

STRATEGI PROMOSI KONVEKSI KAOS INTEESHIRT YOGYAKARTA

DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN TAHUN 2015

*(Promotional Strategy Inteeshirt Tshirt Screen Printing Yogyakarta to Increase
the Number of Consumers in 2015)*

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Hada Syahputra

20120530063

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

2016

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Hada Syahputra
NIM : 20120530063
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang di kutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Penulis

(Hada Syahputra)

MOTTO

" We're not only life once, we're life twice. Jangan sia-siakan hidupmu"

(Self)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ▶ Ayah terhebat sejagad raya : Ayahnda Hari Margo Prasetyo yang menjadi inspirasi serta penyemangat.
- ▶ Ibu terbaik sejagad raya : Ibunda Ida Suryanti yang telah berjuang melahirkan serta mendidik dan membesarkanku.
- ▶ Kakak dan Adik : Alfisahr Faradina, Afridian Pratiwi, yang selalu ada memberikan motivasi untuk menyelesaikan tanggung jawab.
- ▶ Teman hidup masa depan, siapapun.

KATA PENGANTAR

Assalamuailaikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Promosi Konveksi Kaos Inteeshirt Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tahun 2015”**.

Adapun skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan dalam rangka mencapai gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT beserta Rasullullah Muhammad SAW, yang telah memberikan kekuatan, inspirasi, dan motivasi yang begitu besar bagi penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Cipto, MA., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief, S.IP, M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar selalu memberikan pengarahan dan dukungan kepada penulis.
5. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA dan Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Penguji yang juga telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberi saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen prodi Ilmu Komunikasi yang telah membagi ilmunya dan staf karyawan yang ada di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Kedua orang tuaku yang sangat aku cintai dan sayangi, yang tak henti-hentinya mendoakan serta memberi perhatian dan motivasi yang begitu besar.
7. Kakak dan adik serta keluarga besarku yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis.
8. Calon bu dokter di masa depan, Ita Arianti. Terima kasih telah menemani masa-masa sulit, semoga selalu bisa tersenyum dan memotivasi.
9. Agil, Acen, Icam, Rilo, Tetha, Meisya, Agam, Dwi, Muslim, Angga, Lek Slam, Adit, Kiram, Kecil, Yoga, Rifah, Tiwi, Erna, dan teman-teman Rumah Cinta lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga nanti di hari tua masih bisa berkumpul dan berbagi cerita baru.
10. Teman-teman “Rumah Kite”, Tancak, Samsul, Edo, Yahya.
11. Teman-teman kontrakan “Bedap Genk YK”, Tomi, Mas Sigit, Yayat, Ardo.

12. Untuk teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2012 lainnya, khususnya anak-anak Advertising12. Terima kasih atas waktunya selama ini. See you on top, guys!
13. Inteeshirt Yogyakarta terutama pak Wahyu Anggono dan pak Agus Nugroho yang telah memberikan banyak waktu luang.
14. Teman-teman KKN76 x Gupak Warak. Coklat!
15. Aa' burjo yang turut membantu memfasilitasi dalam hal logistik. Nastel terbaik!
16. Taman mimpi tempat berimajinasi. Terima kasih telah menginspirasi.
17. Semua pihak yang sudah membantu dan tidak bisa disebutkan semuanya, terima kasih atas segala bantuannya dan dukungannya.

Atas semua bantuan yang telah diberikan tidak ada balasan yang lebih baik selain pahala dari Allah SWT. Penulis berharap semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan. Tidak ada yang dapat penulis berikan selain ucapan terima kasih atas seluruh bantuan yang telah diberikan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 Agustus 2016

Penyusun

Hada Syahputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6

E. Kajian Teori	7
1. Strategi Promosi	7
a. Mengidentifikasi Pemirsa Sasaran	11
b. Menentukan Tujuan Komunikasi	12
c. Merancang Komunikasi	13
d. Memilih Saluran Komunikasi.....	13
e. Menetapkan Jumlah Anggaran	13
f. Menentukan Bauran Media	14
g. Mengukur Hasil	15
h. Mengelola Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	15
2. Bauran Komunikasi Pemasaran	16
a. <i>Advertising</i> (Periklanan)	16
b. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	20
c. <i>Events and Experiences</i> (Acara dan Pengalaman)	21
d. <i>Public Relation & Publicity</i>	22
e. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung).....	24
f. <i>Interactive Marketing</i> (Pemasaran Interaktif).....	25
g. <i>Word-of-Mouth Marketing</i>	26
h. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal).....	29
F. Metode Penelitian	30
a. Jenis Penelitian	31
b. Objek Penelitian	31
c. Lokasi Penelitian	31

d. Periode Penelitian	31
e. Teknik Pengumpulan Data	32
f. Teknik Analisis Data	34
G. Uji Validitas Data.....	35
H. Sistematika Penulisan	36
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	38
A. Penelitian Terdahulu	38
B. Sejarah Singkat Inteeshirt	42
C. Lokasi Perusahaan	43
D. Tujuan Perusahaan	43
E. Sistem Penjualan	43
F. Sumber Penggunaan Dana	44
G. Logo Perusahaan	44
H. Struktur Organisasi.....	45
I. Personalia.....	48
J. Produk.....	49
K. Produksi.....	55
L. Proses Produksi.....	56
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	59
A. Sajian Data	59
1. Segmentasi Promosi Inteeshirt.....	60

2. Tujuan Promosi	61
3. Strategi Pesan	62
4. Saluran Komunikasi Inteeshirt	63
<i>a. Advertising</i> (Periklanan)	64
<i>b. Event and Experiences</i>	67
<i>c. Interactive Marketing</i>	72
5. Penetapan Jumlah Anggaran Promosi	76
6. Mengukur Hasil.....	77
B. Pembahasan	77
1. Perencanaan Strategi Promosi Inteeshirt	78
2. Media Promosi Inteeshirt	83
3. Penentuan Anggaran Promosi	91
4. Evaluasi Hasil Promosi	92
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1.1 Elemen dalam Proses Komunikasi	9
1.2 Langkah-langkah Dalam Mengembangkan Komunikasi Efektif.....	11
2.1 Logo Inteeshirt	44
2.2 Struktur Organisasi Inteeshirt	45
2.3 Sweater Lengan Panjang	49
2.4 Kaos Tanpa Lengan	50
2.5 Jaket Saku Tempel.....	50
2.6 Kaos Singlet Basket.....	51
2.7 Kaos Kombinasi Busa	51
2.8 Jaket Saku Dalam	52
2.9 Jumper Zipper	52
2.10 Jaket Kerah Wangky.....	53
2.11 Jumper Double Hoodie	53
2.12 Sweater Kombinasi Elbow Kain	54
3.1 Brosur Inteeshirt.....	66

3.2 Isi Brosur Inteeshirt	67
3.3 Brosur Acara Diskomfest 6	69
3.4 Media pendukung acara Diskomfest 6	70
3.5 Acara Volkswagen Autography Competition	71
3.6 Acara Volkswagen Autography Competition	71
3.7 Website Inteeshirt.....	73
3.8 Akun Instagram Inteeshirt	74
3.9 Akun Facebook Inteeshirt.....	74
3.10 Akun Twitter Inteeshirt.....	75
3.11 Akun Youtube Inteeshirt.....	75
3.12 Tracking order pada website Inteeshirt.....	88
3.13 Website Inteeshirt	89

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Usaha Konveksi di Wilayah DIY	3
1.2 Data Penjualan Inteeshirt tahun 2014 dan 2015	5
1.3 Alat Utama dalam Pemasaran Humas	24
2.1 Penelitian Terdahulu	40