

**STRATEGI POSITIONING SLANK DALAM MENANAMKAN  
CITRA SEBAGAI SALAH SATU GRUP BAND  
DI INDONESIA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Strata Satu**

**(S-1)**

**Pada**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun Oleh ;**

**M. Ronald Reagan**

**20010530166**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

# SKRIPSI

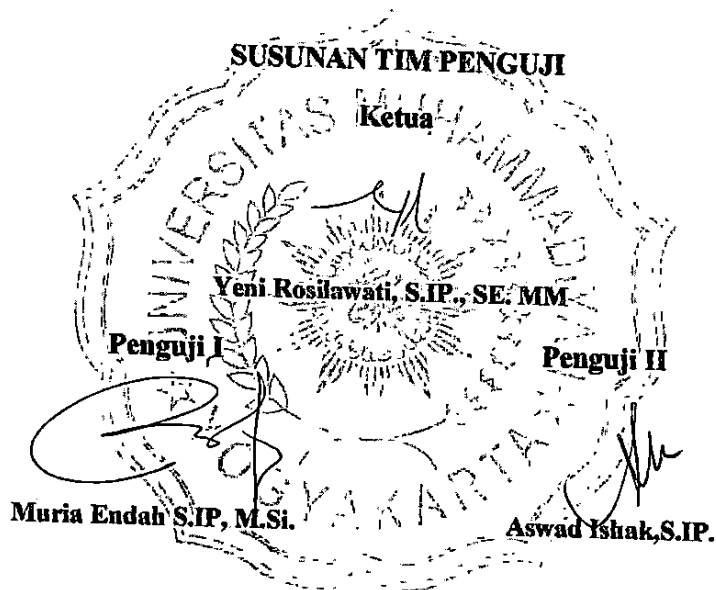
Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di depan Tim Penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari : Sabtu

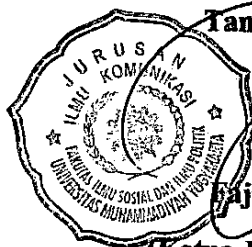
Tanggal : 6 Desember 2008

Tempat : Ruang Negosiasi Jurusan Ilmu Komunikasi



Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah  
Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Tanggal: 6 Desember 2008



**Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si.**

(Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk ;

- Allah SWT, Nabi Muhammad SAW, Rasul-Rasul Allah, dan para Malaikat.
- Ibunda saya Rokiah mahluk sempurna yang paling aku sayangi.
- Ayah saya Arifin Ahmad (Almarhum)
- Ayuk Gadis, Ayuk Indah, Kak Yovie. Kak nexon, kak Afrika (Almarhum)
- Keponakanku Rivaldo, Bintang, Aurel, Audrey, Sherly dan Angel.
- Teman-teman UKM Musik UMY.
- Partner bermusik Got Me Blind dan Rasio.
- Dan Amik yang sudah menemaniku selama 7 tahun.

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori .....	7
1. Strategi .....	7
2. Strategi STP ( <i>Segmentation, Targeting, Positionig</i> ) .....	8
a. <i>Segmentasi</i> .....	8
b. <i>Targeting</i> .....	12
c. <i>Positioning</i> .....	13
3. Strategi Positioning .....	17
F. METODE PENELITIAN .....	28
1. Jenis Penelitian .....	28
2. Lokasi penelitian .....	30
3. Informan peneliti .....	30
4. Teknik Pengumpulan Data .....	31
5. Teknik Analisa Data .....	33

<b>BAB II GAMBARAN UMUM SLANK .....</b>	<b>36</b>
A. Profile Slank .....	36
B. Profile Pulau Biru .....	40
C. Profile Slanker .....	41
D. Discography .....	47
<b>BAB III PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN DATA .....</b>	<b>53</b>
A. Penyajian Data .....	54
1. Sejarah Positioning Slank.....	57
2. Alasan - alasan Pemilihan Positioning Slank .....	60
3. Tujuan Positioning Slank .....	62
4. Penyusunan <i>Positioning</i> Slank dalam Mendapatkan .....	63
4.1 Menentukan Konsumen .....	65
4.2 Menentukan Karakteristik Atau Ciri Khas Slank .....	66
4.3 Identifikasi Pesaing .....	68
4.3.a. Pesaing Langsung (Utama) .....	69
4.3.b. Pesaing Tidak Langsung (sekunder) .....	69
5. Upaya Yang Dilakukan Untuk Mengkomunikasikan	
Positioning Slank .....	70
a. Musik dan Lirik Slank .....	72
b. Cover Kaset Slank .....	76
c. Koran Slank .....	78
d. ....	81

e. Konser Slank .....	84
f. Merchandise Slank .....	87
g. Gaya Hidup Sehari-hari .....	89
6. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi <i>Positioning</i> Slank.....	92
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>95</b>
1. Analisis Strategi <i>Positioning</i> Slank dengan Proses <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) .....	95
1.1 <i>Segmenting</i> .....	97
1.2 <i>Targeting</i> .....	103
1.3 <i>Positioning</i> .....	109
2. Analisis Terhadap Penetapan Strategi <i>Positioning</i> Slank .....	116
3. Evaluasi Pelaksanaan Strategi <i>Positioning</i> Slank .....	137
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>140</b>
A. Kesimpulan .....	140
B. Saran .....	141
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>142</b>

## GAMBAR

1. Suasana Pulau Biru .....	41
2. Contoh Album Slank .....	77
3. Poster Slankisme .....	78
4. Koran Slank .....	80
5. Adegan Video Klip “Seperti Para Koruptor” .....	82
6. Adegan Video Klip “Maafkan” .....	83
7. Konser Slank dan Slankers pada Slankers Day .....	86
8. Konser Slank dan Slankers pada Slankers Day .....	87
9. Merchandise Slank, Slanker dan ibu yang memakai baju Slank Konser Slank dan Slankers pada Slankers Day .....	88