

**Strategi Promosi Ngopi Di Museum Vol 3 Dalam Menarik Minat Pengunjung Pada
Tahun 2018**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



20120530206

Disusun oleh:

Imam Yudia Prawira

20120530206

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan tim penguji jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Juli 2019
Tempat : Ruang Multimedia
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

KETUA

Dr. Filosa Gita Sukmono, S.Ikom,

Penguji 1



Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn

Penguji 2

Aswad Ishak, S.IP., M.Si,

Skripsi ini telah diterima salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Tanggal :

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imam Yudia Prawira

NIM : 20120530206

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Penyusun



Kata Pengantar

Penulis bersyukur tak terhingga dan berbangga atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menjalani dan menyelesaikan studi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Akhirnya setelah tujuh tahun, berbagai lika-liku, kendala dan rintangan dapat diatasi pada detik-detik untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penyusunan skripsi yang berjudul “*Strategi Promosi Ngopi Di Museum Vol 3 Dalam Menarik Minat Pengunjung Pada Tahun 2018*” dapat diselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa dalam prosesnya, penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun berkat bantuan, bimbingan dan kerja sama dari semua pihak baik langsung maupun tidak langsung, semua kendala yang dihadapi dapat terlewati. Untuk itu, dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih dan rasa hormat setinggi-tingginya kepada Bapak Dr.Filosa Gita Sukmono, M.Si, selaku pembimbing yang telah sabar, tekun dan selalu penuh semangat meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan skripsi ini. Beliau adalah salah satu guru, mentor dan teman terbaik yang pernah penulis temui. Tak lupa, peneliti berterima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini, sekaligus memohon maaf apabila dalam prosesnya terdapat hal-hal yang kurang berkenan.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, sehingga dari diri penulis pribadi mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 24 Juli 2019

Penulis,

Imam Yudia Prawira

MOTTO

***“THE LITERAL MEANING OF LIFE
IS TO GIVE YOUR LIFE A MEANING”***

“SAPERE AUDE!”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan berakhirnya studi ilmu komunikasi yang saya tempuh di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua dan sahabat terbaik saya, Drs.H.Udi Hudori dan Bd.Hj.Apipah, SKM, yang telah membesarkan dan mendukung saya dengan penuh kesabaran dan pengertian. Semoga kelulusan saya menjadi sedikit kebahagiaan yang bisa saya berikan.
2. Kedua kakak saya, Rini Nurafiah dan Adi Saputra, yang banyak memberi masukan dan membagi perspektif mereka mengenai kendala-kendala yang saya hadapi.
3. Adik saya, Chanief Rizki Ramdani, dan keponakan saya, Murwah Idris, yang menjadi dorongan keras bagi saya untuk segera lulus dan membuat mereka bangga.
4. Dosen, guru, mentor dan pembimbing saya, Dr. Filosa Gita Sukmono, M.Si, yang telah banyak membagi ilmu dan arahan selama masa studi saya sejak awal pada 2012. Terima kasih atas kesabarannya mendorong saya di waktu-waktu yang genting.
5. Guru-guru saya sejak taman kanak-kanak hingga saat ini, baik di dalam maupun luar sekolah. Ucapan terima kasih khususnya saya persembahkan kepada Ibu Sunaah, Ibu Ita Maulidha dan Ust.Samsons Rahman, Bapak Beyhaqi dan Bapak Ruli Renata.
6. Sahabat-sahabat saya yang berjuang bersama, baik dalam perjuangan studi di kampus UMY, maupun dalam perjuangan merealisasikan cita-cita masing-masing.
7. Kamerad-kamerad saya di berbagai komunitas yang berperan besar dalam pengembangan diri saya. Lebak Noise, Paguyuban Saija Adinda, MXMW, JAFF, Festival Film Dokumenter, SAAP, YukNonton dan Silang Pandang.
8. Keluarga besar *Pier 14 Coffee* di bawah pimpinan Mas Helmi Adhi Wibowo sebagai juru sangrai *Roasteri Cap Kadal* yang mau banyak mengajari saya segala hal tentang kopi dan bisnis, sambil tetap memberi saya kesempatan untuk menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat-sahabat yang saya cintai yang tidak pernah meninggalkan saya ketika berada di titik terendah sekalipun. Terima kasih untuk kepercayaan kalian kepada saya untuk bangkit.
10. Orang-orang yang menginspirasi diri saya begitu besar. Para pemikir dan seniman besar seperti Nietzsche, Kahlil Gibran, Thom Yorke, Vincent Van Gogh, Zlatan Ibrahimovic, Leo Tolstoy, Siddhartha Gautama, Richard Dawkins, Sutradara Leo Carax, Kim Ki-Duk, dan tentu saja orang-orang yang saya temui tanpa mereka sadari telah banyak menjadi inspirasi bagi saya.
11. Terima kasih dan segala hormat saya kepada semua orang yang ada di dalam hidup saya yang tidak sanggup saya sebut satu per satu. Terima kasih telah mengambil peran dalam perjalanan hidup saya dan mengizinkan saya menjadi bagian dari hidup kalian.

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Kosentrasi Public Relations

Imam Yudia Prawira (20120530206)

Strategi Promosi *Event* Ngopi Di Museum Vol 3 Dalam Mendukung Peningkatan Jumlah Wisatawan Museum Pendidikan Indonesia UNY

Tahun Skripsi: 2019 + 93 Hal

Daftar Kepustakaan: 16 buku + 14 Jurnal

Penelitian ini berusaha menganalisis strategi promosi dalam gelaran *event* Ngopi Di Museum Vol 3. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi *event* Ngopi Di Museum Vol 3 dalam mendukung peningkatan jumlah wisatawan Museum Pendidikan Indonesia UNY.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini Owner Cornella & Co, Divisi Marketing Cornella & Co, Ketua Pelaksana Kegiatan dan Pengunjung event Ngopi Di Museum Vol 3.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di ketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Cornella & Co pada Event Ngopi Di Museum Vol 3 sudah berjalan sesuai yang telah direncanakan. Program promosi berjalan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan promosi event dan evaluasi. Tahap perencanaan menentukan manajemen promosi, tujuan promosi, sasaran promosi, strategi promosi, anggaran promosi. Tahap pelaksanaan promosi melakukan berbagai macam promosi event seperti promosi media massa, promosi media online, promosi media luar ruang dll. Sedangkan pada tahap evaluasi dengan melakukan kegiatan evaluasi secara menyeluruh. Dilakukan pada saat rapat pembubaran panitia event Ngopi Di Museum Vol 3, pada saat rapat tersebut dievaluasi kekurangan dan kelebihan program promosi *event* tersebut.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Event*, Ngopi di Museum

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

COMMUNICATION STUDIES PROGRAM

IMAM YUDIA PRAWIRA (20120530206)

PUBLIC RELATIONS CONCENTRATION

**Promotion Strategy of “Ngopi di Museum” Vol 3 Event in Attempt to Increase the
Number of Visitors at the Indonesian Education Museum UNY**

YEAR OF STUDY : 2019 + 93 PAGES

REFERENCES : 16 BOOKS + 14 JOURNALS

This research attempts to analyze the promotion strategy in the event of the “Ngopi di Museum” (Coffee in Museum) Vol 3. The purpose of this study was to find out the promotion strategy of the Ngopi event in the Vol 3 Museum in attempt to increase the number of visitors at the Yogyakarta State University’s (YSU) Indonesian Educational Museum.

This research is a qualitative research with qualitative descriptive method. The data collection techniques are done by interview method and documentation. The informants in this study were the owner of Cornella & Co, the head of Marketing Division Cornella & Co, the head of the event committee and Visitors of the event.

Based on the results of research conducted by researchers, it was known that the promotion carried out by Cornella & Co on the Coffee Event at the Museum Vol 3 had gone according to plan. The promotion program goes through the stages of planning, implementing event promotions and evaluations. Planning stage determines promotion management, promotion goals, promotion goals, promotion strategies, promotional budgets. The implementation phase of the promotion carries out various types of event promotions such as mass media promotion, online media promotion, outdoor media promotion etc. While at the evaluation stage by conducting a comprehensive evaluation. Done at the Ngopi event committee dissolution meeting at Ngopi di Museum Vol 3, the shortcomings and advantages of the event promotion program were evaluated.

Keywords: Promotion Strategy, Event, Ngopi di Museum

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Strategi Promosi.....	8
2. Bauran Promosi.....	14
3. Promosi Event.....	19
F. Penelitian Terdahulu.....	21
G. Metodologi Penelitian.....	29
1. Metode Penelitian.....	29
2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3. Teknik Analisis Data.....	32
4. Uji Validitas Data.....	34
H. Sistematika Penulisan.....	35

BAB II GAMBARAN UMUM.....	37
A. Event Ngopi Di Museum.....	37
B. Profil Cornella & Co.....	40
C. Struktur Organisasi.....	41
D. Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Secara Umum.....	42
1. Director and Founder.....	42
2. Director of Human Resources Training & Research.....	43
3. Corporate Secretary.....	44
4. Manager of Corporate Relations Department.....	44
5. Public Relations Coordinator of Marketing and Communications.....	45
6. Web Developer of IT & Creative Department.....	45
7. Head of IT & Creative Department.....	46
8. Assistant Head of IT & Creative Department.....	46
9. Design and Creative Content Assistant & Creative Department.....	47
10. Head of Marketing Communications Department.....	47
E. Profil Klinik Kopi.....	47

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Catatan Pembuka.....	49
B. Sajian Data.....	49
1. Perencanaan Promosi Event.....	49
2. Pelaksanaan Kegiatan Bauran Promosi.....	58
3. Evaluasi Strategi Promosi.....	70
C. Pembahasan.....	72
1. Perencanaan Promosi Event Ngopi Di Museum Vol 3.....	73
2. Pelaksanaan Promosi Event Ngopi Di Museum Vol 3.....	82
3. Evaluasi Terhadap Pelaksanaan Promosi.....	88
D. Catatan Penutup.....	92
 BAB IV PENUTUP.....	 94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96
 DAFTAR PUSTAKA.....	 98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung dan jumlah tenant kopi yang bergabung didalam event “Ngopi di Museum”.....	5
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengunjung “Ngopi di Museum” vol 3 yang di adakan di Museum Pendidikan Indonesia Yogyakarta.....	5
Gambar 2 Event Ngopi di Museum Vol 1.....	39
Gambar 3 Event Ngopi di Museum Vol 2.....	39
Gambar 4 Event Ngopi di Museum Vol 3.....	40
Gambar 5 Profil Cornellia & Co.....	41
Gambar 3.1 Poster Ngopi Di Museum Vol 3.....	57
Gambar 3.2 Brosur Ngopi Di Museum.....	61
Gambar 3.3 Spanduk Ngopi Di Museum.....	62
Gambar 3.4 Postingan Akun <i>Twitter</i> Klinik Kopi.....	63
Gambar 3.5 PR yang dilakukan oleh Space Coffee Roastery.....	64