

**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF IMPLEMENTASI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH MAKAN
AYAM BAKAR *WONG SOLO* CABANG YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Sarjana S-1**



Oleh:

PUTRI WIJAYANTI WIBOWO

L 100060046

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF IMPLEMENTASI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH MAKAN AYAM BAKAR
WONG SOLO CABANG YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

PUTRI WIJAYANTI WIBOWO
NIM. L 100 060 046

telah diperkenankan oleh Dewan Penguji
pada tanggal 7 Februari 2011
dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. Joko Sutarto, SE,M.Si ()
2. Palupi S.Sos ()
3. Dian Purworini, S.Sos, MM ()

Surakarta,
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Dekan,

Husni Thamrin, ST.,MT.,Ph.D.
NIK.706

PERNYATAAN

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

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, Februari 2011

Putri Wijayanti Wibowo
NIM. L 100 060 046

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah :153)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah : 5-8)

”Tidak ada kemenangan tanpa peperangan, tidak ada kesuksesan tanpa perjuangan. Sesungguhnya Tuhan (Allah) akan memberikan kemenangan dan kesuksesan bagi siapapun jika memang memperjuangkan dan meyakinkannya”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Papa dan Mama tercinta yang telah memberikan pendidikan terbaik dalam hidupku.
2. Keluarga besarku, kakak, dan saudara-saudaraku
3. Teman-temanku seangkatan
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Adapun skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan dalam rangka mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Husni Thamrin, ST., MT., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Rinasari Kusuma, S.Sos., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Joko Sutarto, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan pengarahan dan dukungan kepada penulis.
4. Ibu Palupi, S.Sos, selaku Pembimbing II yang selalu memberikan pengarahan dan motivasi bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua Dosen Ilmu Komunikasi yang membagi ilmunya dan staf yang ada di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Zainuddin Elhady, SEI, selaku Manager RM. Wong Solo Cabang Yogyakarta yang senantiasa membantu dalam memberikan informasi dan data-data yang penulis butuhkan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku yang sangat aku cintai dan sayangi, Papa dan Mama yang tak henti-hentinya mendoakan penulis serta memberi perhatian dan motivasi yang begitu besar.
8. Semua kakakku dan keluarga besarku yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis.

9. Katz Richard, SH, yang selalu ada untuk memberikan dukungan, nasehat dan motivasi kepada penulis.
10. Mas Yudhie, mas Andhika, mas Haries, mas Bayu, mas Andhi, mba Luna, mba Indri, mba Pipit, Asima dan teman-temanku yang ada di Jakarta yang mana penulis tidak dapat sebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan untuk penulis.
11. Untuk sahabatku, Luci, Niken, Emma, Haryo, Anton, Priambodo, Anunk terima kasih atas dukungan dan motivasi dan bersama kalian aku bahagia.
12. Bramantyo, Sandra, Resty, Novi, dan semua teman-teman Fakultas Komunikasi dan Informatika UMS angkatan 2006.

Di dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih sangat jauh dari sempurna, untuk itu segala macam kritik maupun saran sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surakarta, Februari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Komunikasi	9
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	13
3. Promosi	26
B. Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Tempat dan Waktu Penelitian	36
B. Bentuk dan Strategi Penelitian	37
1. Bentuk Penelitian	37
2. Strategi Penelitian	38
C. Sumber Data	38

	D. Teknik Pengumpulan Data	39
	E. Validitas Data	42
	F. Analisis Data	43
	G. Prosedur Penelitian	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
	A. Gambaran Lokasi Penelitian	47
	1. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	47
	2. Visi, Misi dan Tujuan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	50
	3. Jumlah dan <i>Outlet</i> Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	52
	4. Profil Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta	53
	5. Manajemen SDM	55
	6. Budaya Kerja	57
	7. Personalia	58
	8. Konsep <i>Total Service System</i>	60
	B. Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta	61
	C. Temuan Studi	77
BAB V	PENUTUP	88
	A. Kesimpulan	88
	B. Saran	89
	DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1	Jumlah Pengunjung Tahun 2005-2009..... 2

DAFTAR BAGAN

		Halaman
Bagan 1	Proses Komunikasi.....	11
Bagan 2	Model Komunikasi Pemasaran.....	15
Bagan 3	Tujuan Komunikasi, Respon Khalayak, dan Proses Pembelian.....	18
Bagan 4	Kerangka Pemikiran.....	34
Bagan 5	Model Analisis Interaktif.....	44
Bagan 6	Struktur Organisasi RM”Ayam Bakar Wong Solo” Yogyakarta.....	59

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Jadwal Penelitian.....	36
Tabel 2	Elemen Komunikasi Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Pintu Masuk Rumah Makan Wong Solo..... 49
Gambar 2	Bangunan Rumah Makan Wong Solo..... 49
Gambar 3	Desain Rumah Makan Bernuansa Tradisional..... 50
Gambar 4	Area Parkir Rumah Makan Wong Solo..... 53
Gambar 5	Area Parkir Roda Dua Rumah Makan Wong Solo..... 54
Gambar 6	Menu Spesial Wong Solo Cabang Yogyakarta..... 54
Gambar 7	Logo Rumah Makan Wong Solo..... 69
Gambar 8	Papan Nama Wong Solo..... 69
Gambar 9	Acara Seminar..... 71
Gambar 10	Kegiatan Pentas Seni di SMA..... 71
Gambar 11	Kegiatan Penerimaan Mahasiswa Baru..... 72
Gambar 12	Voucher Makan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo... 74
Gambar 13	Leaflet Daftar Menu Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo..... 76

ABSTRAK

Putri Wijayanti Wibowo. L 100 060 046. *Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta*. **Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2011.**

Dalam memasuki era globalisasi pengusaha Rumah Makan harus jeli dalam memasarkan produknya. Keberhasilan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta dalam memasarkan keunggulan dan keunikan produknya tergantung dari cara penyampaian pesan kepada masyarakat. Dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu diharapkan nama Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta akan semakin terkenal dan semakin menarik minat konsumen untuk mau datang ke rumah makan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta.

Penelitian ini mengambil lokasi di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan dengan wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Analisis data menggunakan analisis interaktif.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu. Kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan adalah media cetak, media elektronik, publikasi, *corporate identity*, *sponsorship*, *word of mouth* (WOM), promosi penjualan, dan kolateral (*Booklet/Leaflet*). Media cetak yang digunakan adalah media cetak lokal. Sedangkan media elektronik, yaitu radio dan televisi. Publikasi yang dilakukan adalah dengan membuat blog di internet tentang Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo. *Corporate identity* ini ditunjukkan melalui logo dan papan nama Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo. Promosi penjualan dilakukan dengan cara memberikan voucher discount sebesar 10%. *Sponsorship* yang dilakukan adalah dengan menjadi sponsor kegiatan atau *event* yang diselenggarakan oleh kalangan pelajar atau mahasiswa atau acara seminar yang diselenggarakan di Yogyakarta. Selain *sponsorship*, *word of mouth* (WOM) juga digunakan sebagai sarana promosi, yaitu dengan *getok tular*. Penggunaan sarana koleteral (*booklet/leaflet*) dilakukan dengan menyebarkan *leaflet* kepada masyarakat umum.