

**EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI POSTER “GARANSI  
KEKECEWAAN” DI WAROENG SPESIAL SAMBAL YOGYAKARTA  
DALAM MENCAPI KEPUASAN KONSUMEN TAHUN 2017**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**FEBRI ADI SAPUTRO**

**20130530020**

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

**2017**

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febri Adi Saputro  
NIM : 20130530020  
Konsentrasi : Advertising  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Media Promosi Poster “Garansi Kecewaan”  
di Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta Dalam Mencapai  
Kepuasan Konsumen Tahun 2017

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 07 November 2017

Penulis



Febri Adi Saputro

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur Alhamdulillah saya ucapkan terimakasih kepada :

- Allah Subhanahu Wa Ta'ala
- Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam
- Ayahanda Ir. Edy Heriansyah
- Ibunda Ir. Restuningsih
- Adinda Aprilia Widya Ningsih
- Ustadz Dr. Khalid Basalamah
- Ustadz Abdul Somad, Lc., MA
- Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn
- Mba Ayu Amalia, S.Sos., M.Si
- Mas Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn
- Pimpinan Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta
- Citra Elmika, S.Ikom
- Advertising 2013
- Calon Istri

Atas segala doa, semangat serta kemudahan yang diberikan kepada saya Febri Adi Saputro, sehingga dapat dengan lancar menyelesaikan skripsi ini demi meraih gelar strata satu (S-1) dalam bidang Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Tinjauan Pustaka .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	12
1. Teoritis .....	12
2. Praktis.....	12
F. Kerangka Teori.....	12
1. Media Promosi .....	13
a. Media.....	13
b. Promosi .....	13
c. Media Promosi .....	14
2. Poster.....	16
3. Efektivitas Iklan .....	18
4. Kepuasan Konsumen.....	26
G. Definisi Konseptual.....	29
H. Definisi Operasional.....	30
I. Metode Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Lokasi Penelitian .....	31
3. Unit Analisis Penelitian .....	31
4. Jenis Data .....	32
a. Data Primer .....	32
b. Data Sekunder .....	33
5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
a. Wawancara.....	33
b. Dokumentasi .....	34

6. Teknik Analisis Data.....	34
a. Pengumpulan Data .....	35
b. Reduksi.....	36
c. Penyajian Data .....	36
d. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan.....	37

## BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Yogyakarta.....	38
1. Kondisi Demografis .....	38
2. Visi dan Misi .....	39
B. Sejarah Perusahaan.....	40
C. Visi dan Misi Perusahaan.....	45
1. Visi .....	45
2. Misi .....	46
D. Informasi Perusahaan .....	46
1. Logo Perusahaan .....	46
2. Lokasi Perusahaan.....	46
3. Kontak Perusahaan.....	47
E. Struktur Manajemen Pusat .....	47
1. Struktur Pimpinan .....	47
2. Deskripsi Tugas.....	48
F. Struktur Manajemen Cabang.....	51
1. Struktur Pimpinan .....	51
2. Deskripsi Tugas.....	51
G. Pilihan Menu di Waroeng Spesial Sambal.....	52
1. Daftar Menu Sambal .....	52
2. Daftar Menu Lauk .....	54
3. Daftar Menu Minuman.....	55
4. Daftar Menu Sayur.....	57
5. Daftar Menu Buah.....	57

## BAB III SAJIAN DATA & PEMBAHASAN

A. Sajian Data .....	59
1. Profil Informan.....	59
2. Hasil Wawancara .....	64
a. Dimensi <i>Empathy</i> .....	64
b. Dimensi <i>Persuasion</i> .....	71
c. Dimensi <i>Impact</i> .....	80
d. Dimensi <i>Communication</i> .....	88
B. Pembahasan.....	100
1. Dimensi <i>Empathy</i> .....	101
a. Afeksi .....	101
b. Kognisi .....	102
2. Dimensi <i>Persuasion</i> .....	106
a. Keinginan berperilaku .....	107

b. Perubahan kepercayaan .....	109
3. Dimensi <i>Impact</i> .....	112
a. Pengetahuan terhadap iklan/produk .....	112
b. Ketertarikan pesan.....	113
4. Dimensi <i>Communication</i> .....	116
a. Kemampuan mengingat pesan .....	116
b. Kemampuan pemahaman iklan .....	117
c. Kekuatan kesan .....	119

#### BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan .....	124
1. Dimensi <i>Empathy</i> .....	124
2. Dimensi <i>Persuasion</i> .....	124
3. Dimensi <i>Impact</i> .....	125
4. Dimensi <i>Communication</i> .....	126
B. Saran.....	127
1. Dimensi <i>Empathy</i> .....	127
2. Dimensi <i>Persuasion</i> .....	127
3. Dimensi <i>Impact</i> .....	127
4. Dimensi <i>Communication</i> .....	127
5. Segi Umum .....	127
6. Untuk Penelitian Selanjutnya .....	128

DAFTAR PUSTAKA .....	129
----------------------	-----

#### LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar A.1 Bentuk Poster Garansi Kekecewaan di Waroeng Spesial Sambal.....	7
2. Gambar I.1 Analisis Data Model Interaktif Dari Miles Dan Huberman .....	35
3. Gambar A.1 Logo Kota Yogyakarta .....	38
4. Gambar B.1 Pendiri Waroeng Spesial Sambal .....	40
5. Gambar B.2 Suasana Waroeng Spesial Sambal .....	43
6. Gambar B.3 Suasana Waroeng Spesial Sambal .....	44
7. Gambar B.4 Pilihan Menu Waroeng Spesial Sambal .....	45
8. Gambar D.1 Logo Waroeng Spesial Sambal .....	46

## DAFTAR TABEL

1. Tabel A.1 Presentase Perusahaan/Usaha Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar di Provinsi D.I. Yogyakarta Berdasarkan Tahun Mulai Beroperasi, Tahun 2015 .....	2
2. Tabel A.2 Rumah Makan yang Menawarkan Beraneka Jenis Sambal Berdasarkan Banyaknya Cabang yang Dimiliki Di Yogyakarta .....	5
3. Tabel D.1 Penelitian Terdahulu .....	10
4. Tabel F.1 Pengklasifikasian Media Promosi Berdasarkan Kekuatan dan Kelemahannya.....	15
5. Tabel H.1 Indikator Penelitian Efektivitas Iklan.....	30
6. Tabel I.1 Unit Analisis Penelitian .....	32
7. Tabel B.1 Jumlah Cabang Waroeng Spesial Sambal di Indonesia .....	41
8. Tabel B.1 Tanggapan Informan Berdasarkan Dimensi <i>Empathy</i> .....	104
9. Tabel B.2 Tanggapan Informan Berdasarkan Dimensi <i>Persuasion</i> .....	110
10. Tabel B.3 Tanggapan Informan Berdasarkan Dimensi <i>Impact</i> .....	114
11. Tabel B.4 Tanggapan Informan Berdasarkan Dimensi <i>Communication</i> .....	121



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran Panduan Wawancara
2. Lampiran Hasil Wawancara
3. Surat Izin Penelitian Dari Waroeng Spesial Sambal Pusat