

**STRATEGI PROMOSI SECRET GARDEN COFFE & CHOCOLATE
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON KONSUMEN
PADA TAHUN 2016 - 2017**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

M. BENY BASKORO

20120530232

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : M. Beny Baskoro

NIM : 20120530232

Konsentrasi : *Advertising*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan, bahwa skripsi dan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Secret Garden Coffee & Chocolate Yogyakarta dalam Meningkatkan Minat Calon Konsumen pada Tahun 2016-2017” adalah hasil karya saya sendiri. Penelitian dalam skripsi ini benar-benar telah dilakukan dan dapat dipertanggungjawabkan. Begitu pula seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 22 Maret 2019

M. Beny Baskoro

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa sukur dan bangga skripsi ini saya persembahkan untuk :

ALLAH SWT, Tuhan segala umat yang maha pengasih lagi maha penyayang yang selalu mempermudah jalanku dalam segala hal termasuk dalam proses skripsi ini.

Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menjadi zaman yang lebih terang.

Keluarga tercinta, Alm. Papa Rohmadir dan Ibu Purwati Aji yang telah melahirkan, membesarkan, merawat, menyayangi dan mendidik dengan sabar dan tulus ikhlas, tidak ada satu katapun yang dapat menggambarkan semua perjuangan yang telah kalian berikan kepada ku, kepada kami anak – anak mu, terimakasih untuk segalanya semoga ini bisa menjadi awal kebanggaan untuk kalian.

Saudara Kandungku, kakak pertama **Pradita Kurniawansyah**, kakak kedua **Agung Saputra** dan adik ku **Aji Rahmansyah**, terimakasih sudah menjadi kakak dan adik yang baik dalam hidupku, terimakasih untuk segala semangat yang diberikan, semoga skripsi ini menjadi titik mula untuk ku agar dapat memberikan sedikit kebanggaan untuk kalian. Terimakasih juga kepada kakak ipar ku mbak klara dan mbak siti yang gak bosan bosannya mengingatkan ku supaya kuliah segera diselesaikan. Untuk keponakan ku Alifah embul dan Dimas gundul hehehee yang selalu menjadi penghibur, semoga kelak kalian bisa menjadi kebanggaan keluarga ya Amin.

Untuk Alm.eyang kakung **Suardi** dan Almh. eyang putri **Sudarmini**, semoga skripsi ini bisa menjadi sebuah kebanggaan kecil untuk kalian, dan semoga kalian bahagia disana.

Untuk wanitaku Virgi Nindya Pratiwi, terimakasih banyak sudah menemani ku sampai sejauh ini, yang selalu memberi support agar aku tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi, selalu marah kalo aku malas - malasan hehhee. Semoga ini semua bisa menjadi suatu awal yang baik untuk kita berdua kedepannya ya, Amin.

Sahabat – sahabat ku di kampung halaman, pidok, mbeling, mukadi, jangkemot, aton, galih, ganden dan Alm. Cemet, Alm. Krewel. Kawan kawan seperjuangan dikontrakan johu Jambrong, poying, tatal, gembul, jupe, kocim. Tetangga kontrakan sekaligus orangtua di tanah rantau, keluarga bapak Widodo dan ibu Widodo yang selalu pengertian. Hanya satu yang bisa saya ucapkan, terimakasih banyak atas segalanya.

Sahabat – sahabat ku di tanah rantau khususnya teman – teman di kampus, terimakasih sudah mau menjadi keluarga dan mau berbagi suka maupun duka bersama.

HALAMAN MOTTO

“Tangga menuju langit adalah kepalamu, maka letakkan kakimu diatas kepalamu.
Untuk mencapai Tuhan injak – injaklah pikiran dan kesombongan rasionalmu.”

~ Sujiwo Tejo ~

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata – 1 (S1) Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2019. Pencapaian terbesar ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT beserta Rasul-Nya Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budianto, M.P. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas nasehat, arahan, saran, serta perbaikan yang berguna bagi penulis dan kesabaran bapak dalam membimbing saya selama proses penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Suciati, S.Sos. M.Si dan ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si. Selaku dosen penguji terimakasih telah memberikan masukan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi dan staf Ilmu Komunikasi, pak Jono, pak Mur, mbak Siti, terimakasih telah menjadi pusat informasi dan semua doa juga dukungannya selama proses penulisan kripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih banyak.

Yogyakarta, 11 Maret 2019

Penulis

M. BENY BASKORO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
F. Metode Penelitian	24
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	31
A. Sejarah Singkat Secret Garden Yogyakarta	31
B. Lokasi Perusahaan	32

C. Visi dan Misi Perusahaan	33
D. Logo Perusahaan	34
E. Struktur Organisasi	36
F. Manajemen	37
G. Interior dan Eksterior	39
H. Produk Secret Garden	40
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	45
A. Penyajian Data	45
A.1. Strategi Promosi	45
A.2. Baruan Promosi	55
A.3. Pemasaran Kuliner	66
B. Pembahasan	68
B.1. Strategi Promosi Secret Garden	68
B.2.Strategi Pesan dan Kreatif Secret Garden Dibandingkan Dengan Kompetitor Lainnya	74
B.3. Media Promosi Secret Garden	76
B.4. Dampak Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran	83
B.5. Publisitas Secret Garden	84
B.6. Pemanfaatan Anggaran Dana yang Efisien	86
B.7. Analisis SWOT	88

BAB IV PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Pelanggan Secret Garden.....	3
Tabel 2 Data Timeline <i>Schedule</i> Kegiatan Promosi Secret Garden.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lokasi Secret Garden.....	32
Gambar 2.2 Logo Secret Garden.....	34
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Secret Garden.....	36
Gambar 2.4 Gambar Interior Secret Garden.....	39
Gambar 2.5 Gambar Interior Secret Garden.....	40
Gambar 2.6 Gambar Exterior Secret Garden.....	40
Gambar 2.7 Beefsteak Black Papper.....	41
Gambar 2.8 Chiken Maryland.....	41
Gambar 2.9 Barbeque.....	42
Gambar 3.0 Nasi Goreng Spesial.....	42
Gambar 3.1 Ayam Lalapan.....	43
Gambar 3.2 Chocolate Secret Original.....	43
Gambar 3.3 Mokctail Blue Ocean Secret.....	44
Gambar 3.4 Wedang Jahe Secret.....	44
Gambar 3.5 Bentuk Promosi Penjualan.....	56
Gambar 3.6 Review Konsumen di Media Sosial Facebook.....	58
Gambar 3.7 Review Konsumen di Media Sosial Facebook.....	58
Gambar 3.8 Brosur Secret Garden.....	59
Gambar 3.9 Banner Secret Garden.....	60
Gambar 4.0 Event yang Diikuti Secret Garden.....	61
Gambar 4.1 Event yang Diadakan Secret Garden.....	61