

**PELAKSANAAN BRAND POSITIONING LIPPO PLAZA JOGJA
SEBAGAI MAL ANAK MUDA TAHUN 2018**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Dinda Ayu Amelia Ilham

20150530166

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

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 16 Desember 2019
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

KETUA

Dr. Tri Hastuti Nur R. S.sos., M.Si

Penguji II

Penguji III

Dr. Adhianty Nurjanah, S.sos, M.Si

Krisna Mulawarman, S.sos, M.Sn

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Hariyadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dinda Ayu Amelia Ilham
Nim : 20150530166
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pelaksanaan brand positioning Lippo Plaza Jogja sebagai
mal anak muda tahun 2019

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ssaya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 24 Desember 2019

Dinda Ayu Amelia

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb Dengan mengucapkan Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan pembuatan laporan penelitian skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Brand Positioning Lipoo Plaza Jogja Sebagai Mal Anak Muda di Yogyakarta Tahun 2018”** dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana starta 1 (satu) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran diperlukan dalam menciptakan proses pembelajaran bagi penulis. Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, dengan segala kerendahan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Lippo Plaza Jogja yang telah membantu mengumpulkan data dan informasi dalam karya tulis ini.
4. Ibu Tri Hastuti Nur Rochimah selaku dosen pembimbing saya.
5. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Orang tua dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, dan nasihat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini.

7. Seluruh sahabat dan semua teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi 2015 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu mendukung selama masa perkuliahan maupun proses pembuatan skripsi berlangsung.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan ridho-Nya kepada kita semua, Amin ya Rabbal'alam.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Yogyakarta, 04 Desember 2019

Penulis

Dinda Ayu Amelia Ilham

MOTTO

Orang pintar akan kalah dengan orang yang rajin, orang rajin akan kalah dengan orang yang beruntung, tapi orang yang beruntung akan kalah dengan orang yang bermental kuat dan terus mencoba.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk semesta dan segala proses jatuh bangun yang selalu mendewasakan dan memberikan pengalaman untuk tumbuh. Penulis mampu mempersembahkan tulisan ini kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam berproses. Terimakasih yang sangat besar karena telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis.

1. Alhamdulillah, Terimakasih ya Allah atas kemudahan yang selalu engkau berikan kepada dinda, atas segala kegundahan hati dan rasa ingin menyerah namun selalu engkau tenangkan.
2. **Ayah Suyoso dan Mamah Endah.** Terimakasih Mamah dan Ayah telah menjadi orangtua yang sabar dan tidak banyak menuntut atas kelulusan anakmu ini, terimakasih untuk menjadi tempat pulang paling nyaman dan selalu menyemangati ketika aku down ketika memperjuangkan skripsi. Terimakasih Ayah dan Mamah skripsi ini terselesaikan hanya untuk kalian.
3. Terimakasih kepada ibu **Dr. Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si** selaku dosen pembimbing, terimakasih bunda atas masukan-masukan yang telah diberikan hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga bunda selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan yang melimpah.
4. Terimakasih kepada Ibu **Dr. Adhianty Nurjanah, M.Si.** dan **Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn.** selaku dosen penguji saya yang sangat memberikan pelajaran bagi saya arti sebuah perjuangan yang sangat mendewasakan.

5. **TU Ilmu Komunikasi UMY.** Terimakasih untuk Pak Jono dan Pak mur karena telah menyemangati saya pada detik-detik perjuangan magang saya hingga lulus skripsi. Terimakasih juga telah memberikan banyak pertolongan. Semoga pak mur dan pak jono selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta rejeki yang melimpah.
6. **Lippo Plaza Jogja,** terimakasih telah mengizinkan saya untuk magang dan penelitian skripsi disana. Semoga kedepannya Lippo Plaza Jogja sukses.
7. **Herdetya Priambodo,** Terimakasih telah menjadi salah satu alasan untuk lulus. Terimakasih telah terlibat dan membantu di dalam proses perkuliahanku, yang mau aku repotin dari semester awal hingga lulus. Semoga niat baik kita segera di kabulkan oleh Allah. *Thankyou* 😊
8. **Mbak Shita,** Terimakasih karena udah jadi waliku selama di Yogyakarta, yang banyak mengajarkan arti kehidupan dengan sikapnya yang cuek tapi penuh perhatian. Sukses terus ya mbakku *I love u.*
9. **Cici, Khanza, Billa, Ajeng, Lala** terimakasih telah menjadi sahabat dan saksi perjuangan perkuliahanku dari mataf hinga akhir. Semoga kalian bisa sukses kedepannya.
10. **Kelas E,** terimakasih sebanyak-banyaknya kepada keluarga besar kelas E untuk kekompakan selama ini. Semoga kalian sukses selalu dan menjadi orang hebat.
11. **Laila, Zulma, Adit, Indro, Febri** terimakasih banyak untuk kalian teman-teman seperjuangan skripsi bimbingan Bu Tri yang selalu menyemangati satu sama lain, kalian semua orang baik dan orang hebat.

- 12. Tongkrongan Syini (swara,insan, sibhe, mbak mona, sunu, indo,detya)**
terimakasih untuk kalian semua yang telah hadir ketika aku sudah mulai menyerah dengan skripsi, kalian selalu ada untuk menghiburku hingga aku mulai semangat lagi untuk mengerjakan skripsi.
- 13. Anak-anak Kos Intan,** terimakasih mbak Laila, mbak wulan, mbak ayu, mbak neno, mbak tari telah mengajarkan banyak hal untuk adekmu ini.
- 14. Anak-anak kos Patra Lestari,** Fita, Yulia, Misky, Krista, Citra terimakasih telah banyak memberikan kebahagiaan ketika aku berada dikos itu.
- 15. Anak-anak Kos Salwa 2,** terimakasih guys untuk supportnya selama aku skripsi aku sayang kalian.
- 16. KKN Dsn Juwono,** Terimakasih teman-temanku ! *See you on top*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABLE	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.1 Positioning	9
1.5.2 Brand Positioning	8
1.5.3 Media Baru	24
1.6 Metode Penelitian	29
1.6.1 Jenis Penelitian	29

1.6.2	Lokasi Penelitian	30
1.6.3	Objek Penelitian	30
1.7	Teknik Pengumpulan Data	30
1.8	Teknik Analisis Data	32
1.9	Triangulasi	33

BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

2.1	Sejarah Perusahaan	35
2.2	Visi dan Misi Perusahaan	36
2.3	Keunggulan Lippo Plaza Jogja	37
2.4	Penyewa dan Fasilitas di Lippo Plaza Jogja	38
2.5	Demografis Pengunjung	39
2.6	Struktur Organisasi	39

BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

3.1	Proses Perencanaan Kegiatan Brand Positioning	44
3.1.1	Perencanaan yang SMART	46
3.1.2	Mengidentifikasi perbedaan dengan kompetitor	48
3.2	Pelaksanaan Brand Positioning	52
3.2.1	Menunjukkan Keunggulan	53
3.2.2	Kegiatan-Kegiatan Positioning	57
3.2.3	Seleksi tenant guna memperkuat positioning	63
3.2.4	Mengkomunikasikan Positioning	64

3.3 Evaluasi Pelaksanaan Brand Positioning	75
3.3.1 Indikator Keberhasilan Kegiatan Positioning	75
3.3.2 Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat	76
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan	80
4.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 : Foto Space Belajar “*Smart Lounge*”4

Gambar 1.2 : Foto Sevensky dan Kegiatan Anak Muda6

Gambar 1.3 : Foto Kegiatan Acara Jogja Sneakers Market7

BAB II

Gambar 2.1 : Logo Perusahaan36

Gambar 2.2 : Struktur Perusahaan40

BAB III

Gambar 3.1 : Area Skatepark dan Spot foto unik di Sevensky ...56

Gambar 3.2 : Pembukaan Venue My Kitchen58

Gambar 3.3 : Event Jogja Sneakers Market tahun 201859

Gambar 3.4 : Pelaksanaan Tournament E-sport61

Gambar 3.5 : Feed Instagram Lippo Plaza Jogja66

Gambar 3.6 : Feed Instagram Lippo Plaza Jogja67

Gambar 3.7 : Feed Instagram Lippo Plaza Jogja69

Gambar 3.8 : Feed Instagram Lippo Plaza Jogja70

Gambar 3.9 : Instastory Interaksi Langsung dengan Followers ...72

Gambar 3.10 : Poster Kegiatan Acara Lippo Plaza Jogja74

DAFTAR TABLE

Table 1.1 Perbedaan Lippo Plaza Jogja dengan Mal-Mal lain49

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Dinda Ayu Amelia Ilham

**Pelaksanaan Brand Positioning Lippo Plaza Jogja Sebagai Mal “Anak Muda”
Di Yogyakarta Tahun 2018**

Tahun Skripsi : 2019 + 89Hal + 36 Gambar + 1 Tabel + 1 Bagan

Daftar Pustaka : 18 Buku + 10 Jurnal + 1 Internet + Undang-undang

Banyaknya bermunculan mal yang berkonsep world class di Yogyakarta membuat persaingan semakin ketat dalam membangun konsep world class pada setiap mallnya. Untuk itu diperlukannya perhatian khusus untuk para pengembang pusat perbelanjaan modern agar menciptakan differensiasi konsep yang dapat membedakan suatu mall dengan mall pesaing lainnya, maka dari itu Lippo Plaza Jogja hadir dengan konsep mal anak muda. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan brand positioningnya sebagai mal “anak muda” di Yogyakarta pada tahun 2018.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber penelitian merupakan wawancara mendalam kepada beberapa narasumber, dokumentasi, dan arsip Lippo Plaza Jogja. Uji validitas penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa temuan. Pertama alasan Lippo Plaza Jogja memilih positioning anak muda karena, kurangnya mal yang ramah untuk anak muda mulai dari segi harga maupun fasilitas-fasilitas yang disediakan. Kedua, Lippo Plaza Jogja menonjolkan positioningnya sebagai mal anak muda melalui event dan venue. Pada tahun 2018 Lippo Plaza Jogja meresmikan dan mengembangkan *venue My Kitchen* dan *Sevensky*, lalu Lippo Plaza Jogja juga mempunyai beberapa kegiatan yang memperkuat positioningnya sebagai anak muda yaitu, Female Dj Party, Jogja Sneakers Market, Korean Girls Festival, dan Tournament e-sport seperti Mobile Legend, PUBG, AOV. Media promosi yang paling dominan yakni menggunakan media sosial Instagram dimana melakukan perancangan konten kreatif, selain itu juga menggunakan media lain seperti poster dan famlet. Lippo Plaza Jogja telah melaksanakan evaluasi tetapi belum melaksanakan riset.

Kata Kunci : positioning, lippo plaza jogja, anak muda

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Science Studies

Public Relations Concentrations

Implementation of brand positioning Lippo Plaza Jogja as a youth mall in Yogyakarta in 2018

Dinda Ayu Amelia Ilham

Period Thesis : 2019 + 89 Pages + 36 Pictures + 1 Table + 1 Chart

References : 16 Book + 10 Journals + 1 Internet Source + Constitution

The number of malls that appear world class concept in Yogyakarta makes the competition more stringent in building the concept of world class in each mall. The number of mall that appear world class concept in Yogyakarta makes the competition more stringnt in building the concept of world class in each mall. For this reason, special attention is needed for the developers of modern shopping centers in order to create differentiation concepts that can distinguish a mall from other competing malls, therefore Lippo Plaza Jogja comes with the concept of a mall of young people. The purpose of this study is to describe how the implementation of brand positioning as a mall "young people" in Yogyakarta in 2018

This research uses a qualitative method with a descriptive approach. The research source is in-depth interviews with several speakers, documentation, and Lippo Plaza Jogja archives. Test the validity of this study using the source triangulation method

In this study found several findings. First, the reason Lippo Plaza Jogja chose the positioning of young people was because of the lack of friendly malls for young people, in terms of price and the facilities provided. Second, Lippo Plaza Jogja highlights its positioning as a youth mall through events and venues. In 2018 Lippo Plaza Jogja inaugurated and developed the My Kitchen and Sevensky venue, then Lippo Plaza Jogja also had several activities that strengthened its position as young people, Female Dj Party, Jogja Sneakers Market, Korean Girls Festival, and e-sport Tournaments such as Mobile Legend, PUBG, AOV. The most dominant promotional media is using social media Instagram which designs creative content, while also using other media such as posters and famlets. Lippo Plaza Jogja has conducted an evaluation but has not yet conducted research.

Keyword : Positioning, Lippo Plaza Jogja, Young people.

