

**STRATEGI *POSITIONING* LEMBAGA KONSULTAN PROFESIONAL  
ANALISA PERSONALITY DEVELOPMENT CENTER (APDC)  
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* TAHUN  
2019/2020**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @apdcindonesia)

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh  
Adang Setiaji Nugroho  
20160530246

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adang Setiaji Nugroho  
Nomor Mahasiswa : 20160530246  
Konsentrasi : *Public Relations*  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan Judul “strategi *positioning* pada lembaga konsultan profesional analisa personality development center (APDC) indonesia dalam meningkatkan *brand image* tahun 2019/2020” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka siap dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 5 Januari 2021



Adang Setiaji Nugroho

## **MOTTO**

*When you get what you want, that is God's direction,  
when you don't get what you want, that is God's protection*

*Be authentic be yourself*

*Take Care of 3 things: Your Mind, Your Body and Earth*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Ku persembahkan skripsi ini terkhusus untuk*

*Bapak, Tukimin*

*Ibu, Zun Wati*

*My Sisters , Anggraini Puspa Sari*

*Fajar Oktaviani Wahyuningsi dan Fajar Fitriani*

*For all those that believing on me*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah rabbil'alamiin*

Sujud syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat-Nya yang telah memberikan hamba keteguhan, dan rasa penasaran sehingga hamba dapat mengenyam pendidikan hingga tingkat Sarjana Atas Pelajaran hidup, jalan berliku dan berbatu yang Engkau berikan namun mampu mendewasakan hamba sehingga penulisan skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. **Bapak Tukimin dan Ibu Zun Wati**, kedua orangtuaku. Atas kasih sayangmu yang kalian berikan sejak kecil, serta doa terbaik yang engkau panjatkan, akhirnya anak laki-lakimu dapat menyelesaikan jenjang pendidikan tinggi. Semoga apa yang telah anakmu capai ini dapat selalu membanggakanmu.
2. **Saudariku tersayang, Fitri, Via dan Puspa**. Terimakasih telah menjadi kakak dan adik terbaik walaupun kita sering berantem.
3. **Mas Nur Sofyan, S.Ikom., M.Ikom., dosen pembimbing saya**. Terimakasih telah membimbing, memberikan masukan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun saya sedang berada di titik terendah hidup. Terimakasih Mas.
4. **Kak Analisa Widyaningrum, dan** selaku informan dalam penelitian ini. Terimakasih telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan jawaban

secara rinci atas data yang saya perlukan. Semoga Allah membalas kebaikan dan rizki untuk kakak sekeluarga.

5. **Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Tahun 2016**
  6. **Keluarga dan Teman-teman**, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
- Terima kasih atas dukungan kalian.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaakatuh*

Puji syukur atas kasih sayang Allah SWT kepada setiap hamba-Nya yang memberikan kelapangan dari setiap kesulitan. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang memperjuangkan ummatnya dalam nilai-nilai keislaman. Skripsi yang penulis susun ini dipersembahkan kepada orang-orang yang telah mendukung dan senantiasa memberikan semangat kepada penulis. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya motivasi, semangat dan juga doa dari semuanya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini. Berkenaan dengan hal itu, pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan karya ini kepada:

1. Nur Sofyan S.Ikom., M.Ikom. yang penuh dengan kesabaran dan kebesaran hati, mau memberi arahan kepada saya sebagai mahasiswa bimbingannya.
2. Aswad Ishak, S.IP., M.Si. sebagai dosen penguji skripsi
3. Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., MA. sebagai dosen penguji skripsi.
4. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY.
5. Bapak/Ibu Dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
6. Pak Jono, Pak Mur, Mba Siti selaku staf jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam urusan administrasi penulis.

7. Kak Anindya Diah selaku *Manager Operational* APDC Indonesia, terimakasih atas waktu yang diluangkan sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.
8. Kak Muhammad Bayu selaku *Manager Digital Division* APDC Indonesia, terimakasih atas waktu yang diluangkan sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.
9. Segenap staf dan karyawan APDC Indonesia

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung penulisan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Di akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Penulis  
  
Adang Setiaji Nugroho



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>.i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>.vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>.ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>.xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>.1</b>
A. Latar Belakang .....	.1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
1. Manfaat Teoritis .....	13
2. Manfaat Praktis .....	13
E. Kajian Teori .....	14
1. Pengertian <i>Brand</i> dan <i>Branding</i> .....	14
2. Strategi <i>Branding</i> .....	18
3. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	24
4. Membangun <i>Brand Image</i> Melalui Instagram .....	26

F. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian .....	30
2. Obyek Penelitian .....	31
3. Lokasi .....	31
4. Teknik Pengumpulan Data .....	31
G. Teknik Analisis Data .....	33
H. Uji Validitas Data.....	35
<b>BAB II OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Profil APDC Indonesia .....	38
B. Visi dan Misi APDC Indonesia.....	42
C. Struktur Organisasi APDC Indonesia .....	43
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Sajian Data .....	47
B. Pembahasan.....	84
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>110</b>
A. Kesimpulan .....	110
B. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rumusan Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi .....	..2
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia .....	..5
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2020.....	..6
Gambar 1.4 Account Instagram Swaragatc, Ardhana dan APDC Indonesia.....	..7
Gambar 1.5 Account Instagram APDC Indonesia .....	..9
Gambar 1.6 Sistem sebuah <i>Brand</i> .....	..15
Gambar 1.7 <i>Positioning Process</i> .....	..19
Gambar 1.8 <i>Brand Opportunity Modelling</i> .....	..19
Gambar 1.9 <i>Brand Platform</i> .....	..21
Gambar 1.10 <i>Brand Architecture Structure</i> .....	..22
Gambar 2.1 Logo APDC Indonesia .....	..39
Gambar 2.2 <i>Sharing Session</i> .....	..40
Gambar 2.3 <i>Soft Skill Training</i> .....	..41
Gambar 2.4 Struktur Organisasi APDC Indonesia .....	..43
Gambar 3.1 Instagram Analisa Widyaningrum (CEO APDC Indonesia) .....	..57
Gambar 3.2 Logo APDC Indonesia .....	..61
Gambar 3.3 Survey Pengalaman Audience.....	..65
Gambar 3.4 Konten Informatif.....	..69
Gambar 3.5 Konten Jumat Curhat.....	..70
Gambar 3.6 Konten Live Instagram.....	..72
Gambar 3.7 Tampilan Kolom komentar pada <i>feed</i> Instagram APDC .....	..74

Gambar 3.8 Konten Story Instagram APDC Indonesia .....	..77
Gambar 3.9 Impresi periode Agustus-september 2020 .....	..78
Gambar 3.10 Impresi periode September-Oktober 2020 .....	..80
Gambar 3.11 Perubahan Jumlah Followers Instagram APDC Indonesia .....	..83
Gambar 3.12 Ilustrasi <i>Branding</i> yang diterapkan APDC Indonesia.....	..85