

**STRATEGI PROGRAM "DIRECT BRANDING" CUBIC KITCHEN AND BAR
DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

("Direct Branding" Strategy of Cubic Kitchen and Bar to Increase Visitor)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

SOVIA FEBRIANA WIRANTI

20110530167

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

2015

**STRATEGI PROGRAM “DIRECT BRANDING” CUBIC KITCHEN AND BAR
DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

(“Direct Branding” Strategy of Cubic Kitchen and Bar to Increase Visitor)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

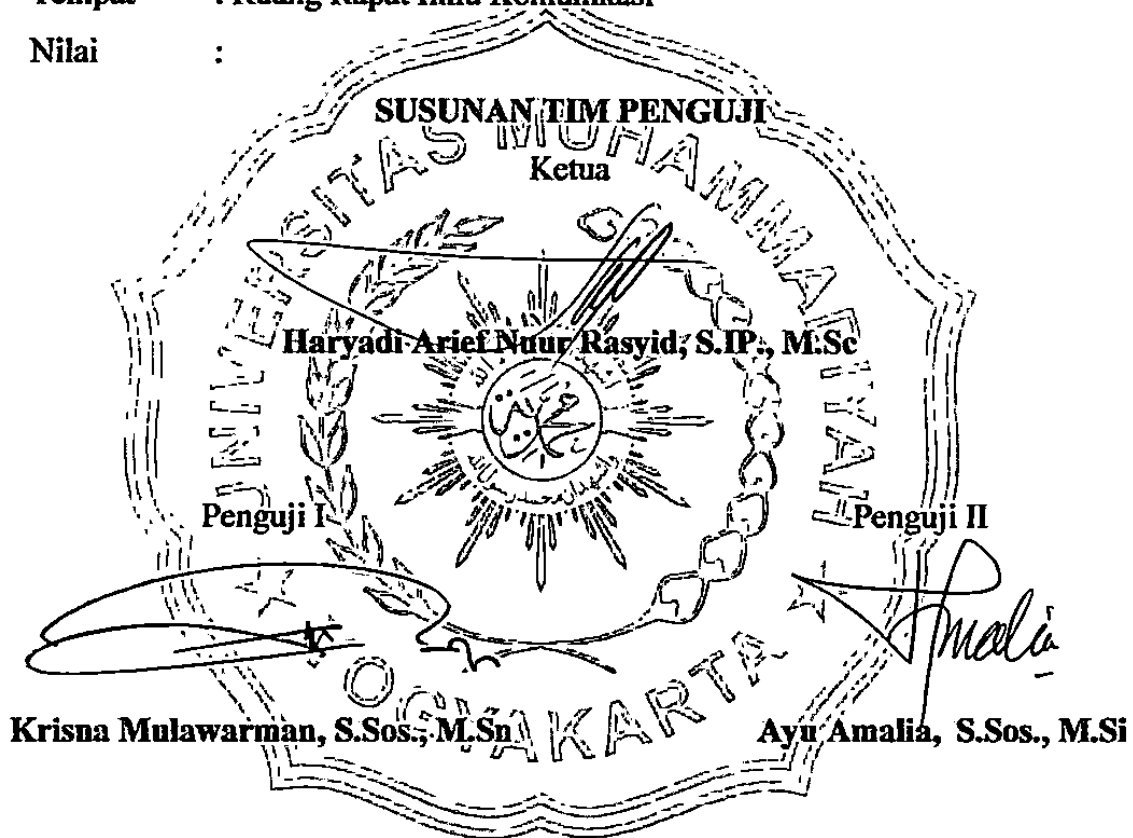
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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 : Rabu
Tanggal : 23 Desember 2015
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi
Nilai :



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

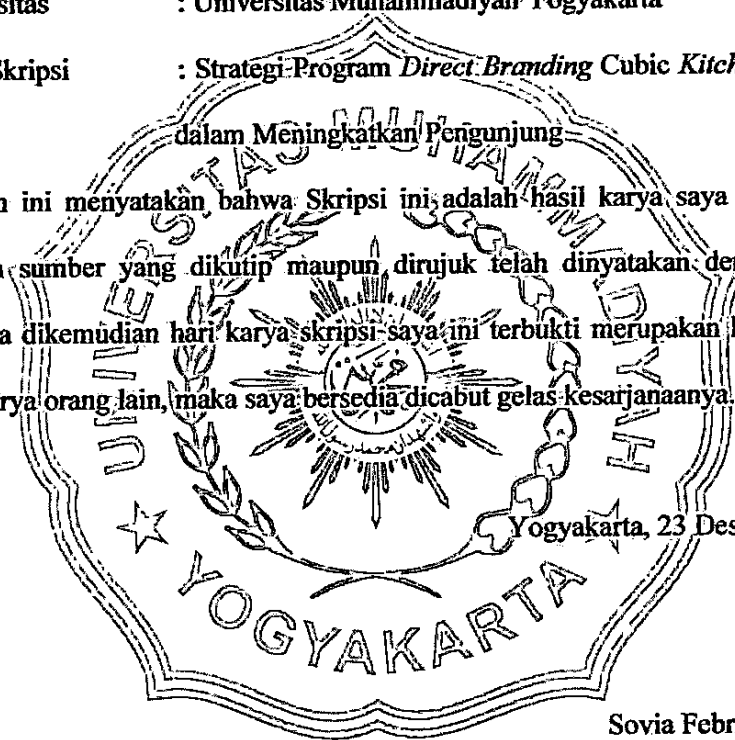
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sovia Febriana Wiranti
No. Mahasiswa : 20110530167
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : ISIPOL
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Skripsi : Strategi Program *Direct Branding* Cubic Kitchen and Bar

dalam Meningkatkan Pengunjung

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

Yogyakarta, 23 Desember 2015



Sovia Febriana Wiranti

MOTTO

- *Lakukan apapun yang kamu sukai, jadilah konsisten, dan sukses akan datang dengan sendirinya.*
- *Jalan terbaik dalam mencari kawan adalah kita harus berlaku sebagai kawan.*
- *Orang yang meremehkan Anda adalah orang yang akan menjadi pengagum Anda pada saat Anda sukses.*
- *Ketika seseorang menyakitimu lagi dan lagi, anggap saja mereka sebuah amplas yang menggosok Anda. Pada akhirnya Anda akan bersih mengkilap dan ia*

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tidak terasa waktu telah membimbingku memasuki fase
mahasiswa tingkat akhir.*

Saat ini aku berada dalam peran ganda.

*Untuk diriku dan untuk mereka yang tengah menanti
kelulusanku.*

Sesungguhnya kata lelah itu selalu menanti.

Selalu menghadangku ketika pulang.

*Ibarat sang tuan yang bertengger mesra melingkup di ruang
kamar.*

*Dia membawa nikmatnya keegoisan agar diri mengikuti
keinginan pribadi.*

Buta tanpa melihat harapan yang telah tersimpul.

*Betapa Maha Sempurnanya Allah yang memberikan
amanah teramat berharga tersebut.*

*Dan sebagai hamba yang paham, tentu aku tidak boleh egois
dengan lebih memberatkan di antaranya.*

Semua fase kehidupan bermula dan berakhir dengan

Seketika diri terhinggap dalam alunan sebuah persembahan.

*Tak terasa jemariku mengetik sesuatu di halaman
persembahan itu.*

*Mengenai moto dan persembahan untuk orang-orang
tercinta.*

*Sang bidadari tanpa sayap, pahlawan kehidupan, adik yang
membuat hidupku lebih berarti, serta dia yang terkasih .*

Halaman ini merupakan imunku.

*Imunitas yang membakar kembali semangat ketika diri
enggan menyentuh mainan yang berinisial tujuh huruf
tersebut.*

Sebuah karya yang kupersembahkan untuk mereka.

Tanpa harus mengorbankan peranku yang lain. InsyaAllah.

Yang Utama Dari Segalanya...

*Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta
dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan,
membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan
cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan
akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.*

Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan keberkahan

kasih atas bantuan kalian, semangat kalian dan candaan kalian, aku tak akan melupakan kalian. Kapan kita kemana?

Teman-teman kos ijo:

Buat temanku Asri, Upi, Umi, Lita, Ica dan Putri, terima kasih sudah banyak membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Teman-teman IK angkatan 2011:

Terima kasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini...

Serta semua pihak yg sudah membantu selama penyelesaian Tugas Akhir ini...

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis masih diberi kesehatan, kekuatan, dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Program *Direct Branding Cubic Kitchen and Bar* dalam Meningkatkan Pengunjung”. Tidak Lupa shalawat beserta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan dari semua pihak yang telah membantu, baik dari waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, saran, maupun fasilitas yang sangat bermanfaat dan berguna dalam proses pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Ss. selaku Dosen Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, keramahan dan kesabaran untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang

3. Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan masukan bagi skripsi ini.
4. Seluruh Dosen di jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Staf-staf jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya Pak Jono dan Pak Mur yang dengan sabarnya membantu penelitian dalam proses administrasi selama perkuliahan.
6. Mas Chikon Eko Prasetyo, Mas Ariel, dan Mas Ady Sugiarto sebagai informan dalam penelitian yang sudah meluangkan waktu untuk membantu memberikan informasi.
7. *Cubic Kitchen and Bar*

Karena dengan bantuan, pertolongan dan do'a restu dari beliau-beliaulah penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 23 Desember 2015

Sovia Febriana Wiranti

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| ABSTRAK | xvi |
| ABSTRACT | xvii |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Manfaat Penelitian | 9 |
| E. Kerangka Teori | 10 |
| 1. Rencana dan Strategi promosi | 10 |
| 2. Periklanan | 13 |
| 2. a. Peran Periklanan dalam Promosi | 13 |
| 2. b. Strategi Pesan dalam Periklanan | 16 |
| 2. c. Pemilihan Media Periklanan | 22 |
| 2. d. <i>Bellow The Line</i> (BTL) | 23 |
| 2. e. <i>Personal Selling</i> | 29 |
| 3. Strategi <i>Event</i> | 30 |

| | |
|--|----|
| 3. a. Definisi <i>Event Marketing</i> | 31 |
| 3. b. Peran dan Fungsi <i>Event Marketing</i> | 32 |
| 3. c. Jenis-jenis <i>Event Marketing</i> | 33 |
| 3. d. Faktor Penentu Keberhasilan <i>Event Marketing</i> | 33 |
| F. Metode Penelitian | 34 |
| 1. Jenis Penelitian | 34 |
| 2. Sumber Data | 35 |
| 3. Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 4. Validitas Data | 37 |
| 5. Teknik Analisis Data | 38 |
| G. Sistematika Penulisan | 40 |

BAB II

| | |
|---|----|
| GAMBARAN UMUM CUBIC KITCHEN AND BAR | 42 |
| A. Profil <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 42 |
| B. Lokasi <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 44 |
| C. Data Menu Makanan <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 44 |
| D. Struktur Bagian <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 49 |
| E. Jobdesk <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 49 |

BAB III

| | |
|---|----|
| PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA | 58 |
| A. Penyajian Data | 58 |
| A.1. Formulasi Program <i>Direct Branding Cubic Kitchen and Bar</i> | 59 |
| A.2. Strategi Program <i>Direct Branding Cubic Kitchen and Bar</i> | 66 |
| a. Merencanakan Strategi | 68 |
| b. Pemilihan Media Periklanan | 75 |
| A.3. Pelaksanaan Program <i>Direct Branding</i> | 78 |

| | |
|--|----|
| A.3.1. Mengelola dan Mengkoordinasikan Seluruh Proses Program | |
| <i>Direct Branding</i> | 85 |
| 1. <i>Below The Line</i> | 85 |
| 2. <i>Personal Selling</i> | 88 |
| A.4. Evaluasi Pencapaian Hasil Strategi Program <i>Direct Branding</i> | 89 |
| A.5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Program | |
| <i>Direct Branding</i> | 95 |
| A.5.1. Faktor Pendukung | 95 |
| A.5.2. faktor Penghambat | 96 |
| B. Analisis Data | 97 |

BAB IV

PENUTUP

| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 129 |
| B. Saran | 133 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| DAFTAR PUSTAKA | 136 |
| LAMPIRAN | 138 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1: Perbandingan Pengunjung Reguler dan <i>Event Weekend</i> | 4 |
| Tabel 2: Data Jumlah Pengunjung <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 6 |
| Tabel 3: Data Jumlah Pengunjung <i>Canting Restaurant</i> | 8 |
| Tabel 4: Kegiatan Program <i>Direct Branding Cubic Kitchen and Bar</i> Periode 1 Juni 2014-1 Juni 2016 | 80 |
| Tabel 5: Data Jumlah Pengunjung <i>Cubic Kitchen and Bar</i> Karena <i>Direct Branding</i> | 94 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 : Bangunan <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 64 |
| Gambar 1.2 : Suasana Di Bar <i>Cubic Kitchen and Bar</i> | 65 |
| Gambar 1.3 : Suasana <i>Event Cubic Kitchen and Bar</i> | 65 |
| Gambar 2 : <i>Flyer Cubic Kitchen and Bar</i> | 77 |
| Gambar 3 : Pembagian <i>flyer direct branding Cubic Kitchen and Bar</i> | 83 |
| Gambar 4.1 : <i>Flyer Event Sound of Mavericks</i> | 86 |
| Gambar 4.2 : <i>Flyer Event Progression</i> | 86 |
| Gambar 4.3 : <i>Flyer Event House Head</i> | 87 |

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsetrasi *Public Relations*

Sovia Febriana Wiranti (20110530167)

“STRATEGI PROGRAM “DIRECT BRANDING” CUBIC KITCHEN AND BAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG”

Tahun Skripsi : 2015 + 135 hal + Daftar Kepustakaan : 20 Buku + 2 jurnal + 4 Sumber Online

Strategi promosi yang dilakukan Cubic Kitchen and Bar adalah program *direct branding*. Program *direct branding* merupakan kegiatan membagikan *flyer* secara langsung dan tatap muka yang dilakukan oleh Cubic Kitchen and Bar dengan penjelasan dan memberikan informasi yang disertai dengan *personal selling* kepada konsumen. *Direct branding* merupakan program unggulan Cubic Kitchen and Bar yang berbeda dengan program *cafe* lainnya, karena dengan program *direct branding* mampu meningkatkan jumlah pengunjung Cubic Kitchen and Bar.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini secara umum bertujuan untuk mendeskripsikan strategi program *direct branding* yang telah dijalankan Cubic Kitchen and Bar, serta mengetahui apa yang menjadi kendala pada program *direct branding*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi program *direct branding* yang dilakukan Cubic Kitchen and Bar untuk meningkatkan jumlah pengunjung dikatakan berhasil. Terbukti dengan jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang signifikan sejak awal buka pada tanggal 1 Juni 2014, peningkatan pengunjung jika dipresentasikan mencapai 90% secara periodik. Pengunjung yang datang pada hari Senin hingga Jumat mencapai lebih dari 100 orang perhari, dan pada hari Sabtu hingga Minggu mencapai lebih dari 300 orang pengunjung perhari.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Cubic Kitchen and Bar