

**STRATEGI PROMOSI SIMPLY HOMOY (HOME STAY) YOGYAKARTA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG TAHUN 2013**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata 1 fakultas ilmu sosial dan ilmu politik jurusan ilmu komunikasi universitas muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

IKHWANI AHSAN

20050530190

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabo
Tanggal : 16 April 2014
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi
Nilai :

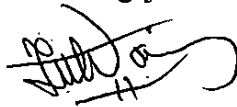
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



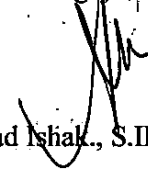
(Dr. Suciati, S.Sos., M.Si)

Penguji I



(Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn)

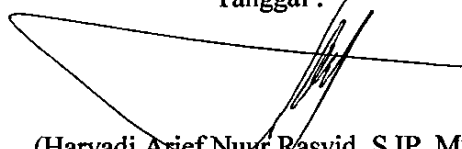
Penguji II



(Aswad Ishak., S.IP., M.Si)

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

Tanggal :



(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ikhwani Ahsan
No. Mahasiswa : 20050530190
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : ISIPOL
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul skripsi : Strategi promosi Simply Homy Yogyakarta
(Home Stay) dalam meningkatkan jumlah
pengunjung tahun 2013

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar keserjanaannya.

Yogyakarta, 12 April 2014

Ikhwani Ahsan

MOTTO

**“Jadikanlah Kekecewaan Masa Lalu Menjadi
Senjata Kesuksesan Di Masa Depan”**

**“Sesuatu Yang Belum Dikerjakan, Seringkali Tampak Mustahil
dan Kita Baru Yakin Kalau Kita Telah
Berhasil Melakukan Dengan Baik”**

**“Kita Berdoa Kalau Kesusahan dan Membutuhkan Sesuatu
Mestinya Kita Juga Berdoa Dalam**

THANKS to..

ALLAH SWT..yang selalu ada di setiap waktu..yang selalu memberikan ketenangan akan karunia dan cintanya..selalu memberikan semangat spesial dalam menjalani hidup ini..

Terima kasih ya ALLAH..semoga engkau selalu melimpahkan kemudahan, kelancaran, dan kesuksesan kepadaku dalam segala hal..

AMIEN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ibu Tercinta

Ayah Tercinta

Yusrina as'yari

My love Olivia Ari Rahmawati

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, dan karunia-Nya dan tak lupa shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan batas dan segala kemampuan yang dimiliki.

1. Ayah dan Ibu ku, Endang Sudarmi dan Dedi Sukarno.
2. Dosen pembimbing Skripsi, Suciati, S.Sos, M.Si dan Zuhdan Aziz, S.Sn, M.Si.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP.,MSc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Dosen penguji Skripsi, Aswad Ishak, S.IP., M.Si.
5. Presiden Direktur Perusahaan Simply Homy Yogyakarta Bapak Indra Sushanto.
6. Pihak Simply Homy Yogyakarta untuk semua karyawan
7. Seluruh karyawan TU Ilmu Komunikasi

Semoga segala bentuk bantuan yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat besar bagi pembaca, dan apabila ada kekurangan penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka teori	8
1. Promosi.....	10
2. Perencanaan Promosi.....	12
3. Promotion Mix.....	21
F. Metode Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian	22
2. Lokasi Penelitian	22
3. Sumber Data.....	23
4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
5. Analisis Data.....	

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan Simply Homy Yogyakarta	28
B. Visi dan Misi Perusahaan	30
C. Segmentasi Pasar	31
D. Lokasi Simply Homy Yogyakarta	32
E. Fasilitas Simply Homy Yogyakarta.....	32
F. Struktur Organisasi Perusahaan.....	36

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data.....	39
a. Perencanaan.....	40
1. Segmentasi.....	42
2. Targetting.....	45
3. Positioning.....	46
4. Memilih Media Komunikasi.....	48
5. Mengalokasikan Total Anggaran Promosi	50
b. Proses Implementasi	51
c. Evaluasi.....	65
B. Pembahasan	68

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Kesimpulan	96

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Ikhwani Ahsan (20050530190)

Strategi Promosi Simply Homy Yogyakarta (Home Stay) dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung tahun 2013

Tahun: 2014+ 97 halaman+ 9 lampiran

Daftar Pustaka: 15 buku+ 3 sumber internet

Diketahui Jumlah pengunjung Simply Homy Yogyakarta belum memenuhi target dan jumlah pengunjung semakin berkurang ditahun-tahun berikutnya, dengan demikian pihak management Simply Homy Yogyakarta terus berupaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan membenahi sarana dan fasilitas demi memuaskan pelanggan dan tentunya meningkatkan kegiatan promosi yang sudah dilakukan dan juga menambah kegiatan promosi lainnya guna menarik minat pengunjung lebih banyak lagi, Untuk itu penulis tertarik meneliti strategi promosi yang digunakan dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan menggunakan kerangka teori strategi komunikasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Lokasi penelitian yang beralamat di jalan Palagan Tentara Pelajar no.21D, Sleman, Yogyakarta. Informan yang diambil yaitu Andi Rahmanto (*general manager* dan *marketing* Simply Homy Yogyakarta), Indra Sushanto (Presiden direktur Simply Homy Yogyakarta), dan pelanggan Simply Homy Yogyakarta. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan proses reduksi data hasil wawancara, penyajian data dan analisis data, kesimpulan dan saran. Dan uji validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi. Dengan demikian penulis melakukan penelitian mengenai strategi promosi Simply Homy Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung tahun 2013. Dari hasil penelitian dapat diketahui strategi yang digunakan melalui perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Bauran promosi yang digunakan yaitu *advertising, sales support, public relations*, dan *personal selling*.