

## ABSTRAKSI

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Public Relations  
Trilis Indarwati**

**Strategi Positioning Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo dalam Membangun  
Ketertarikan Konsumen, Study Deskriptif Strategi Positioning Rumah Makan  
Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta dalam Membangun Ketertarikan  
Konsumen**

Tahun Skripsi : 2008 + xv + 115 hal + 28 hal lampiran + 3 hal gambar  
Daftar Kepustakaan : 9 Buku + 3 Sumber Online (2003-2007)

Studi ini berusaha menganalisis mengenai Strategi Positioning yang digunakan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta dalam Membangun Ketertarikan Konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Positioning apa saja yang dilakukan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta dalam mengenalkan Rumah makannya yang bernuansa Islami atau Halalan Thayyiban ke publik agar dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa strategi positioning berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif yang berupa uraian dan penjelasan secara deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa dengan adanya beberapa bantuan media cetak maupun elektronik yang sudah dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo dalam strategi positioning ternyata sangat membantu pihak perusahaan dalam membangun ketertarikan konsumen. Kesuksesan itu dapat dilihat dari kenaikan jumlah konsumen yang datang untuk mengkonsumsi produk Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Yogyakarta yang dulunya hanya 10-20 orang dalam sehari, sekarang dapat mencapai 30-60 orang dalam sehari.

## ABSTRACTION

**University of Muhammadiyah Yogyakarta  
Faculty of Social and Political Studies  
Department of Communication Studies  
Major of Public Relations  
Trilis Indarwati**

**The Positioning Strategy of Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo in Building Customer Interest. Descriptive Study of Positioning Strategy of Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Yogyakarta in Building Customer Interest.**

**Year of Last Paper 2008 + XV + 119 pages + 28 pages appendix + 3 pages pictures**

**References: 9 books + 3 online resources (2003 – 2007)**

This study tries to analyze about positioning strategy that used by Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo in Yogyakarta for building customer interest. The objective in this research is to know what kind of positioning strategy that implemented by Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo to introduce their restaurant that have Islamic atmosphere or Halalan Thayyiban to public in order it can interest so much customers. The theory framework in this research sees that positioning strategy is related with marketing communication. Research method that used in this research is qualitative analysis it is analysis and explanation descriptively. Research result explains that there are some of print media or electronic media support that have been done by Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo for its positioning strategy. These so help its company to build customer interest. Those successes can be seen from the rise of customer number that come to consume the product of Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo in Yogyakarta that last year it just had 10 – 20 people a day. Now it has