Anonymous)

“Kenalilah Dirimu, maka kamu akan kenal TUHAN MU”

(Anonymous)

“Mustahil bicara tentang Pengorbanan bahkan keTuhanan kalau belum bisa berkorban

Ego pribadi “

(Anonymous)

Bilamana Anda masih percaya kalau penampilan Anda akan membentuk citra tertentu

di mata orang-orang, Andapun akan punya banyak peluang untuk dikecoh oleh

penampilan orang-orang.

(Anonymous 060606-19

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas limpahan CahayaNYA, saya persembahkan skripsi ini untuk :

- Bapak dan Ibu, Amir Musthofa dan Anti Sueni yang selalu setia menanti sampai terselesaikannya skripsi ini.
- Guru dan dan semua teman tercinta, Mas Dodo & Mbak Nia, Ika Rachmawati, Guntur & Guruh, Dimas, Yahya, Ryan, Mas Inggo & Perenx Koffin, semua pihak dan teman yang sudah memberikan support baik secara Moral maupun Spiritual. Doa terbaik selalu, Amin
- Dream Society, Yudi, Adi, Arief, Tulank, Momo, Balbo, A'ad, Eror, Redy dkk.
- Budi Djarwo, Agos & Somex, Selamat berusaha dan berdo'a ya Le... Ra Nyerah di tengah kerasnya Birokrasi kampus Lingkar Barat Yogyakarta ;)

KATA PENGANTAR

Rasa Syukur kepada Semesta Alam atas limpahan CahayaNYA, akhirnya penulis dapat menyelesaikan dan menyusun hasil penelitian di lembaga pendidikan tinggi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai syarat meraih gelar Sarjana (S 1) di Fakultas Isipol jurusan Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penelitian ini, penulis banyak mendapat dukungan, sambutan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih. Kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingannya.
5. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP. selaku penguji 1 dan Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn. selaku penguji 2 yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam proses ujian pendadaran dan bimbingannya.
6. Mas Inngo selaku pemilik Distro Koffin dan Mas Perenx (Ferry Ismawan) selaku Marketer Koffin dan All Koffin Raider. Terima kasih atas kemudahan dan informasi kepada penulis untuk meneliti.

Semoga dengan segala keikhlasan dan kesungguhan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan hal yang lebih baik dari sebelumnya. Amin

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi penulis pada khususnya dan umumnya bagi siapa saja yang membutuhkan.

Yogyakarta, 18 Desember 2012

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 sebarang 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*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
a. Strategi Positioning	6
b. Tujuan Strategi Positioning	11
c. Pendekatan Dalam Strategi Positioning	14
d. Penentuan Strategi Positioning	15
e. Perwujudan Strategi Positioning	16
f. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Strategi Positioning	17
F. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian	19
2. Subjek dan Objek Penelitian	19
3. Tempat dan Waktu Penelitian	19
4. Teknik Pengumpulan Data	19
a. Data Primer	20
b. Data Sekunder	22
5. Teknik Pengambilan Informan	22
6. Teknik Analisis Data	23
7. Uji Validitas Data	24
BAB II GAMBARAN UMUM DISTRO KOFFIN	25
A. Tentang Distro Koffin	25
1. Gambaran Maraknya Distro Di Yogyakarta	26
2. Sejarah Dan Profil Perusahaan	27
3. Struktur Organisasi	29
4. Produk	33
5. Titik Distribusi Barang	34
B. Data Khusus	34

BAB III	PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	39
	A. Penyajian Data	39
	B. Pembahasan	77
	a. Strategi Positioning Koffin	77
	b. Penyusunan Strategi Positioning Koffin Dalam Memenangkan Persaingan Dengan Desain Psychobilly dan Rockabilly	84
	c. Perwujudan Strategi Positioning Koffin	95
	d. Penetapan Tujuan Strategi Positioning Koffin	98
	e. Analisis Terhadap Penerapan Strategi Positioning Koffin	99
	f. Evaluasi Pelaksanaan Strategi Positioning Koffin Dalam Memenangkan Persaingan Distro di Yogyakarta	112
BAB IV	PENUTUP	115
	A. Kesimpulan	115
	B. Saran	116

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN