

**STRATEGI PROMOSI ZEBRA PRO MELALUI *EVENT* GRAFITI  
NUSANTHETIC DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DI  
TAHUN 2019-2020  
SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata - 1 (S1)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh**

**Muhammad Afif Karno**

**20160530033**

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

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Afif Karno  
Nomor Mahasiswa : 20160530033  
Konsentrasi : Advertising  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "STRATEGI PROMOSI ZEBRA PRO MELALUI EVENT GRAFFITI NUSANTHETIC DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI TAHUN 2019-2020" 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 plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaanya.

Yogyakarta, 20 Desember 2022

  
Muhammad Afif Karno

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

**Keluarga dan kerabat terdekat saya.**

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya ucapkan terima kasih saya kepada:

- Allah SWT.
- Bapak dan Ibu.
- Seluruh keluarga besar yang sudah mendukung secara penuh.
- Terima kasih kepada seluruh narasumber yang sudah sangat membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Terima kasih banyak kepada dosen pembimbing saya yaitu Mas Angki, yang telah memberikan saran, masukan, dan masih banyak lagi sehingga skripsi ini dapat selesai berkat beliau.
- Terima kasih untuk seluruh teman saya yang sudah berproses bersama dari hal yang menyenangkan hingga menyedihkan.
- Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Saya ucapkan Terima kasih.

## **MOTTO**

Semangat.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Zebra Pro Melalui *Event* Grafiti Nusanthetic dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Tahun 2019-2020” ini guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2022.

Pencapaian terbesar ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT beserta Rasul-Nya Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Mas Jun (Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.) selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Mas Angki (Muhammad Muttaqien, S.I.Kom., M.Sn.) selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah memberikan masukan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Mas Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom. selaku dosen penguji. Terima kasih juga telah memberikan masukan, saran untuk menyelesaikan skripsi ini.

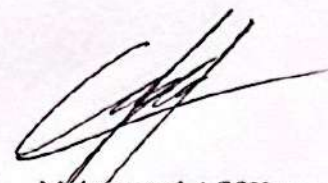


6. Mas Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn. selaku dosen penguji. Terima kasih juga telah memberikan masukan, saran untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi dan staf Ilmu Komunikasi. Terima kasih telah menjadi pusat informasi dan semua doa juga dukungannya selama proses penulisan skripsi ini.

8. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu kritik dan saran akan sangat penulis harapkan. Semoga persembahan ini dapat selalu memberikan manfaat.

Yogyakarta, 20 Desember 2022



Muhammad Afif Karno

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                 | ii  |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                | iv  |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                | v   |
| MOTTO .....                              | vi  |
| KATA PENGANTAR.....                      | vii |
| DAFTAR ISI.....                          | ix  |
| DAFTAR GAMBAR.....                       | xi  |
| ABSTRAK .....                            | xii |
| BAB I (PENDAHULUAN) .....                | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah .....          | 1   |
| B. Rumusan Masalah.....                  | 7   |
| C. Tujuan Penelitian .....               | 7   |
| D. Manfaat Penelitian .....              | 7   |
| 1. Manfaat Teoritis .....                | 7   |
| 2. Manfaat Praktis .....                 | 7   |
| E. Penelitian Terdahulu .....            | 8   |
| F. Kerangka Teori .....                  | 9   |
| 1. Strategi Promosi .....                | 9   |
| 2. <i>Event</i> .....                    | 14  |
| 3. <i>Brand Awareness</i> .....          | 16  |
| G. Metode Penelitian.....                | 18  |
| 1. Paradigma Penelitian .....            | 18  |
| 2. Jenis Penelitian .....                | 19  |
| 3. Objek Penelitian .....                | 20  |
| 4. Lokasi dan Waktu Penelitian .....     | 20  |
| 4.1 Lokasi.....                          | 20  |
| 4.2 Waktu.....                           | 20  |
| 5. Teknik Pengumpulan Data .....         | 20  |
| 5.1 Sumber Data.....                     | 20  |



|  |           |
|--|-----------|
| 5.2 Jenis Data.....  | 21        |
| 5.3 Pengumpulan Data.....  | 21        |
| 6. Validasi Penelitian.....  | 24        |
| 6.1 Teknik Analisis Data.....  | 24        |
| 6.2 Teknik Keabsahan Data.....   | 25        |
| <b>BAB II (GAMBARAN OBJEK PENELITIAN) .....</b>  | <b>26</b> |
| A. Sejarah Singkat PT Propan Raya.....   | 26        |
| B. Visi Misi PT Propan Raya.....   | 28        |
| C. Struktur Organisasi PT Propan Raya .....  | 29        |
| D. Zebra Pro Grafiti .....   | 29        |
| <b>BAB III (HASIL DAN PEMBAHASAN).....</b>   | <b>31</b> |
| A. SAJIAN DATA .....   | 31        |
| 1. Temuan Data tentang Cat Semprot Zebra Pro .....                                       | 31        |
| 2. Temuan Data tentang <i>Event Grafiti Nusanthetic</i> .....                            | 34        |
| 3. Strategi Promosi Cat Semprot Zebra Pro Melalui <i>Event Grafiti Nusanthetic</i> ..... | 38        |
| 4. Analisis Data .....   | 43        |
| B. PEMBAHASAN .....  | 44        |
| 1. Periklanan .....  | 45        |
| 2. <i>Public Relations</i> .....   | 47        |
| 3. Promosi Penjualan .....   | 48        |
| <b>BAB IV (KESIMPULAN DAN SARAN) .....</b>   | <b>49</b> |
| A. Kesimpulan .....  | 49        |
| B. Saran .....   | 50        |
| <b>Daftar Pustaka.....</b>   | <b>51</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>  | <b>55</b> |
| <b>LAMPIRAN I .....</b>  | <b>55</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| <b><u>GAMBAR 1.1</u></b> .....   | 2  |
| (a) <u>Instagram uukwuzhere</u> .....  | 2  |
| (b) <u>Instagram rune_hsk</u> .....  | 2  |
| <b><u>GAMBAR 1.2</u></b> <b><u>Tabel daftar harga cat semprot</u></b> .....                  | 3  |
| <b><u>GAMBAR 1.3</u></b> .....   | 4  |
| (a) <u>Road to Nusanthetic, skech and sharing session</u> .....                              | 4  |
| (b) <u>Re Road to Nusanthetic, jamming session</u> .....                                     | 4  |
| <b><u>GAMBAR 1.4</u></b> <b><u>Data penjual Zebra Pro dari tahun 2018-2021</u></b> .....     | 6  |
| <b><u>GAMBAR 2.1</u></b> <b><u>Struktur Departemen CEM PT. Propan Raya</u></b> .....         | 29 |
| <b><u>GAMBAR 3.1.</u></b> <b><u>Produk Zebra Pro</u></b> .....                               | 32 |
| <b><u>GAMBAR 3.2.</u></b> <b><u>Varian Produk Zebra Pro</u></b> .....                        | 33 |
| <b><u>GAMBAR 3.3</u></b> <b><u>Tampilan Media Sosial Event Grafiti Nusanthetic</u></b> ..... | 35 |
| <b><u>GAMBAR 3.4</u></b> <b><u>Tampilan Hasil Grafiti sebagian peserta</u></b> .....         | 36 |
| <b><u>GAMBAR 3.5</u></b> <b><u>Bentuk Event Perlombaan</u></b> .....                         | 40 |
| <b><u>GAMBAR 3.6</u></b> <b><u>Partisipasi Khalayak dalam Memberi Saran</u></b> .....        | 41 |