

**STRATEGI PROMOSI DINAS PENGELOLAAN PASAR YOGYAKARTA DALAM
MENARIK MINAT PENGUNJUNG PASTHY**

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh sebagian persyaratan
Guna memperoleh Gelar Sarjana S-1**



Disusun oleh :

Rendra Kurnianto

20050530185

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2012

SKRIPSI

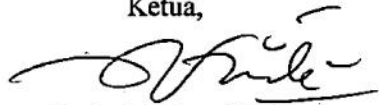
Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Juni 2012
Tempat : R. Negosiasi

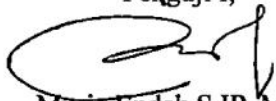
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua,



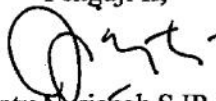
Suciati, S.Sos, M.Si

Penguji I,




Muria Endah S.IP, M.Si

Penguji II,



Adhianty Nurjanah S.IP, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana S-1

Tanggal :

Ked. (Suciati, S.Sos, M.Si)
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan inahnya-Nya, sehingga penulisan laporan tugas akhir yang berjudul "STRATEGI PROMOSI DINAS PENGELOLAAN PASAR YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG PASTHY" dapat penulis selesaikan dengan semaksimal mungkin. Sholawat serta salam juga dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para kerabat dan sahabat-sahabatnya.

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu sayarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dan juga sebagai sarana untuk mempraktekkan secara langsung ilmu dan teori yang telah diperoleh selama menjalani masa studi di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan bantuan baik materiil maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- a. Allah SWT atas segala karunia dan hidayahnya yang tak terhingga.
- b. Bapak & Ibu atas doa, kasih sayang, kesabaran, serta dorongan spiritual maupun materiil selama ini.
- c. Bapak Aswad Ishkak, S.IP, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- d. Suciati, S.So, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, waktu, kesabaran, serta masukan selama pelaksanaan tugas akhir dan penulisan laporan ini.
- e. Muria Endah Sokowati S.IP, M.Si, selaku dosen penguji I
- f. Adhianty Nurjanah S.Sos, M.Si, selaku dosen penguji II
- g. Bu yuni dekanat, terima kasih atas dukungan dan motivasi selama ini. *Lemah teles, Gusti Alloh seng mbaless*
- h. Temen-temen semua dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, maka dengan segala keterbukaan penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membantu proses penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata semoga ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak pembaca.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 2012

Rendra Kurnianto

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Rendra Kurnianto

20050530185

Strategi Promosi Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta Dalam Menarik Minat Pengunjung PASTHY

Tahun Skripsi : 2012 + 101 halaman + 10 lampiran

Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana strategi promosi Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta dalam menarik minat pengunjung PASTHY. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan strategi promosi Dinas Pengelolaan Pasar dalam upaya untuk menarik minat pengunjung dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi promosi Dinas Pengelolaan Pasar dalam upaya untuk menarik minat pengunjung. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Langkah-langkah pencarian data dilakukan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi, kemudian dilanjutkan dengan mereduksi data, selanjutnya penyajian data dan analisis data, dan diakhiri dengan kesimpulan serta saran. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa aktifitas promosi yang dilakukan Dinas Pengelolaan Yogyakarta dalam upaya menarik minat pengunjung sudah terlaksana dengan baik. Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta melakukan langkah-langkah dengan melakukan proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. Alat-alat promosi yang digunakan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Pesan yang disampaikan berupa informasi tentang keberadaan PASTHY dan kondisi yang ada didalamnya. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan rekomendasi dalam penelitian ini adalah perlu adanya sumber daya manusia atau tenaga ahli yang khusus menangani bidang promosi agar pencapaian lebih maksimal dan frekuensi penayangan iklan lebih diperbanyak.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, PASTHY

DAFTAR ISI

AMAN JUDUL	i
AMAN PENGESAHAN	ii
A PENGANTAR	iii
TRAKSI	IV
TAR ISI	V
I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka teori	7
1. Definisi Promosi	7
2. Strategi Promosi	11
3. Bauran Promosi	17
F. Metodologi Penelitian	21
1. Jenis Penelitian	21
2. Lokasi Penelitian	22
3. Sumber Data	22
4. Teknik Pengumpulan Data	22
5. Teknik Analisa Data	24
G. Teknik Keabsahan Data	25
B II : DATA UMUM PERUSAHAAN	26
A. Sejarah Berdirinya PASTHY	26
B. Keadaan Lokasi PASTHY	26
C. Jumlah Pedagang	31
D. Struktur Organisasi Paguyuban PASTHY	32
E. Pengelola	32

III : SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	35
A. SAJIAN DATA	35
1. Tahap Riset Lingkungan	37
2. Tahap Perencanaan Promosi	39
3. Implementasi Promosi PASTHY	56
4. Monitoring dan Evaluasi	70
B. PEMBAHASAN	76
1. Mengidentifikasi Target Sasaran	79
2. Menentukan Tujuan Promosi	80
3. Merancang Pesan	81
4. Menentukan Media	82
5. Menetapkan Jumlah Anggaran	84
6. Menentukan Bauran Promosi	85
7. Mengukur hasil Promosi	99
IV : PENUTUP	102
A. KESIMPULAN	102
B. SARAN	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	105