

**STRATEGI POSITIONING RUMAH MAKAN AYAM BAKAR
WONG SOLO DALAM MEMBANGUN KETERTARIKAN
KONSUMEN**

**(Studi Deskriptif Tentang Strategi Positioning Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo
Cabang Yogyakarta dalam Membangun Ketertarikan Konsumen)**

SKRIPSI



**Disusun Oleh
TRILIS INDARWATI
20030530222**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**STRATEGI POSITIONING RUMAH MAKAN AYAM BAKAR
WONG SOLO DALAM MEMBANGUN KETERTARIKAN
KONSUMEN**

**(Studi Deskriptif Tentang Strategi Positioning Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo
Cabang Yogyakarta dalam Membangun Ketertarikan Konsumen)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar S1

**Disusun Oleh
TRILIS INDARWATI
20030530222**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN

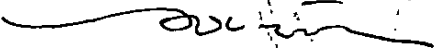
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 11 Desember 2007

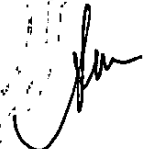
PENYUSUN

Trilis Indarwati
20030530222

Pembimbing I

Pembimbing II


(Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si)


(Aswad Ishak., S.IP)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan dewan
penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Pada Hari : Selasa
Tanggal : 08 Januari 2008
Jam : 08.00 – 10.00 WIB
Tempat : Multimedia

SUSUNAN TIM PENGUJI

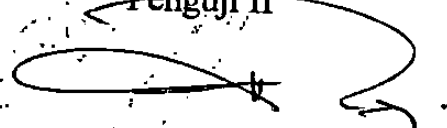
Ketua


(Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si)

Penguji I


(Aswad Ishak., S.IP)

Penguji II


(Krisna Mulawarman, S.Sos)

Skripsi ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal : 14 Februari 2008




Tri Hastuti Nur R., S. Sos., M.Si

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan skripsi yang saya buat benar-benar merupakan hasil karya sendiri, dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Selanjutnya apabila dikemudian hari terdapat duplikasi dan ada pihak yang merasa dirugikan dan menuntut, maka saya akan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sekalipun dengan melewati berbagai rintangan yang menyertainya, namun akhirnya dapat terselesaikan juga.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala batas kemampuan yang dimiliki.

1. Allah SWT untuk segala keajaiban dan kemudahan yang telah diberikan-Nya kepada penulis.
2. Rektor Universitas, Bapak Dr. H. Choirudin Bashori.
3. Dekan Fisipol, Bapak Bambang Eka Cahya. W. S.IP
4. Ketua Jurusan dan Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Ibu Tri Hastuti Nur R., S. Sos., M.Si dan Bapak Fajar Iqbal., S. Sos., M.Si.
5. Dosen pembimbing skripsi Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si dan Bapak Aswad Ishak., S.IP atas kesabarannya membimbing saya.
6. Dosen Penguji, Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos.
7. Seluruh staff Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

8. Manager Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo, Bapak M. Zaenuddin, S.Ag yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian disana.
9. Bagian Personalia, Bapak Agung Maulana Rizqi makasih buat bantuannya selama penelitian.
10. Semua teman-teman dan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga segala yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT ... Amin. Penulis meminta maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan sekali lagi, skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Februari 2008

Penulis

(Trilis Indarwati)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Abstraksi	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xv
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kerangka Teori	7

BAB II Gambaran Umum Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta.....	37
A. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	37
B. Perluasan Usaha Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo.....	41
C. Visi dan Misi	44
D. Manajemen SDM Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo.....	45
E. Manajemen dan Paket Franchise Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	47
F. Struktur Organisasi Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta	48
G. Lokasi Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta	49
H. Personalia	50
1. Jumlah Karyawan	50
2. Jam Kerja, Cuti dan Libur	50
3. Hak dan Kewajiban Karyawan	51
4. Keselamatan Kerja	52
5. Kesejahteraan Karyawan	53
6. Proses Produksi Makanan	54

7. Daftar Harga Makanan dan Minuman	55
8. Deskripsi Tempat	59
BAB III Hasil Penelitian dan Analisis Data	62
A. Hasil Penelitian dan Penyajian Data	62
1. Ketatnya Persaingan Rumah Makan di Yogyakarta	62
2. Strategi Positioning Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	65
3. Penyusunan Strategi Positioning Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Dalam Menarik Konsumen.....	71
4. Menentukan Langkah-Langkah yang Diambil Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Dalam Menyusun Strategi Positioning	74
5. Penataan Program di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	78
6. Upaya Yang Dilakukan Untuk Mengkomunikasikan Positioning Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Terhadap Calon Konsumen.....	89
7. Ketertarikan Konsumen Terhadap Produk Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	95
B. Analisis Data	97
1. Analisis Terhadap Temuan Data	07

a. Latar Belakang Pelaksanaan Strategi Positioning	
Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	98
b. Pelaksanaan Strategi Positioning Rumah	
Makan Ayam Bakar Wong Solo	99
c. Pasca Pelaksanaan Strategi Positioning	
Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	107
2. Analisis Berdasarkan Teori	108
C. Alasan Pemilihan Strategi	113
BABIV Kesimpulan dan Saran	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran	117

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Struktur Organisasi	48
Gambar 2 : Lokasi Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo	50
Gambar 3 : Proses Produksi Makanan	54