

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Maulana Syarif Hidayatullah

Strategi Positioning Syafaat Marcomm

Tahun Skripsi : 2011 + 125 Halaman + 1 Grafik + 1 Tabel + 11 Gambar

Daftar Pustaka : 10 Buku + 8 Sumber Internet + 1 Surat Kabar

Industri kreatif periklanan mengalami pertumbuhan yang semakin pesat dewasa ini. Perkembangan pesat dunia kreatif periklanan saat ini cenderung bebas nilai dan menghalalkan segala cara sehingga menimbulkan keresahan dalam masyarakat. Syafaat Marcomm sebagai perusahaan periklanan yang berbasis syariah berusaha menjawab keresahan masyarakat dengan menghasilkan karya kreatif dalam periklanan yang bernilai edukasi sehingga bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian ini berusaha menganalisis penerapan strategi *positioning* Syafaat Marcomm sebagai pelopor perusahaan periklanan yang berbasis syariah dan modern tidak hanya di Yogyakarta, tetapi juga dalam skala nasional dan internasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *positioning* Syafaat Marcomm dan Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan strategi *positioning* Syafaat Marcomm dalam menghadapi persaingan dengan biro – biro iklan lainnya. Kerangka teori yang digunakan adalah strategi, komunikasi pemasaran, STP (*segmentation, targeting positioning*).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif dan dianalisis secara kualitatif. Lokasi penelitian adalah perusahaan Syafaat Marcomm. Informan yang diambil adalah CEO dan Director Marketing Syafaat Marcomm. Sementara metode pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan keefektifan strategi *positioning* Syafaat Marcomm. Hal ini ditunjukkan dengan konsistensi dan komitmen Syafaat Marcomm dalam menerapkan konsep syariah dan modern dalam praktik perusahaannya. Syafaat selalu memberikan nilai edukasi dalam setiap *output* kreativitasnya sehingga kredibilitas Syafaat Marcomm semakin meningkat dan terpercaya di mata klien. Syafaat Marcomm perlu meningkatkan jaringan (*network*) klien sehingga jumlah klien akan meningkat.

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Fakulty of Political and Social Science

Department of Communication

Concentration of Advertising

Maulana Syarif Hidayatullah

Positioning Strategy of Syafaat Marcomm

Thesis Year : 2011 + 125 Pages + 1 Graphic + 1 Table + 11 Pictures

References : 10 Books + 8 Internet sources + 1 Newspaper

Advertising creative industry had great development nowadays. Great development of advertising world has tendency free value and too permissive so it gives uncomfortable effects toward people. Syafaat Marcomm as syariah basic advertising agency try to answer uncomfortable of people with produce educative creativity output which useful for society. This research tries to analysis application of positioning strategy Syafaat Marcomm as a pioneer of advertising agency with syariah basic and modern not only at Yogyakarta, but also at national and international. This research aims to describe positioning strategy of Syafaat Marcomm and to know about support factors and inhibitor factors of positioning strategy of Syafaat Marcomm. Theories are used in this research is strategy, marketing communication, STP (*segmentation, targeting, positioning*).

Research methods used in this research is descriptive research along with the case study which will be analyzed qualitatively. The location of the research is Syafaat Marcomm Company. Informant which taken is CEO and Director Marketing of Syafaat Marcomm. Data collection techniques methods are interview and study documentation. The technique of data analyzing is by reducing data, serving data and resulting summary.

The result of this research is show the effectiveness of positioning strategy of Syafaat Marcomm. It can be seen with consistency and commitment Syafaat Marcomm on syariah and modern concept application. Syafaat always give educative value on each their output creativity so credibility of Syafaat Marcomm is increased and trustworthy. Syafaat Marcomm needs to increase client network so that amount of clients will advance.

Keywords : Syariah, Positioning Strategy