

**Strategi Promosi *Food court* Jawir *Creative Communal Space* Yogyakarta
dalam Membangun *Brand Awareness* 2021 – 2022**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Muhammad Rais Padma Saputra

20190530213

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Muhammad Rais Padma Saputra

NIM : 20190530213

Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi *Food court* Jawir *Creative Communal Space* Yogyakarta dalam Membangun *Brand Awareness* 2021 – 2022” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis



Muhammad Rais Padma Saputra

HALAMAN PERSEMBAHAN
Karya tulis ini saya persembahkan untuk
Bapak Achmad Khoiri
Ibu Ida Sulastri
Kakak Nuke Kusumawati S.Pd

**Terimakasih untuk setiap dukungan dan do'a yang selalu
panjatkan. Terimakasih atas semua nasihat dan bimbingannya
sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, karunia dan rahmat serta rejeki sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam berproses. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu dan Bapak tercinta, Ida Sulastri dan Achmad Khoiri atas segala do'a, motivasi, dukungan, nasihat dan perjuangan yang selalu diberikan kepada anak-anak mu sehingga bisa mencapai titik ini. Terimakasih telah menjadi orang tua yang selalu mendukung anak-anaknya dengan penuh suka cita dan nasihat yang membangun serta menjadikan ku anak yang mandiri.
2. Dosen Pembimbing, Ibu Sovia Sitta Sari S. IP., M.Si yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi, terimakasih atas segala ilmu yang luar biasa yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
4. Terimakasih untuk teman – teman Ilmu Komunikasi 2019 dan Bimbingan Ibu Sovia Sitta Sari, S. IP., M.Si yang selalu berbagi semangat dan saling memotivasi serta mendoa'akan.
5. Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah menjadi tempat mencari ilmu dan kepada setiap orang yang telah datang dan berjasa dalam penulisan skripsi.

HALAMAN MOTTO

*“Semangat Terbesar Dalam Hidup Datang
dari Diri Sendiri dan Orang Tercinta”*

-Muhammad Rais Padma Saputra-


KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Promosi *Food court* Jawir *Creative Communal Space* Yogyakarta dalam Membangun *Brand Awareness* 2021 – 2022” guna memperoleh gelar sarjana strata I di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Proses penulisan skripsi ini tentunya penulis juga berkesempatan bertemu, berinteraksi, dan berdiskusi dengan pihak-pihak yang sangat luar biasa dan dengan rendah hati membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya untuk semua pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Terkhusus, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan keajaiban, kesempatan, kemudahan, bimbingan, dan ridho-Nya yang tak terhingga untuk sehingga Skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Isipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S. IP., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi saya yang dengan baik telah memberikan support dan arahan saat berproses menulis skripsi.
5. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MA., dan Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom yang telah menjadi dosen penguji saya, terimakasih atas masukan dan sarannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY yang sudah memberikan ilmu kepada penulis
7. Mas Hasta Putra Adhithama selaku Penanggung Jawab Usaha Jawir

Creative Communal Space dan Mas Muhammad Kemal Ashidqi sebagai marketing yang dengan sangat luar biasa baik memberikan informasi –informasi terkait penelitian Strategi Promosi *Food court* *Jawir Creative Communal Space* Yogyakarta dalam Membangun *Brand Awareness* 2021 – 2022.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak atas penelitian ini. Akhir kata, kurang lebihnya penulis mohon maaf. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat. Terimakasih. Wassalamu’alaikum wr.wb


Penulis
Muhammad Rais Padma Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori.....	6
F. Metode Penelitian.....	14
G. Teknik Analisa Data.....	16
H. Teknik Validitas Data	17
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	19
A. Logo Profil Jawir <i>Creative Communal Space</i>	19
B. Sejarah.....	20
C. Lokasi Jawir	20
D. Visi-Misi	21
E. Struktur Organisasi.....	21
F. Job Description.....	22
G. Macam-Macam tenant.....	24
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	26
A. Sajian Data	26
B. Analisis Data	47
BAB IV PENUTUP	59
A. KESIMPULAN.....	59
B. SARAN	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66

DAFTAR GAMBAR

BAB I.....	1
Gambar 1.1 Profil Instagram @jawirspace.....	4
Gambar 1.2 Piramida Brand Awareness.....	12
BAB II.....	19
A. Sejarah Singkat Jawir.....	19
Gambar 2.1 Logo Jawir <i>Creative Communal Space</i>	19
Gambar 2.2 Peta Lokasi Jawir <i>Creative Communal Space</i>	21
Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi.....	21
BAB III.....	26
Gambar 3.1 Tampilan Promosi Jawir <i>Creative Communal Space</i>	32
Gambar 3.2 Tampilan Event Jawir <i>Creative Communal Space</i>	33
Gambar 3.3 Tampilan Profil Jawir <i>Creative Communal Space</i>	36
Gambar 3.4 Tampilan Story Jawir <i>Creative Communal Space</i>	37
Gambar 3.5 Tampilan Feed Kegiatan Kebudayaan Instagram.....	39
Gambar 3.6 Tampilan Visual Instagram.....	40
Gambar 3.7 Contoh Visual.....	42
Gambar 3.8 Postingan Suasana Jawir.....	43
Gambar 3.9 Caption Foto Di Instagram.....	44
Gambar 3.10 Komentar di Postingan Instagram.....	45
Gambar 3.11 Tag Lokasi Di Instagram.....	46
Gambar 3.12 Hastag di Instagram.....	47