

**STRATEGI *POSITIONING* DIFA *BIKE CITY TOUR & TRANSPORT* SEBAGAI  
OJEK DISABILITAS DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana 1 Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

**Muhammad Shodiq Ardananto**

**20170530086**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Shodiq Ardananto

Nomor Mahasiswa : 20170530086

Konsentrasi : *Advertising*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : *Strategi Positioning Difa Bike City Tour & Transport Sebagai Ojek Disabilitas Dalam Membangun Brand Awareness Di Yogyakarta.*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain, maka saya siap untuk menerima sanksi atas perbuatan yang telah dilakukan.

Yogyakarta, 23 October 2021

  
10000  
SEPULUH RIBU RUPIAH  
METERA TEMPEL  
403AJX446615268  
Muhammad Shodiq Ardananto

## **HALAMAN MOTTO**

“Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat”

**(Imam Syafi’i)**

“Jangan menuntut Tuhanmu karena tertundanya keinginanmu, tapi menuntut dirimu karena menunda adabmu kepada-Ny”.

**(Ibnu Atha’illah As-Sakandari)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Alhamdulillahilalamin*, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah, yang telah memberikan nikmat yang melimpah. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Saya menyadari dalam menyusun skripsi tidak lepas dari kekurangan dan kelemahan, tetapi banyak hal yang menjadi motivasi untuk lebih baik dan semangat dalam menyusun skripsi ini, dan akhirnya berkat pertolongan dari Allah SWT skripsi ini bisa terselesaikan

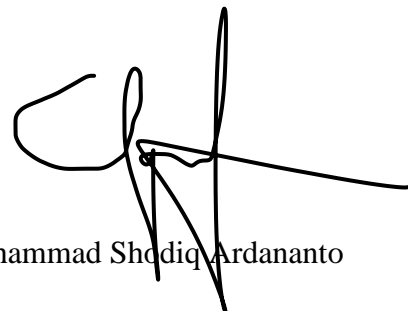
## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan nikmat sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi *Positioning* Difa Bike City Tour & Transport Sebagai Ojek Disabilitas Dalam Membangun *Brand Awareness* di Yogyakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini bisa terwujud berkat bimbingan dan bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Fajar Junaedi M.Si selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah memberi banyak bimbingan, nasehat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk waktu dan bimbingan yang diberikan.
3. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph. D. dan Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dan arahan yang bermanfaat, sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang menginspirasi peneliti.
5. Keluarga peneliti khususnya kedua orang tua saya Bapak Sumarto dan Ibu Rusdwiyanti dan kakak-kakak saya Mas Danang, Mb Nita, Mas Dito dan Mb Tifa, enam orang paling berharga yang selalu mengirimkan doa untuk kesuksesan saya dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan.

6. Kepada CEO Difa Bike Triyono, terimakasih telah mengizinkan saya melakukan penelitian dan bersedia membantu, mengajarkan banyak hal, dan berbagi pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Teman-teman saya Koza, Ndaru, Ryedo yang telah memberikan banyak bantuan dan motivasi. Terimakasih.
8. Seluruh teman di Prodi Ilmu Komunikasi UMY, khususnya teman-teman di Konsentrasi Advertising yang sudah menghabiskan banyak waktu bersama peneliti dalam menjalani lika-liku kehidupan di bangku perkuliahan.
9. Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini.

Yogyakarta, 23 Oktober 2021



Muhammad Shodiq Ardananto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT .....	xii
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Teori .....	10
1. Strategi <i>Positioning</i> .....	10
2. Komunikasi Pemasaran .....	14
3. <i>Brand Awareness</i> .....	18
F. Metode Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian.....	21
2. Objek Penelitian .....	22
3. Lokasi Penelitian.....	22
4. Teknik Pengumpulan Data .....	22
5. Teknik Pengambilan Informan.....	25
6. Teknik Analisis Data.....	27
7. Uji Keabsahan Data.....	28
<b>BAB II.....</b>	<b>30</b>
<b>GAMBARAN UMUM DIFA <i>BIKE CITY &amp; TOUR</i> .....</b>	<b>30</b>
A. Sejarah Difa <i>Bike City &amp; Tour</i> .....	30

B.	Visi dan Misi .....	32
C.	Logo .....	33
<b>D.</b>	<b>Produk</b> .....	<b>34</b>
E.	Segmentasi dan Target Pasar.....	36
F.	Lokasi.....	36
G.	Struktur Organisasi.....	37
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>39</b>
<b>SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>39</b>
A.	Sajian Data .....	39
1.	Perencanaan Strategi <i>Positioning</i> Difa <i>Bike City Tour &amp; Transport</i> .....	40
2.	Pelaksanaan Strategi <i>Positioning</i> Produk Untuk Membangun <i>Brand Awareness</i> Pada Masyarakat Umum di Yogyakarta .....	52
3.	<i>Brand Awareness</i> Produk DCTT Pada Masyarakat Umum di Yogyakarta.....	58
B.	Pembahasan.....	59
1.	Proses Perencanaan Strategi <i>Positioning</i> .....	60
2.	Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran DCTT .....	64
3.	<i>Brand Awareness</i> Difa <i>Bike City &amp; Tour Transportation</i> pada Masyarakat Umum di Yogyakarta .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>69</b>
<b>Kesimpulan dan Saran</b>	<b>.....</b>	<b>69</b>
A.	Kesimpulan .....	69
B.	Saran.....	70
<b>Daftar Pustaka</b>	<b>.....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ojek Difa.....	7
Gambar 1. 2 Piramida Tingkat Brand Awareness.....	23
Gambar 2. 1 Tampilan Aplikasi Difa Bike.....	36
Gambar 2. 2 Layanan Wisata Ojek Difa.....	36
Gambar 2. 3 Logo DCTT.....	37
Gambar 3. 1 Pelayanan Wisata DCTT.....	49
Gambar 3. 2 Pelayanan Wisata ke Magelang.....	49
Gambar 3. 3 Armada DCTT.....	50
Gambar 3. 4 Karakter Jaket DCTT.....	50
Gambar 3. 5 Logo DCTT Pertama.....	54
Gambar 3. 6 Logo DCTT Saat Ini.....	55
Gambar 3. 7 Poster Promosi DCTT.....	57
Gambar 3. 8 Poster Promosi Wisata DCTT.....	57
Gambar 3. 9 Tampilan Media Instagram DCTT.....	58
Gambar 3. 10 Tampilan Media Web DCTT.....	58
Gambar 3. 11 Tampilan Media Facebook DCTT.....	59
Gambar 3. 12 Poster Promosi DCTT.....	59
Gambar 3. 13 Poster DCTT.....	60
Gambar 3. 14 Poster DCTT.....	60
Gambar 3. 15 Poster DCTT.....	61
Gambar 3. 16 Gambar Piramida Tingkat Brand Awareness.....	71