

**STRATEGI PROGRAM “*DIRECT BRANDING*” CUBIC KITCHEN AND BAR  
DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

*(“Direct Branding” Strategy of Cubic Kitchen and Bar to Increase Visitor)*

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Disusun Oleh:**

**SOVIA FEBRIANA WIRANTI**

**20110530167**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2015**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sovia Febriana Wiranti

No. Mahasiswa : 20110530167

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : ISIPOL

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : Strategi Program *Direct Branding Cubic Kitchen and Bar*  
dalam Meningkatkan Pengunjung

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelas kesarjanaanya.

Yogyakarta, 23 Desember 2015

Sovia Febriana Wiranti

## MOTTO

- *Lakukan apapun yang kamu sukai, jadilah konsisten, dan sukses akan datang dengan sendirinya.*
- *Jalan terbaik dalam mencari kawan adalah kita harus berlaku sebagai kawan.*
- *Orang yang meremehkan Anda adalah orang yang akan menjadi pengagum Anda pada saat Anda sukses.*
- *Ketika seseorang menyakitimu lagi dan lagi, anggap saja mereka sebuah amplas yang menggosok Anda. Pada akhirnya Anda akan bersih mengkilap dan ia akan habis tak berguna.*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tidak terasa waktu telah membimbingku memasuki fase  
mahasiswa tingkat akhir.*

*Saat ini aku berada dalam peran ganda.*

*Untuk diriku dan untuk mereka yang tengah menanti  
kelulusanku.*

*Sesungguhnya kata lelah itu selalu menanti.*

*Selalu menghadangku ketika pulang.*

*Ibarat sang tuan yang bertengger mesra melingkup di ruang  
kamar.*

*Dia membawa nikmatnya keegoisan agar diri mengikuti  
keinginan pribadi.*

*Buta tanpa melihat harapan yang telah tersimpul.*

*Betapa Maha Sempurnanya Allah yang memberikan  
amanah teramat berharga tersebut.*

*Dan sebagai hamba yang paham, tentu aku tidak boleh egois  
dengan lebih memberatkan di antaranya.*

*Semua harus berjalan harmonis dan bergandengan.*

*Seketika diri terhinggap dalam alunan sebuah persembahan.*

*Tak terasa jemariku mengetik sesuatu di halaman  
persembahan itu.*

*Mengenai moto dan persembahan untuk orang-orang  
tercinta.*

*Sang bidadari tanpa sayap, pahlawan kehidupan, adik yang  
membuat hidupku lebih berarti, serta dia yang terkasih .*

*Halaman ini merupakan imunku.*

*Imunitas yang membakar kembali semangat ketika diri  
enggan menyentuh mainan yang berinisial tujuh huruf  
tersebut.*

*Sebuah karya yang kupersembahkan untuk mereka.*

*Tanpa harus mengorbankan peranku yang lain. InsyaAllah.*

### ***Yang Utama Dari Segalanya...***

*Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta  
dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan,  
membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan  
cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan  
akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.  
Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan  
Rasullah Muhammad SAW.*

*Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.*

### ***Ibunda dan Ayahanda Tercinta***

*Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Bapak yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik,  
Terima Kasih Ibu... Terima Kasih Bapak...*

### ***My Brother***

*Untuk adikku, tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, terima kasih atas doa dan bantuan selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aku persembahkan. Maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi yang terbaik untukmu, adikku...*

### ***My Best friends***

*Buat teman terbaikku Rio Kusumo Prasetyo, terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, dan semangat yang kamu berikan, aku tak akan melupakan semua yang telah kamu berikan selama ini. Buat teman-teman terbaikku Rida Rosyiani, Mustika Hanny, Amelia Puspita, Anggi Istiqomah, Ayum Yoganingsih, Aruni Diah Asriani, Ryonadio” terima*

*kasih atas bantuan kalian, semangat kalian dan candaan kalian, aku tak akan melupakan kalian. Kapan kita kemana?*

***Teman-teman kos ijo:***

*Buat temanku Asri, Upi, Umi, Lita, Ica dan Putri, terima kasih sudah banyak membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.*

***Teman-teman IK angkatan 2011:***

*Terima kasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini...*

*Serta semua pihak yg sudah membantu selama penyelesaian Tugas Akhir ini...*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Puji syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis masih diberi kesehatan, kekuatan, dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Program *Direct Branding Cubic Kitchen and Bar* dalam Meningkatkan Pengunjung”. Tidak Lupa shalawat beserta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan dari semua pihak yang telah membantu, baik dari waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, saran, maupun fasilitas yang sangat bermanfaat dan berguna dalam proses pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Ss. selaku Dosen Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, keramahan dan kesabaran untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan kesabaran selama penulisan skripsi ini berlangsung.



3. Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan masukan bagi skripsi ini.
4. Seluruh Dosen di jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Staf-staf jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya Pak Jono dan Pak Mur yang dengan sabarnya membantu penelitian dalam proses administrasi selama perkuliahan.
6. Mas Chikon Eko Prasetyo, Mas Ariel, dan Mas Ady Sugiarto sebagai informan dalam penelitian yang sudah meluangkan waktu untuk membantu memberikan informasi.
7. *Cubic Kitchen and Bar*

Karena dengan bantuan, pertolongan dan do'a restu dari beliau-beliaulah penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkan.

***Wassalamu'alaikum wr. wb***

Yogyakarta, 23 Desember 2015

Sovia Febriana Wiranti

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                       | i    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                  | ii   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> ..... | iii  |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....                       | iv   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                 | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                      | ix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                          | xi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                        | xiv  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                       | xv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                             | xvi  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                            | xvii |
| <b>BAB I</b>                                     |      |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                         | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                  | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                         | 9    |
| C. Tujuan Penelitian .....                       | 9    |
| D. Manfaat Penelitian .....                      | 9    |
| E. Kerangka Teori .....                          | 10   |
| 1. Rencana dan Strategi promosi .....            | 10   |
| 2. Periklanan .....                              | 13   |
| 2. a. Peran Periklanan dalam Promosi .....       | 13   |
| 2. b. Strategi Pesan dalam Periklanan .....      | 16   |
| 2. c. Pemilihan Media Periklanan .....           | 22   |
| 2. d. <i>Bellow The Line</i> (BTL) .....         | 23   |
| 2. e. <i>Personal Selling</i> .....              | 29   |
| 3. Strategi <i>Event</i> .....                   | 30   |

|  |    |
|--|----|
| 3. a. Definisi <i>Event Marketing</i> .....                    | 31 |
| 3. b. Peran dan Fungsi <i>Event Marketing</i> .....            | 32 |
| 3. c. Jenis-jenis <i>Event Marketing</i> .....                 | 33 |
| 3. d. Faktor Penentu Keberhasilan <i>Event Marketing</i> ..... | 33 |
| F. Metode Penelitian .....                                     | 34 |
| 1. Jenis Penelitian .....                                      | 34 |
| 2. Sumber Data .....   | 35 |
| 3. Teknik Pengumpulan Data .....                               | 36 |
| 4. Validitas Data .....  | 37 |
| 5. Teknik Analisis Data .....                                  | 38 |
| G. Sistematika Penulisan .....                                 | 40 |

## **BAB II**

|   |    |
|---|----|
| <b>GAMBARAN UMUM CUBIC KITCHEN AND BAR</b> .....        | 42 |
| A. Profil <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....            | 42 |
| B. Lokasi <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....            | 44 |
| C. Data Menu Makanan <i>Cubic Kitchen and Bar</i> ..... | 44 |
| D. Struktur Bagian <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....   | 49 |
| E. Jobdesk <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....           | 49 |

## **BAB III**

|   |    |
|---|----|
| <b>PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA</b> .....                                  | 58 |
| A. Penyajian Data .....   | 58 |
| A.1. Formulasi Program <i>Direct Branding Cubic Kitchen and Bar</i> ..... | 59 |
| A.2. Strategi Program <i>Direct Branding Cubic Kitchen and Bar</i> .....  | 66 |
| a. Merencanakan Strategi .....  | 68 |
| b. Pemilihan Media Periklanan .....                                       | 75 |
| A.3. Pelaksanaan Program <i>Direct Branding</i> .....                     | 78 |
| A.3.1. Mengukur Hasil Promosi .....                                       | 84 |

|  |    |
|--|----|
| A.3.1. Mengelola dan Mengkoordinasikan Seluruh Proses Program                |    |
| <i>Direct Branding</i> .....   | 85 |
| 1. <i>Below The Line</i> .....   | 85 |
| 2. <i>Personal Selling</i> .....   | 88 |
| A.4. Evaluasi Pencapaian Hasil Strategi Program <i>Direct Branding</i> ..... | 89 |
| A.5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Program            |    |
| <i>Direct Branding</i> .....   | 95 |
| A.5.1. Faktor Pendukung .....  | 95 |
| A.5.2. faktor Penghambat .....   | 96 |
| B. Analisis Data .....   | 97 |

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

|                     |     |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan ..... | 129 |
| B. Saran .....      | 133 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | 136 |
|-----------------------------|-----|

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <b>LAMPIRAN</b> ..... | 138 |
|-----------------------|-----|

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1: Perbandingan Pengunjung Reguler dan <i>Event Weekend</i> .....   | 4  |
| Tabel 2: Data Jumlah Pengunjung <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....  | 6  |
| Tabel 3: Data Jumlah Pengunjung Canting <i>Restaurant</i> .....   | 8  |
| Tabel 4: Kegiatan Program <i>Direct Branding Cubic Kitchen and Bar</i> Periode 1<br>Juni 2014-1 Juni 2016 ..... | 80 |
| Tabel 5: Data Jumlah Pengunjung <i>Cubic Kitchen and Bar</i> Karena <i>Direct<br/>Branding</i> .....            | 94 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 : Bangunan <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....                      | 64 |
| Gambar 1.2 : Suasana Di Bar <i>Cubic Kitchen and Bar</i> .....                | 65 |
| Gambar 1.3 : Suasana <i>Event Cubic Kitchen and Bar</i> .....                 | 65 |
| Gambar 2 : <i>Flyer Cubic Kitchen and Bar</i> .....                           | 77 |
| Gambar 3 : Pembagian <i>flyer direct branding Cubic Kitchen and Bar</i> ..... | 83 |
| Gambar 4.1 : <i>Flyer Event Sound of Mavericks</i> .....                      | 86 |
| Gambar 4.2 : <i>Flyer Event Progression</i> .....                             | 86 |
| Gambar 4.3 : <i>Flyer Event House Head</i> .....                              | 87 |