

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Rohmat

20100530159

Strategi Positioning Mimikri Invitation Yogyakarta Dalam Menanamkan Style

Desain Skandinavia Pada Benak Calon Konsumen

Tahun Skripsi : 2016 + 101 Halaman + 9 Halaman Lampiran + 1 Bagan + 13 Gambar

Daftar Pustaka : 17 Buku (Tahun 1991-2010) + 3 Internet

ABSTRAK

Mimikri Invitation merupakan sebuah studio kreatif yang bergerak di bidang desain dan *papercraft* dengan *wedding invitation* sebagai produk utama. Mimikri Invitation menawarkan *style* desain yang berbeda dari pesaingnya yakni *style* desain Skandinavia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *positioning* yang dilakukan Mimikri Invitation yang berlokasi di Jl Mondorakan 67, Kotagede, Yogyakarta untuk mengenalkan dan menanamkan *style* desain tersebut di benak calon konsumennya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan direktur/ pemilik dan karyawan Mimikri Invitation. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses strategi *positioning* harus dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berhubungan yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Mimikri Invitation melakukan *positioning*nya dengan menonjolkan desain Skandinavia pada logo dan media promosi. Penggunaan media promosi masih kurang optimal karena Mimikri Invitation hanya menggunakan *flyer*, *free postcard* dan *website* saja, dan belum melibatkan media sosial seperti facebook, twiter dan instagram yang berpotensi lebih efektif untuk menjangkau target sarannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan wawasan sekaligus sebagai panduan untuk melakukan strategi *positioning* serta memberikan celah untuk penelitian berikutnya dalam meneliti kajian strategi promosi terutama strategi *positioning*.

Kata Kunci : Positioning, Style Desain Skandinavia, Konsumen

**POSITIONING STRATEGY OF MIMIKRI INVITATION YOGYAKARTA TO
EMBED SCANDINAVIAN DESIGN STYLES IN THE MINDS OF
PROSPECTIVE CONSUMERS**

Rohmat

20100530159

Year of : 2016 + 101 Pages + 9 Attachment Pages + 1 Chart + 13 Images

Bibliography: 16 Book (1991-2010) + 3 Internet

ABSTRACT

Mimikri Invitation is a creative studio that engaged in the design and papercraft with the wedding invitation as the main of their product. Mimikri Invitation offering different design style with their competitors that is Scandinavian design style. This study aimed to describe the positioning strategy that undertaken by Mimikri Invitation on the street Mondorakan 67, Kotagede, Yogyakarta to introduce and embed the design style in the minds of prospective consumers. This study uses descriptive qualitative data collection techniques such as interviews with the director / owner and employees of Mimikri Invitation. The results of this study are to indicate that the process of positioning strategy should be carried out through several interconnected stages, such as planning, implementation, and evaluation. Mimikri Invitation realizes their positioning with showing up Scandinavian design includes the logo and promotional media. The use of the media campaign is still less than optimal because Mimikri Invitation only uses the flyer, free postcards, and website only, they didn't involve social media like facebook, instagram, and twitter that are potentially more effective to reach its targets. This research is expected to provide an overview and insight outright as a guide for conducting positioning strategy and provide a chance for subsequent research in investigating the study of promotion strategy, especially for positioning strategy.

Keywords: Positioning, Scandinavian Design Style, Consumers