

**STRATEGI *POSITIONING ENGLISH CAFE* SEBAGAI KURSUS BAHASA
INGGRIS DENGAN KONSEP KAFE DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN KURSUS BAHASA INGGRIS DI YOGYAKARTA
2012-2016**

***POSITIONING STRATEGY OF ENGLISH CAFE AS AN ENGLISH
COURSE WITH THE CAFE-BASED CONCEPT IN FACING THE
COMPETITION OF ENGLISH COURSE IN YOGYAKARTA 2012-2016***

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Farannisa Ramil Putri

20130530254

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

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

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Juli 2017

Tempat : Ruang Rapat

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP , M.I.Kom.

Penguji I

Penguji II

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

Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah Satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-I) Tanggal 27 Juli 2017

Mengetahui

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Farannisa Ramil Putri

Nomor Mahasiswa : 20130530254

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Strategi *Positioning* English Cafe sebagai Kursus Bahasa Inggris dengan Konsep Kafe dalam Menghadapi Persaingan Kursus Bahasa Inggris di Yogyakarta 2012-2016”** 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 ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 05 Agustus 2017

Farannisa Ramil Putri

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Insyirah: 6)

“Carpe diem, quam minimum credula postero”

Rebutlah hari ini, dan percayalah sesedikit mungkin akan hari esok

(Horace)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahi rahmani rahim,

Assalamu 'alaikum wr.wb

Alhamdulillah rabbi alamin, dengan penuh rasa syukur akan kehadiran Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan, kesempatan dan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi syarat meraih gelar Sarjana (S I) di Fakultas Isipol Prodi Ilmu Komunikasi. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tak lepas dari berbagai dukungan dan iringan doa yang menyertai penulis. Dengan demikian penulis mempersembahkan karya ini untuk:

1. Ibunda terkasih St. Ramlah Muin yang telah berperan sebagai Ibu sekaligus Ayah yang terus menyemangati penulis selama menempuh pendidikan hingga pada tahap ini, penulis berjanji untuk terus membanggakan ibu hingga akhir.
2. Teruntuk kakek dan ummi yang doanya selalu menyertai setiap langkah yang penulis lalui, beserta kakakku Prima Ramil Ramadhana yang juga memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini dan seluruh keluarga yang telah memberikan semangat dan doa.

Terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. Yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Strategi *Positioning* English Cafe sebagai Kursus Bahasa Inggris dengan Konsep Kafe dalam Menghadapi Persaingan Kursus Bahasa Inggris di Yogyakarta Tahun 2012-2016”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan wawasan serta bahan referensi dalam bidang studi ilmu komunikasi khususnya *positioning* pada strategi pemasaran jasa dan juga dapat memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Zein Mufarrih Muktaf S.IP., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn selaku penguji I dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si selaku penguji II yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingannya dalam proses ujian seminar proposal hingga ujian sidang skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat. Terkhusus dosen jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan pengalaman dan ilmunya yang sangat bermanfaat.
6. Kepada Pak Jono, Mbak Siti, dan seluruh staf dosen dan administrasi program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu memfasilitasi kelancaran proses penelitian ini.
7. Saya ucapkan banyak terima kasih kepada Mas Hamli, Mbak Rias, dan Mas Adnin selaku narasumber dari English Cafe yang telah berbaik hati menyempatkan waktu dan tenaganya guna memberikan informasi terkait skripsi ini, semoga English Cafe dapat terus berkembang menjadi kursus Bahasa Inggris terbaik dengan cabang terbanyak di dunia.
8. Naura Saraswati dan Yulianita Danti yang juga bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2013
10. Keluarga kecilku Nenek Iscol, Om Dante, Tante Riri, Bunda Ila, Tante Anggun, Kakak Ummah, dan Adek Nujong. Terima kasih telah memberikan pengaruh baik dan buruk untuk mental ini.
11. Agus Dj untuk kehadiran, dukungan dan motivasinya.

12. Nadya dan Nita, teman seperjuangan semester satu sampai terseok-seok di semester akhir.
13. ATF Spexsolid, saudara-saudara perempuanku yang terus mendukung dari kejauhan.
14. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, kesempurnaan hanya milik Allah semata dan tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalam karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 05 Agustus 2017

Farannisa Ramil Putri

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Advertising*
Farannisa Ramil Putri 20130530254
Strategi *Positioning* English Cafe sebagai Kursus Bahasa Inggris dengan
Konsep Kafe dalam Menghadapi Persaingan Kursus Bahasa Inggris di
Yogyakarta 2012-2016
Tahun Skripsi : 2017 + 111 Halaman + 32 Lampiran
Daftar keustakaan : 17 Buku + 2 sumber internet

ABSTRAK

Saat ini perkembangan dunia bisnis tentunya tak lepas dari tantangan dan persaingan. Begitu pula dalam lingkup lembaga kursus Bahasa Inggris di Yogyakarta. Banyaknya kompetitor meningkatkan persaingan yang menuntut tiap lembaga kursus untuk berinovasi akan jasa yang ditawarkannya. Adapun English Cafe memposisikan diri sebagai kursus Bahasa Inggris yang bertempat di kafe sebagai inovasi baru dalam kursus Bahasa Inggris. Hal ini menjadikan English Cafe berbeda dari kursus lainnya dengan menawarkan metode belajar yang menyenangkan melalui konsep kafe dalam membangun suasana santai guna meningkatkan motivasi belajar Bahasa Inggris. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *positioning* yang dilakukan oleh English Cafe dalam menghadapi persaingan kursus Bahasa Inggris di Yogyakarta. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif. Kemudian data diperoleh melalui wawancara yang berpedoman pada *interview guideline* dan studi pustaka. Untuk menguji validitas data pada penelitian ini melalui triangulasi sumber. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini ialah *positioning* yang diterapkan English Cafe melalui berbagai tahapan yaitu tahap perencanaan yang terdiri dari menentukan segmentasi dan target pasar, mengidentifikasi kompetitor dan konsumen, menentukan tujuan serta ciri khas, dan penetapan harga. Selanjutnya tahap pelaksanaan *positioning* dengan mengaplikasikan konsep kafe melalui nama, logo, *tagline*, seragam dan ruang fisik yang dikomunikasikan melalui berbagai media yang telah ditentukan untuk menjangkau khalayak luas. Tahap terakhir penerapan *positioning* dengan melakukan evaluasi secara berkala sebagai bentuk pengawasan akan kinerja dan posisi English Cafe. Pemosisian kursus dengan konsep kafe sudah dirasa tepat, hal ini ditinjau dari peningkatan jumlah member yang semakin banyak tiap tahunnya dan tersebarnya cabang English Cafe di seluruh Indonesia.

Kata Kunci : *Positioning*, logo, *tagline*, dan kursus Bahasa Inggris

*Muhammadiyah University of Yogyakarta
Social and Politics Faculty
Department of Communication
Advertising Concentration
Farannisa Ramil Putri 20130530254
Positioning Strategy of English Cafe as an English Course with the Cafe-Based
Concept in Facing Competition of English Courses in Yogyakarta 2012-2016
Year of Undergraduate Thesis: 2017 + 111 pages + 32 attachments
Bibliography : 17 books + 2 internet resources*

Challenges and competition are inevitable in business development, likewise in an institution of English course in Yogyakarta. To the number of competitors increase the challenges that require the institution to innovate regarding the service offered. In this case, English Café, as one of the English institutions in Yogyakarta, put its position as a cafe-based course which became first innovation in English course. This innovation makes English Cafe different with other courses that offer enjoyable study method by café-based course concept in building relaxed atmosphere to increase motivation of learning English. This study aims to analyze the positioning strategy conducted by English Cafe in facing the competition of English courses in Yogyakarta. The author uses qualitative research methods with the presentation of descriptive analysis. The data obtained through interviews based on interview guideline and literature study. To examine the data validity in this research is through source triangulation. In this research, the positioning is applied through various stages, namely the planning stages which consists of determining the segmentation and target market, identifying competitors and consumers, determining the purpose and characteristic, and also setting the price. In the following phase, the implementation of the positioning is by applying café concept through logo, tagline, uniform and physical space which are communicated via all types of media have been determined to reach wider public. The last stage of the application of positioning is by conducting periodic evaluations as a form of supervision on the performance and position of English Cafe. The positioning of the course with the concept of the cafe has been considered as appropriate. It is viewed from the increasing number of members every year and the spread of English Cafe branch throughout Indonesia.

Keywords : Positioning, logo, tagline, English Course

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Strategi Pemasaran STP.....	11
a. Segmentation	12
b. Targeting	13
c. Positioning	14

	2. Strategi Positioning.....	15
	F. Metode Penelitian.....	30
	1. Jenis Penelitian.....	30
	2. Lokasi Penelitian.....	30
	3. Teknik Pengumpulan Data	31
	a. Wawancara	31
	b. Studi Pustaka.....	32
	4. Teknik Pengambilan Informan.....	32
	5. Teknik Analisis Data.....	33
	6. Uji Validitas Data.....	35
BAB II	GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	36
	A. Sejarah Singkat English Cafe.....	36
	B. Tujuan English Cafe.....	38
	C. Logo dan Tagline English Cafe.....	38
	D. Struktur Organisasi.....	39
	E. Lokasi Cabang English Cafe Yogyakarta	42
	F. Fasilitas English Cafe.....	43
	G. Program English Cafe.....	46
	H. Metode Belajar English Cafe.....	48
	I. Profil Konsumen English Cafe.....	50
BAB III	SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	52
	A. Sajian Data	52
	B. Pembahasan	90
	1. Perencanaan Strategi Poisitioning English Cafe	91
	2. Pelaksanaan Strategi Positioning English Cafe	99
	3. Mengkomunikasikan dan Mengerahkan Positioning English Cafe	111
	4. Evaluasi Strategi Positioning English Cafe	115
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	117

A. Kesimpulan	117
B. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

1.1. Kegiatan belajar English Cafe bersama tutor asal Pennsylvania.....	4
1.2. Logo English Cafe	7
2.1. Logo dan <i>tagline</i> English Cafe	38
2.2. Struktur organisasi English Cafe	40
3.1. Logo English Cafe	69
3.2. Suasana proses belajar mengajar English Cafe	71
3.3. Suasana proses belajar mengajar English Cafe	71
3.4. <i>Banner</i> di salah satu cabang English Cafe	76
3.5. Informasi mengenai English Cafe pada tiap nomor meja di kafe	76
3.6. <i>Stand</i> English Cafe	78
3.7. Konsultasi di <i>stand</i> English Cafe	79
3.8. Atribut-atribut English Cafe	80
3.9. Atribut-atribut English Cafe	80
3.10. <i>Merchandise</i> English Cafe	81
3.11. <i>Merchandise</i> English Cafe	81
3.12. <i>Merchandise</i> English Cafe	82
3.13. Promosi English Cafe melalui Website	85
3.14. Promosi English Cafe melalui Instagram	85
3.15. Promosi English Cafe melalui Whatsapp	86

DAFTAR TABEL

1.1. Data peningkatan member 2012-2016	8
2.1. Profil konsumen English Cafe	50
3.1. Profil konsumen English Cafe	57