

STRATEGI POSITIONING MIROTA BATIK YOGYAKARTA MELALUI

***TAG LINE* PUSAT “BATIK DAN KERAJINAN”**

**POSITIONING STRATEGY OF MIROTA BATIK YOGYAKARTA THROUGH THE
TAG LINE “CENTER OF BATIK AND CRAFT”**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata S-1 Pada Fakultas Ilmu Politik Dan Sosial
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



DI SUSUN OLEH:

Kusuma Adi Kirana

20050530164

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

**STRATEGI POSITIONING MIROTA BATIK YOGYAKARTA MELALUI
TAG LINE PUSAT “BATIK DAN KERAJINAN”**

**POSITIONING STRATEGY OF MIROTA BATIK YOGYAKARTA THROUGH THE
TAG LINE “CENTER OF BATIK AND CRAFT”**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Pada Fakultas Ilmu Politik dan
Sosial Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



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

2011

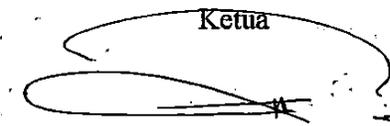
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Jum'at
Tanggal : 05 Agustus 2011
Tempat : Ruang Negosiasi
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn

Penguji I



Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM

Penguji II



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

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

Tanggal : 05 Agustus 2011



Aswad Ishak, S.IP., M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

WILAYAH KOTA MALANG

Sehubungan dengan diterbitkannya Peraturan Walikota Malang No. 10/2012 tentang Pembentukan Kecamatan dan Kelurahan serta Desa dan Kelurahan yang akan dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus 2012.

Yang bersangkutan telah melaksanakan tugas sebagai Kepala Desa Kecamatan Malang Selatan dan Kecamatan Malang Tengah.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama

1. Nama Lengkap : ...

2. Tempat

3. Tanggal

4. Pendidikan Terakhir

5. Pekerjaan Terakhir

6. Riwayat Pekerjaan (dari tahun ke tahun)

7. Alamat Sekarang

8. Catatan Lain-lain

9. Keterangan

10. Keterangan

MOTTO

- ✚ Bagi dunia kau hanya seseorang, tapi bagi seseorang kau adalah dunianya
- ✚ Seorang pemenang tidak pernah menyerah, dan orang yang menyerah tidak pernah menang
- ✚ Kesalahan bukanlah alasan untuk menyerah, tapi suatu peringatan agar langkah tidak kembali salah
- ✚ Menjadi tua itu biasa, menjadi bijaksana itu luar biasa

Karya kecil ini kupersenahkan untuk Ibuanda Terclata Endang Purawati
dan Almarhum Ayah Terclata Sidi Pramono, saudara-saudara terclitaku, dan
calon pendaftariku kelak.



ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Kusuma Adi Kirana

Strategi Positioning Mirota Batik Yogyakarta Melalui *Tag line* Pusat “Batik dan Kerajinan”

Tahun : 2011 + 113 halaman + 36 halaman lampiran + Daftar kepustakaan : 12 buku + 2 sumber online

Yogyakarta adalah kota budaya yang sering dikunjungi para wisatawan untuk berlibur dan berbelanja kerajinan khas Jogja. Mirota Batik adalah salah satu tempat untuk berbelanja batik dan kerajinan yang ada di Yogyakarta dikemas secara unik dengan citra Jawa dan bertemakan nuansa keraton Jogja. Dengan adanya persaingan yang ketat maka dibutuhkan strategi positioning Mirota Batik Yogyakarta melalui *tag line* pusat “batik dan kerajinan”. *Tag line* bertujuan untuk mempengaruhi pasar dan menyiarkan kepada konsumen Mirota Batik sebagai pusat “batik dan kerajinan”. Studi ini mendeskripsikan tentang strategi *positioning* Mirota Batik Yogyakarta melalui *tag line* pusat “batik dan kerajinan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *positioning*, media serta faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melakukan strategi *positioning* Mirota Batik. Kerangka teori dalam penelitian ini menggunakan teori strategi *positioning*. Strategi *positioning* adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen agar produk atau merek atau nama perusahaan mengandung arti yang dalam dari beberapa segi dan mencerminkan keunggulan terhadap produk atau nama lain dalam bentuk hubungan asosiatif (Rhenald Khasali, 1999:527). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang bersifat studi kasus tunggal holistik yang merumuskan pada obyek penelitian secara intensif dan mendetail. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi *positioning* Mirota Batik melalui *tag line* pusat “batik dan kerajinan” mencapai keberhasilan dan kesuksesan. Untuk mendukung terwujudnya strategi *positioning* Mirota Batik menggunakan *advertising, public relations, public service dan website*.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabil'alamin, segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan limpahan hidayahNya dan inayahNya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi/tugas akhir dengan judul **Strategi *Positioning* Mirota Batik melalui *Tag line* Pusat “Batik dan Kerajinan”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah syarat untuk memperoleh gelar S-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua penulis (Almarhum Ayah tercinta) yang selalu mendoakan untuk dapat menyelesaikan kuliah, my sister and my brother thank's atas doa dan dukungannya.
2. Bpk. Ir. H. Dasron Hamid, M.Sc, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bpk Aswad Ishak, SIP., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bpk Krisna Mulawarman, S.Sos selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan, sehingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM selaku dosen penguji I

6. Ibu Saia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen penguji II

7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. TU jurusan Bpk. Mujiono dan Bpk Jono atas segala informasi dan bantuannya. Semoga Allah SWT membalasnya.
9. Bpk Hamzah Sutikno selaku Pemilik Mirota Batik terimakasih informasinya dan luang waktunya untuk wawancara.
10. Mas Aji selaku Humas Mirota Batik terimakasih atas segala bantuan informasinya dan waktunya untuk wawancara.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah memberikan bantuan moril kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan melakukan penelitian. Oleh karenanya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Wassalamualikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Agustus 2011

Penulis



Kusuma Adi Kirana

DAFTAR ISI

BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah.....	1
	B. Rumusan Masalah.....	8
	C. Tujuan Penelitian.....	8
	D. Manfaat Penelitian.....	8
	E. Kerangka Teori	10
	F. Metode Penelitian.....	31
	1. Jenis Penelitian.....	31
	2. Lokasi Penelitian.....	33
	3. Obyek Penelitian.....	33
	4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
	5. Teknik Analisis Data.....	35
	6. Triangulasi Data.....	36
BAB II	DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
	A. Sejarah Mirota Batik.....	38
	B. Mirota Batik Saat Ini.....	40
	1. Falsafah Mirota Batik.....	43
	2. Nilai-nilai yang Dianut.....	44
	3. Strategi Penjualan.....	45
	4. Produk Mirota Batik.....	45
	5. Tugas Pramuniaga.....	48
	6. Mitra Kerja.....	50
	C. Visi dan Misi Mirota Batik.....	52
	D. Struktur Organisasi Mirota Batik.....	57

BAB III	PEMBAHASAN	
	A. Sajian Data.....	58
	1. Proses Menentukan Strategi <i>Positioning</i> Mirota Batik.....	58
	2. Implementasi Strategi <i>Positioning</i> Mirota Batik Yogyakarta Melalui Tag line Pusat “Batik dan Kerajinan”.....	72
	3. Evaluasi Pelaksanaan Strategi <i>Positioning</i> Mirota Batik Yogyakarta...	84
	B. Pembahasan.....	86
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	109
	B. Saran.....	112