

**STRATEGI PROMOSI TUANMUDA YOGYAKARTA DALAM
MENINGKATKAN PELANGGAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar sarjana S-I**



**Disusun Oleh :
PURI HANDAYANI
20030530159**

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

2013

HALAMAN PENGESAHAN

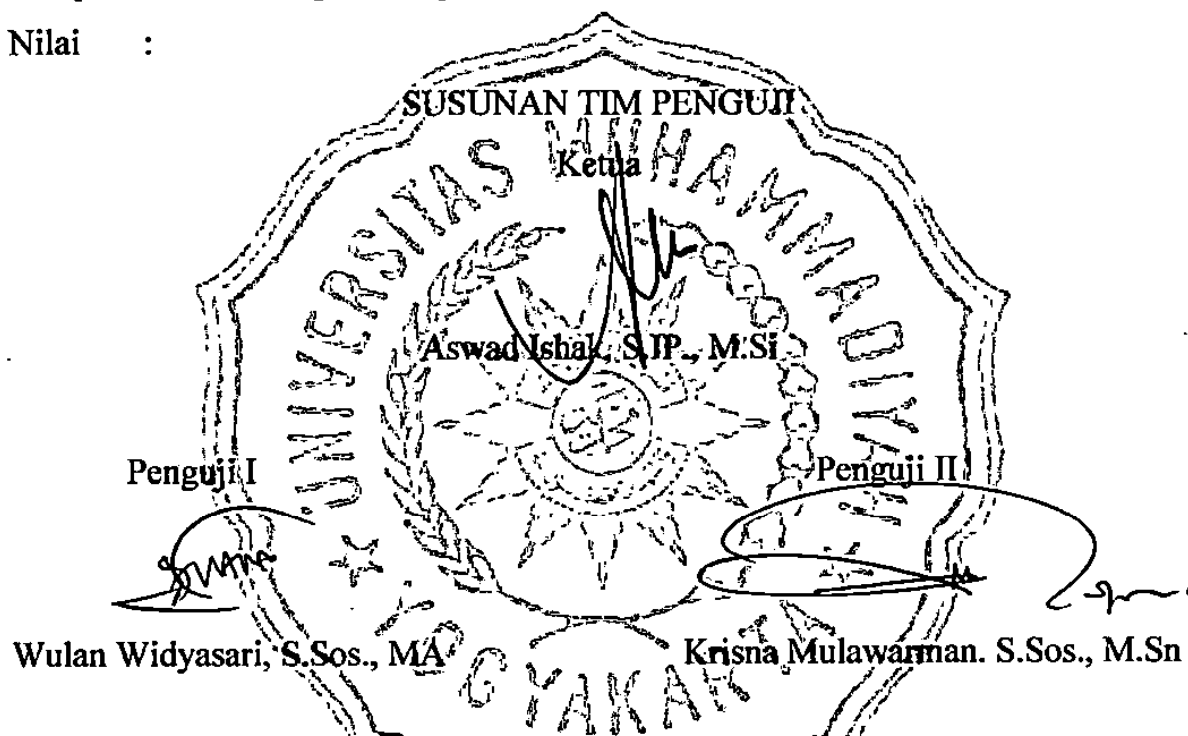
Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Senin

Tanggal : 18 November 2013

Tempat : Ruang Editing

Nilai :



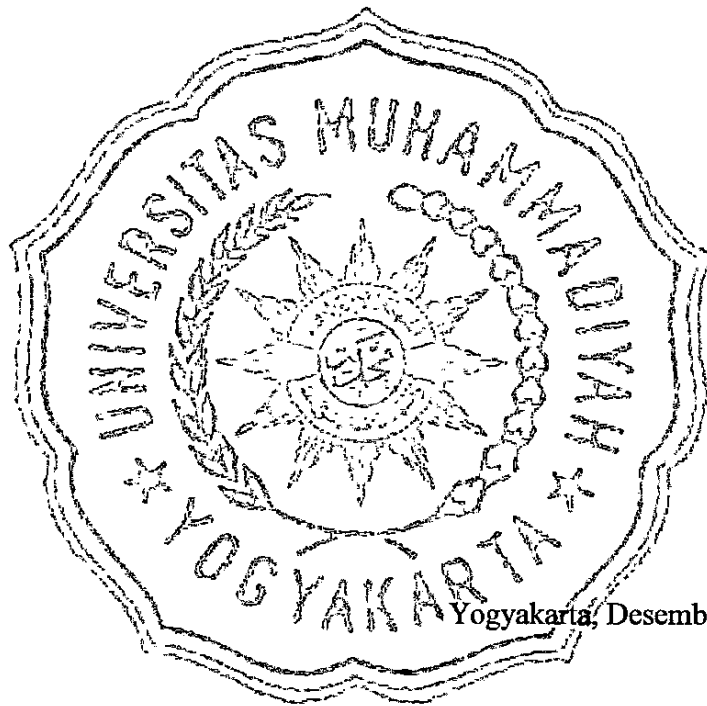
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Hariyadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Jurusan Ilmu komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dalam skripsi terbukti merupakan menjiplak karya orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



Yogyakarta, Desember 2013

Penulis

Motto

**Untuk mendapatkan kesuksesan, keberanianmu
harus lebih besar daripada ketakutanmu....**

**Kita dapat sukses apabila kita belajar dari
kesalahan...**

- Semua keluarga besar di Yogyakarta dan Temanggung.
- Ibu, bapak mertuaku (Dra Ambarwati Sri S dan B Suryanto) serta adik Bobby.
- Kakakku mas Mul dan mbak Yun dan keluarga kecilnya (mas widi dan ponakanku Gavin).
- Papa (R Adi Putro N) dan kedua anakku (Putri).
- Keysha Almira Putri dan Allana Sheryn Febrya
- Kedua orang tuaku (Bapak Mardiyono dan Ibu Saminah) yang selalu memberiku semangat dan selalu sabar.

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

JALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr wb

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunianya sehingga skripsi berjudul “ **Strategi Promosi Tuanmuda Yogyakarta dalam Meningkatkan Pelanggan**” telah selesai disusun. Maksud penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana S-1 Program Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tersusunnya skripsi ini berdasarkan adanya bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak dan untuk itulah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Cipto selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Muhamad Ali, M.A., Ph.D., selaku dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Hariyadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberkahkan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian guna pengumpulan bahan dan data-data dalam penyusunan skripsi ini
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semangat, dan sabar dalam memberikan arahan, sejak awal penyusunan usulan penelitian sampai menyelesaikan skripsi ini

5. Ibu Wulan Widayarsi, S.Sos., MA selaku dosen penguji I pada sidang pendadaran skripsi ini
6. Bapak Krisna Mulawarman S.Sos. M. Sn selaku dosen penguji II pada sidang pendadaran ini.
7. Segenap tim pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. TU Jurusan Komunikasi Pak Jono dan pak Muryanto terimakasih bantuannya
9. Ali selaku owner Tuanmuda terimakasih telah mengijinkan penelitian ini. Dan Zaki selaku Marketing Tuanmuda terimakasih atas semuanya.
10. Denis, pipin, wiwik terimakasih dukungan semangatnya.
11. Rekan dan sahabat Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Wassalamu'alaikum Wr,Wb

Yogyakarta, Desember 2013

Penyusun

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Puri Handayani
20030530159

Strategi Promosi Tuanmuda Yogyakarta Dalam Meningkatkan Pelanggan
Tahun Skripsi : 2013 + 74 Halaman
Daftar Pustaka : 33 buku + 2 sumber lain

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Tuanmuda untuk meningkatkan pelanggan. Tuanmuda adalah salah satu usaha dibidang makanan yang mengadopsi dan memperkenalkan produk jepang. Sebagai salah satu usaha dibidang makanan tentu saja Tuanmuda mempunyai cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan maksud agar produknya bisa dikenal dan bisa diterima oleh masyarakat banyak. Hal ini tentu saja membuat Tuanmuda membuat promosi yang bisa memperkenalkan produknya agar bisa mengena kemudian masyarakat tertarik untuk membeli. Promosi yang dilakukan oleh Tuanmuda yaitu dengan memanfaatkan momentum-momentum hari besar seperti hari raya, bulan ramadhan dan momentum yang lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan strategi promosi tuanmuda dalam meningkatkan pelanggan. Kerangka teori yang digunakan adalah Strategi Promosi dan Promosi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, sehingga dalam penelitian ini akan menjelaskan, menggambarkan dan menguraikan segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Lokasi penelitian ini adalah di jalan Piere Tendean Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisa data dan penyajian data dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kegiatan promosi dan strategi promosi yang dilakukan oleh Tuanmuda sudah baik. Tuanmuda melakukan langkah-langkah dengan proses perencanaan, implementasi, serta evaluasi. Alat-alat promosi yang digunakan oleh Tuanmuda adalah *advertising* (periklanan), *sales promotion* (sales promosi), dan *publicity* (publisitas). Sedangkan strateginya Tuanmuda menggunakan strategi momentum. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

Kata kunci : Strategi Promosi, Promosi, Tuanmuda

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Political and Social Science
Department of Communication Studies
Concentration Public Relations
Puri Handayani
20030530159

Promotion Strategies Tuanmuda Yogyakarta to Increase Customer
Thesis Year : 2013 + 75 Page
References : 33 books + 2 other sources

ABSTRACT

This study discusses the strategy of the campaign carried out by the Tuanmuda to improve the customer . Tuanmuda is one food business in adopting and introducing Japanese products . As one of the efforts in the field of food of course Tuanmuda has a way to introduce their products to the public with the intention that their products can be known and accepted by the community at large . This of course makes Tuanmuda made promotional products that can be introduced in order to hit then people interested in purchasing . Promotion conducted by the Tuanmuda is by utilizing the large momentum as the feast day , the month of Ramadan and other momentum . This study aims to describe the promotion strategies Tuanmuda to improve the customer . Theoretical framework used is the promotion and promotion strategies . This type of research is descriptive qualitative research , so in this study will explain , illustrate and describe all things related to the problem under study . The location of this research is on the road Piere Tendean Yogyakarta . Data collection techniques with interviews and literature . While the techniques of data analysis and data presentation with data collection , data reduction , data display and conclusion.

The results of this study illustrate that the promotional activities and promotional strategies undertaken by the Tuanmuda is good . Tuanmuda undertake steps to the process of planning , implementation , and evaluation . Promotional tools used by the Young Master is advertising (advertising),sales promotion (sales promotion) , and publicity (publicity) .While the Tuanmuda strategy using momentum strategies . From the results of the study showed that the results of this study in accordance with the theory used in the study.

Keywords : Strategy Promotion , Promotion , Tuanmuda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Secara Teoritis	6
2. Secara Praktis.....	6
E. Kerangka Teori	6
1. Strategi Promosi.....	6
2. Promosi.....	14
F. Metodologi Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian	23

2.Lokasi Penelitian	24
3.Teknik Pengumpulan Data	24
4.Teknik Analisa Data Dan Penyajian Data	25
BAB II PROFIL UMUM TUANMUDA	
A. Sejarah Berdirinya Tuanmuda	27
B. Visi.....	27
C. Misi	27
D. Logo.....	27
E. Lokasi.....	27
F. Produk	30
G. Manajemen	33
H. Struktur Organisasi.....	36
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Penyajian Data.....	37
1. Proses Penentuan Strategi	37
2. Implementasi Strategi.....	42
3. Bauran Promosi.....	46
B. Pembahasan	51
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	75