

**Loop Station Sebagai Strategi Promosi Divisi Youth & Community
Telkomsel Branch Yogyakarta Untuk Meningkatkan *Market Share*
Dikalangan Anak Muda Pada Tahun 2019-2020**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik jurusan Ilmu Komunika

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Aulia Laras Dwi Putri

20130530342

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

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Aulia Laras Dwi Putri
NIM : 20130530342
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*
Judul Skripsi : Loop Station Sebagai Strategi Promosi *Youth and Community* Telkomsel *Branch* Yogyakarta untuk meningkatkan *Market Share* dikalangan Anak Muda pada Tahun 2019

Menyatakan bahwa karya tulis ilmiah ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber informasi yang berasal atau dikutip dari sumber lain telah disebutkan dalam teks dan tercantum dalam daftar pustaka pada bagian akhir penelitian ini. Apabila di kemudian hari karya saya ini merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 22 Juli 2020

Penulis

(Aulia Laras Dwi Putri)

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

“Innallaha Ma’ana”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua Orang Tua saya, Papah dan Mamah yang selalu berdoa sepanjang waktu, menyemangati, mendukung secara moril dan meteril. Selalu mendampingi saya berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini. Kalian adalah semangat saya. Ini untuk kalian pah, mah. Jazakumullahu Khairan.
2. Kakak kandung saya Moch. Liga Permana P., Kakak Ipar saya Uswatun Khasanah dan ponakan saya yang sangat lucu sekali Moch. Rafan Dzuhairi yang selalu mendukung, mengingatkan saya untuk selalu mengerjakan skripsi,
3. Keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Jazakumullahu Khairan atas doa kalian selama ini.
4. *Support System* saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini, Ilham Razzak. Jazakallahu Khairan.
5. Sahabat saya suka duka Parasit Tak Tahu Diri Dela, Mifta dan Minoz, Love you untuk kalian. Dan Tentunya Kewers Family Agung, Firly, Armun, Dedek Reihan dan Mitul yang selalu memberikan *support* dan kasih sayang kepada saya. Terimakasih.
6. Mas Ghiri dan Mas Erwin selaku pembimbing informal saya yang selalu mengingatkan dan membantu saya dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih banyak, tanpa bantuan kalian entah akan jadi seperti apa skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, yang selalu berdoa untuk kebaikan saya, Jazakumullahu Khairan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, inayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini dengan judul : “Loop Station sebagai Strategi Promosi *Youth and Community* Telkomsel *branch* Yogyakarta untuk meningkatkan *Market Share* dikalangan Anak Muda” dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi. Shalawat dan salam kepada Al-Amin yaitu kekasih Allah SWT Nabi Muhammad SAW.

Dengan segala hormat dan ketulusan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan nasihat selama penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam menulis skripsi ini tidak berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., MSc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan selaku dosen penguji skripsi, jazakallahu khairan telah bersedia menguji dan memberikan masukan dalam penelitian ini untuk menjadi lebih baik.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang sangat tulus, baik hati dan sabar dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi

ini dari awal bimbingan sampai akhir. Jazakallahu khairan pak, doa terbaik selalu untuk bapak.

4. Mbak Ayu Amalia, S.Sos, M,Si. selaku dosen pembimbing 2 yang sangat baik hati, cantik, sabar, dan sering membantu penulis dalam segala rintangan yang penulis hadapi selama penulisan skripsi ini. Jazakillahu Khairan mbak, doa terbaik pula untuk mbak ayu.
5. Pihak dari Divisi *Youth and Community* Telkomsel *Branch* Yogyakarta yaitu Mas Dinan F. Bahctiar
6. Pihak dari Loop Station Yogyakarta yaitu Mas Nicolas Gandhi Pradana, mbak Nur Meita, serta *team Customer Service, OB*, dan seluruh staf Loop Station Yogyakarta.
7. Petugas Tata Usaha Ilmu Komunikasi Pak Mujono, Pak Muryadi, dan Mbak siti yang selalu membantu penulis dalam mengurus administrasi skripsi. Jazakumullahu khairan dan mohon maaf penulis sering merepotkan kalian.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat pada kemudian hari. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan dalam menciptakan proses pembelajaran bagi penulis. Terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
F. Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Strategi Promosi	Error! Bookmark not defined.
a. Bauran Promosi (Promotion Mix)	Error! Bookmark not defined.
2. Marketing Public Relation	Error! Bookmark not defined.
a. Definisi Marketing Public Relations	Error! Bookmark not defined.
b. Saluran Komunikasi Marketing Public Relations	Error! Bookmark not defined.
defined.	
3. Marketing Communication Berbasis Community	Error! Bookmark not defined.
defined.	
a. Marketing Communication	Error! Bookmark not defined.
b. Pengertian Community	Error! Bookmark not defined.
c. Community Marketing	Error! Bookmark not defined.
G. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.

1. Jenis penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2. Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3. Sumber Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4. Teknik Pengambilan Informan	Error! Bookmark not defined.
5. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
6. Teknik Analisa Data	Error! Bookmark not defined.
7. Validitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
8. Sistematis Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN ..	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel)	Error! Bookmark not defined.
B. Divisi Youth and Community branch Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.
C. Loop Station Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Strategi Promosi Loop Station Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.
1. Perencanaan Promosi	Error! Bookmark not defined.
2. Proses Pelaksanaan atau Implementasi	Error! Bookmark not defined.
a. Pelaksanaan Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
3. Pengendalian Komunikasi atau Evaluasi	Error! Bookmark not defined.
B. <i>Marketing Public Relations</i>	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Marketing Public Relations</i> Loop Station Yogyakarta ...	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	Error! Bookmark not defined.
3. Saluran Komunikasi <i>Marketing Public Relations</i>	Error! Bookmark not defined.
C. <i>Marketing Communication</i> berbasis <i>Community</i> ..	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Marketing Communication</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Komunitas (<i>Community</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Community Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran untuk Divisi Youth and Community Branch Yogyakarta dan Loop Station Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.

C. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	1
Gambar 1.2.....	2
Gambar 1.3.....	3
Gambar 1.4.....	22
Gambar 1.5.....	40
Gambar 2.1.....	60
Gambar 2.2.....	62
Gambar 2.3.....	66
Gambar 2.4.....	67
Gambar 2.5.....	68
Gambar 2.6.....	69
Gambar 2.7.....	72
Gambar 2.8.....	75
Gambar 2.9.....	76
Gambar 3.1.....	86
Gambar 3.2.....	87
Gambar 3.3.....	92
Gambar 3.4.....	93
Gambar 3.5.....	93
Gambar 3.6.....	108
Gambar 3.7.....	110
Gambar 3.8.....	110
Gambar 3.9.....	111

Gambar 3.10.....	111
Gambar 3.11.....	113
Gambar 3.12.....	114
Gambar 3.13.....	115
Gambar 3.14.....	115
Gambar 3.15.....	116
Gambar 3.16.....	120
Gambar 3.17.....	121
Gambar 3.18.....	122
Gambar 3.19.....	122
Gambar 3.20.....	130
Gambar 3.21.....	130
Gambar 3.22.....	131
Gambar 3.23.....	132
Gambar 3.24.....	133
Gambar 3.25.....	141
Gambar 3.26.....	142
Gambar 3.27.....	143
Gambar 3.28.....	144
Gambar 3.29.....	145
Gambar 3.30.....	149
Gambar 3.31.....	151
Gambar 3.32.....	152
Gambar 3.33.....	152

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	109
Tabel 3.2.....	139

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Aulia Laras Dwi Putri (20130530342)

Loop Station sebagai Strategi Promosi Divisi *Youth and Community* Telkomsel Branch Yogyakarta untuk meningkatkan *Market Share* dikalangan Anak Muda

Tahun Skripsi : 2020, 164 halaman + Lampiran

Daftar Pustaka : 29 buku, 2 jurnal, 3 skripsi, 9 internet

Loop Station Yogyakarta adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh Telkomsel untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan segmen anak muda dan komunitas yang ada di Yogyakarta. Tidak hanya pelayanan saja yang ditawarkan oleh Loop Station Yogyakarta untuk pelanggannya namun juga menjadi *event area* untuk komunitas yang membutuhkan tempat untuk berekspresi, menyalurkan hobi, *meeting*, bahkan *event* dengan desain ruangan yang *youth* dan *fun*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Loop Station Yogyakarta dibawah Divisi *Youth and Community* Telkomsel Branch Yogyakarta dalam meningkatkan *market share* dikalangan anak muda.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka yang berlokasi di Loop Station Yogyakarta Jl. Pangurakan No. 2, Prawirodirjan, Gondomanan, Yogyakarta dan Divisi *Youth and Community* Telkomsel Branch Yogyakarta Jl. Diponegoro No. 97, Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini dalam hal strategi promosi adalah Loop Station Yogyakarta melakukan tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi dengan menggunakan bauran promosi *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *direct marketing*, dan *word of mouth*. Kemudian Loop Station Yogyakarta melakukan *marketing public relation* dengan menjalin relasi dan bekerjasama dengan komunitas-komunitas melalui beberapa *special event*. Ada 19 komunitas yang sering bekerjasama dan mengadakan *event* dengan Loop Station Yogyakarta. Karena Loop Station Yogyakarta berfokus pada segmen komunitas, penelitian ini juga menggunakan strategi *marketing communication* berbasis *community* dengan teori *marketing communication* yang dikemukakan oleh Chris Fill pada bukunya yang berjudul *Marketing Communication : Interactivity, Communities, and Content*. Dan yang terakhir adalah pada penelitian ini menggunakan teori *Community Marketing* yang dikemukakan oleh Kartajaya yaitu *Community-Based Customer Management*, *Community-Based Product Management*, dan *Community-Based Brand Management*.

Keyword : Strategi Promosi, *Marketing Public Relation*, *Community Marketing*, *Loop Station*.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Social and Political Science Faculty

Communication Studies Program

Advertising concentration

Aulia Laras Dwi Putri (20130530342)

**Loop Station as a Promotion Strategy for Telkomsel Youth and Community Branch
Division Yogyakarta to increase Market Share among Young People**

Thesis Year: 2020, 164 pages + Attachment

Bibliography: 29 books, 2 journals, 3 theses, 9 internet

Yogyakarta Loop Station is one of the strategies carried out by Telkomsel to improve the quality of service and satisfaction of the youth and community segments in Yogyakarta. Not only is the service offered by Loop Station Yogyakarta to its customers but it is also an event area for communities who need a place to express, hobbies, meetings, and events with youth and fun room designs. This study aims to determine and describe the promotion strategy carried out by Loop Station Yogyakarta under the Youth and Community Division of Telkomsel Branch Yogyakarta in increasing market share among young people.

This research uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques using observation, in-depth interviews, documentation, and literature study, located at Loop Station Yogyakarta Jl. Pangurakan No. 2, Prawirodirjan, Gondomanan, Yogyakarta and Telkomsel Youth and Community Division Yogyakarta Branch Jl. Diponegoro No. 97, Jetis, Yogyakarta, Special Region of Yogyakarta.

The results obtained from this research in terms of promotional strategies are Loop Station Yogyakarta conducting the planning, implementation, and evaluation stages using promotion mix: advertising, sales promotion, personal selling, direct marketing, and word of mouth. Then Loop Station Yogyakarta conducts marketing public relations by establishing relationships and cooperating with communities through several special events. There are 19 communities that often collaborate and hold events with Loop Station Yogyakarta. Because Yogyakarta's Loop Station focuses on the community segment, this study also uses a community-based marketing communication strategy with the theory of marketing communication proposed by Chris Fill in his book entitled Marketing Communication: Interacity, Communities, and Content. And the last is in this study using Community Marketing theory proposed by Kartajaya, namely Community-Based Customer Management, Community-Based Product Management, and Community-Based Brand Management.

Keyword : Promotion Strategy, Public Relation Marketing, Community Marketing, Loop Station