

**AKTIVITAS PROMOSI YOGYATOURIUM SEBAGAI GERAI  
BARU DAGADU DJOKDJA**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh**

**Rizka Ardhiani Putri**

**20090530149**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

## HALAMAN PENGESAHAN

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

Hari : Selasa

Tanggal : 15 April 2014

Tempat : Ruang Negosiasi

Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI


Ketua

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

Penguji I

  
Zein Muftari, S.Sos., M.LKom

Penguji II

  
Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal : 15 April 2014

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

  
Haryadi Arief NR, S.IP., M.Sc

## SURAT PERNYATAAN



Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Ardhiani Putri  
NIM : 20090530149  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *Aktivitas Promosi Yogyakarta* sebagai Gerai baru Dagadu Djokdja tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah itu dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 15 April 2014.

Penulis

Rizka Ardhiani Putri  
NIM.20090530149

## MOTTO

- ❖ Belajar, Berusaha, Berdoa, Bersabar, Kuat dan Tawakal. -RZK
  
- ❖ *A Girl should be two things, Classy and Fabulous.* -Coco Chanel
  
- ❖ Berhentilah berusaha menjadi cantik di mata manusia, tapi teruslah berupaya menjadi indah di mata Allah SWT. -A'A Gym

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Thanks to:

- ❖ Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
- ❖ Orang tua dan keluarga. Pa'e Supardiyono, Ibuk Siti Muntaatin, Om Yadi, Mbah Kung, Mbah Uti, Mba Dian, Mas Bagus, Mas Adit, twinfie Rizky AP, S.Ikom., Reza, Jordan mibur, Jorgi, Almh. Nia, Laras, Kinantan, Bryan, Nimas, Zoya dan keluarga besar.
- ❖ Gonsay Andika AP, SE.
- ❖ PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Yogyatourium.
- ❖ *Fellas*: Ade Nare, Itha Ash, Sukro benceess, Mifta, diajeng princess Atid, Ibu Peri Yana, Nene Sun, Nilam, Dinda gadis koreah, @dyeget Udin bomber rumpik, Tito mboleng, Sena, Sincan, Reza ZetPi, Kochan, Komeng, Ntet, Bu Haji Lidia, Queen, Icha, Arlina, Dindon, Tacil, Kucing, Mas Serse, Sucek, Said, Wahyu gendut, Reza paduan suara dan teman-teman Komunikasi '09 yang tidak bisa disebutkan satu persatu karena kalian sudah melanglang buana keluar dari garis khatulistiwa.
- ❖ Mbak Ega BaTa dan anak buahnya.

*Salam goyang morena shaayy...*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: "Aktivitas Promosi Yogyakarta sebagai Gerai baru Dagadu Djokdja".

Tulisan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademi guna mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah diuji oleh Dewan Penguji. Penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bpk. Prof. Dr. H. Bambang Cipto, MA. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bpk. Dr. Ali Muhammad, P.hd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bpk. Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bpk. Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bpk. Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing dan dosen penguji skripsi.
6. Bpk. Zein Muffarih Muktaf, S.IP., M.I.kom. selaku dosen penguji skripsi.
7. Bpk. Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA. selaku dosen penguji skripsi.
8. Kepada semua Dosen dan Karyawan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Kepada PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Yogyakarta

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 April 2014  
Penulis

Rizka Ardhiani Putri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN 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>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori .....	9
1. Aktivitas Promosi .....	9
a. Pengertian Promosi .....	9
b. Proses Perencanaan Promosi .....	14
c. ... ..	15

F. Metodologi Penelitian .....	16
1. Jenis Penelitian .....	16
2. Lokasi Penelitian.....	17
3. Informan Penelitian .....	17
4. Teknik Pengumpulan Data .....	18
5. Teknik Analisis Data .....	18
6. Validitas Data .....	20

**BAB II GAMBARAN UMUM YOGYATOURIUM DAN PT. ASELI DAGADU  
DJOKDJA**

A. Latar Belakang Sejarah Perusahaan.....	22
1. Dagadu Djokdja .....	22
2. Yogyakarta .....	23
B. Cideramata Alternatif .....	24
C. Kreativitas Kolektif.....	25
D. Visi dan Misi.....	25
E. Struktur Organisasi Perusahaan .....	26
F. Produk .....	26
G. Brand 28	

**BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

A. SAJIAN DATA	
1. Proses Perencanaan Promosi .....	32
2. Tujuan Aktivitas Promosi .....	33
3. Target Pasar Sasaran dan Segmentasi .....	35
4. Aktivitas Promosi yang dilakukan .....	36
5. Media Promosi yang digunakan .....	47
6. Hasil yang dicapai .....	58



## B . ANALISIS DATA

1. Proses Perencanaan Promosi .....	61
2. Tujuan Aktivitas Promosi .....	64
3. Target Pasar Sasaran dan Segmentasi .....	65
4. Aktivitas Promosi yang dilakukan .....	66
5. Media Promosi yang digunakan .....	71
6. Hasil yang dicapai .....	76

## BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN .....	81
B. SARAN .....	82

## DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

Lampiran pemberitaan di beberapa media digital dan *website*

Lampiran logo produk Dagadu Djokdja

Lampiran logo Yogyatourium

Lampiran struktur organisasi Dagadu Djokdja

Lampiran brosur Yogyatourium

Lampiran brosur JOCVEC

Lampiran *interview guide* dan transkrip wawancara

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 JOCVEC .....	39
Gambar 3.2 Dagadu Raceplorer .....	41
Gambar 3.3 Roemah moedik .....	43
Gambar 3.4 Donor Darah .....	45
Gambar 3.5 Selososelo .....	46
Gambar 3.6 Pemberitaan Bantul media .....	52
Gambar 3.7 Pemberitaan Detik travel .....	52
Gambar 3.8 Pemberitaan Matahari .....	53

Gambar 3.9 Pemberitaan Gudegnet .....	53
Gambar 3.10 Pemberitaan Republika online .....	54
Gambar 3.11 Pemberitaan Tribun news .....	54
Gambar 3.12 Pemberitaan Solopos news .....	55
Gambar 3.13 Pemberitaan Jogja news .....	55
Gambar 3.14 Pemberitaan Event Jogja .....	56

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Rizka Ardhiani Putri**

**20090530149**

**Aktivitas Promosi Yogyakarta sebagai gerai baru Dagadu Djokdja**

**Tahun Skripsi : 2013**

**Daftar pustaka: 15 buku + 14 sumber lain dan internet**

Yogyatourium merupakan gerai baru dari Dagadu Djokdja yang mempunyai konsep berbeda dengan gerai-gerai sebelumnya. Tujuan dibukanya gerai tersebut adalah untuk menjawab keluhan para konsumen dan memberikan timbal balik bagi warga sekitar kota Yogyakarta. Penelitian ini pada dasarnya membahas mengenai aktivitas promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan gerai baru dari Dagadu Djokdja yaitu Yogyatourium. Penelitian ini adalah sebuah penelitian dengan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa Yogyatourium melakukan beberapa aktivitas promosi seperti mengadakan *event* yang melibatkan komunitas kreatif dan warga sekitar kota Yogyakarta. Selain mengadakan *event* Yogyatourium juga menggunakan beberapa media sebagai alat promosi seperti leaflet/brosur, surat kabar harian/koran dan majalah, radio, *billboard*/baliho, pesan singkat/sms, memberikan gift atau merchandise dan media sosial seperti facebook, twitter dan website resmi dari Dagadu Djokdja.

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**Departement of Communication Sciences**

**Public Relations Concentration**

**Rizka Ardhiani Putri**

**20090530149**

**Promotion Activities of Yogyatourium as a New Store of Dagadu Djokdja**

**Year Thesis : 2013**

**Bibliography : 15 books + 14 others sources**

Yogyatourium is a new store of Dagadu Djokdja which has the different concept with the previous stores. The outlet opening purpose was to answer consumers complaints and give feedback for citizen of Yogyakarta city. This research is about promotion activities to introduce the new store of Dagadu Djokdja that is Yogyatourium. This research used qualitative methods and descriptive research approach. The results of this research is Yogyatourium did some promotion activities such as events that involve creative communities and citizen of Yogyakarta city. Besides events, Yogyatourium also used some media as a promotion tools such as leaflets/brochure, daily newspaper/magazine, radio, billboard, short message service, give some gift or merchandise and used social networking such as facebook, twitter and official website from Dagadu Djokdja.

**Key Word : Yogyatourium, Promotion Activities**