

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Advertising*

Yopie Hartanto

Strategi *Positioning* Distro Sippirilli Monster Dalam Desain Monster di Yogyakarta

Tahun Skripsi: 2011. 117 Halaman

Daftar Kepustakaan: 25 Buku + 1 Katalog + 1 Sumber *Online*

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha menganalisa tentang strategi *positioning* Sippirilli Monsterz dalam desain Monsterz di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini ialah, untuk mengetahui bagaimanakah strategi *positioning* yang dilakukan oleh Sippirilli Monsterz dengan desain monsterz (sebagai *Unique Selling Proporsional*) yang berusaha diangkat sebagai nilai jualnya. Persaingan dunia clothing yang begitu ketat menjadikan Sippirilli Monsterz dengan cermat harus merencanakan sekaligus mengimplementasikan strategi *positioning* dengan baik, sehingga menghasilkan efek yang sifatnya menguntungkan bagi perusahaan. Dalam menciptakan produk guna meraih target sasaran Sippirilli Monsterz menciptakan produk dengan desain unik, dan dinamis berkarakter dan trendi. Nilai keunikan ini memerlukan sebuah strategi yang dimaksudkan sebagai upaya untuk Selain itu dengan kualitas bahan yang baik, produk Sippirilli Monsterz relatif memiliki harga yang terjangkau sesuai dengan kapasitas produknya. Sebuah strategi pada akhirnya diperlukan untuk membuat produk dan imej perusahaan positif di benak calon konsumen. Dengan keadaan persaingan yang sangat ketat, maka sangat diperlukan langkah-langkah strategi *positioning* tersebut.

Langkah-langkah *positioning* ini dimulai dari tahap STP (segmentasi, target, dan pemosisian) lalu baru dilanjutkan dengan tahap-tahap yang harus dijalankan sekaligus dipertimbangkan dalam strategi *positioning*. Mulai dari penentuan audiens (sasaran), penentuan harga, hingga menganalisa pasar dan pesaing. Dalam prakteknya Sippirilli Monsterz bisa dinilai berhasil dalam implementasi strategi *positioning* yang dibuatnya,