

**Strategi Promosi Geplak “Mbok Tumpuk” Sebagai  
Salah Satu Produsen Oleh-oleh Khas Bantul dalam Menarik  
Minat Beli Konsumen 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 :**

**Ardian Dwi Nugroho**

**20130530034**

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

**2018**



## MOTTO

“No matter how strongly yourself, do not ever address it all alone,  
if that you do for you would fail”

-Itachi Uchiha-

“Selemah apapun musuhku,  
aku tidak akan meremehkan mereka”

-Aburame Shino-

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah tuhan semesta alam. Tak lupa rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, hidayah, kesehatan dan kemudahan yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Geplak Mbok Tumpuk Sebagai Salah Satu Produsen Oleh – oleh Khas Bantul Dalam Menarik Minat Beli Konsumen 2016” untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak lupa rasa terimakasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si, selaku wakil Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Dr Suciati S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhirnya selesai.
6. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn, selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn, selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.

8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Staf Jurusan Ilmu Komunikasi, Pak Muryadi, Pak Jono & Mbak Siti yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan segala bentuk keperluan administrasi selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak Toko Oleh-oleh Geplak Mbok Tumpuk yang telah membantu dan berkenan mengizinkan peneliti melakukan penelitian di sana.
11. Terimakasih juga kepada rekan-rekan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 22 Februari 2019

Ardian Dwi Nugroho

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua yang telah mendukung saya selama penyusunan tugas akhir ini sehingga semua berjalan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua, terimakasih untuk semua do'a dan usahanya selama ini sehingga saya dapat mencapai titik seperti sekarang.
2. Untuk kakak - kakakku dan keluarga besar yang selalu mendukung.
3. Mita karunia, *partner* kemana sajanya saya yang telah senantiasa selalu menemani dan memberikan support selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Rekan - rekan seperjuangan dalam penyusunan skripsi, Winda Tamara, Adi Kuncoro, Eki, Bachtiar, Aris Munandar.
5. Almamater kebanggaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Ilmu Komunikasi 2013. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.
6. Rekan – rekan Kelompok KKN 155 UMY 2016 terimakasih atas dukungannya, kalian luar biasa!
7. Serta saya persembahkan untuk yang selalu bertanya: “*kapan Skripsimu selesai?*”.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	10
1. Strategi Promosi.....	10
2. Perencanaan Promosi.....	12
3. Proses Implementasi.....	19
4. Evaluasi Promosi.....	19
5. Bauran Promosi.....	20
F. Peneliti Terdahuulu.....	28
G. Metode Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian.....	29
2. Lokasi Penelitian.....	30

3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
4. Teknik Analisis Data.....	32
5. Uji Validitas Data.....	40

## **BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah.....	36
B. Lokasi.....	37
C. Visi dan Misi.....	38
D. Segmentasi.....	38
E. Logo.....	39
F Jam buka operasional.....	39
G. Struktur Organisasi.....	40
H. Manajemen.....	40
I. Interior dan Eksterior.....	43
J. Produk.....	44

## **BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Sajian Data.....	45
1. Perencanaan Promosi.....	46
2. Proses Implementasi.....	70
3. Evaluasi Promosi.....	71
B. Pembahasan.....	72
1. Perencanaan Promosi.....	72
2. Proses Implementasi.....	91
3. Evaluasi Promosi.....	93

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>
----------------------	------------



## Daftar Tabel

Tabel 1.1. Tabel Media Promosi yang Digunakan.....	5
Tabel 1.2. Target Dan Capaian Konsumen.....	8
Tabel 1.3. Jumlah Omset Yang Didapat.....	9
Tabel 3.1. Tabel Kegiatan Promosi.....	68

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Penjualan di Tokopedia.....	6
Gambar 1.2 Penjualan di Bukalapak.....	6
Gambar 1.3 Web TripAdvisor.....	7
Gambar 2.1 Peta Lokasi Geplak Mbok Tumpuk.....	37
Gambar 2.2 Logo Perusahaan.....	39
Gambar 2.3 Eksterior dan Interior.....	43
Gambar 2.4 Produk.....	44
Gambar 3.1 Banner.....	57
Gambar 3.2 Testimoni.....	58
Gambar 3.3 Billboard.....	60
Gambar 3.4 Fanspage.....	62
Gambar 3.5 Tanngapan Konsumen.....	63
Gambar 3.6 Publisitas.....	66