

**STRATEGI PROMOSI CV.INDUSTRI CLASSICA VARIASI DALAM  
MENARIK MINAT SEKOLAH UNTUK MENJADI KONSUMEN TAHUN  
2021-2022**

**SKRIPSI**

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



**UMY**

**UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**Unggul & Islami**

Disusun Oleh :

Hilmanuraziz Romadhoni Bima Putratama

20160530044

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

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hilmannuraziz Romadhoni Bima Putratama

NIM : 20160530044

Konsentrasi : *Advertising*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : "Strategi promosi CV. Industri Classica Variasi dalam menarik minat sekolah untuk menjadi konsumen tahun 2021-2022"

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini telah terbukti merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 31 Desember 2022



Hilmannuraziz Romadhoni Bima Putratama

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Strategi promosi CV. Industri Classica Variasi dalam menarik minat sekolah untuk menjadi konsumen tahun 2021-2022”** tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat gelar Sarjana Strata 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Skripsi ini penulis persembahkan untuk Ayah (Giyanto) dan Ibu (Wiwiek Andiyani) yang dengan sabar menunggu dan terus mendukung dan percaya kepada anaknya, hingga penulis berhasil menyelesaikannya hingga ke tahap ini.
3. Skripsi ini juga untuk mengenang kepergian kedua kakek (Alm.Ngadiman dan Alm.Pawiro Diharjo/Lagio) penulis yang belum sempat melihat cucu tertua dan termudanya wisuda.
4. Kepada keluarga besar peneliti yang telah mendoakan agar salah satu keluarganya bisa lancar dalam menyelesaikan skripsinya.
5. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan terus mengarahkan, memberi dukungan, arahan, masukkan, serta nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga lancar dan selesai.
6. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S. IP., M. Sc selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan selaku dosen penguji I yang telah memberikan banyak ilmu dan masukkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ibu Sovia Sitta Sari, S. Sos, M. Si selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan selaku dosen penguji II yang telah memberikan banyak ilmu dan masukkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh dosen dan staff jurusan ilmu komunikasi yang telah membantu dan menyediakan fasilitas kampus.

9. Kepada pemilik CV. Industri Classica Variasi (Bapak Rumakso Setyadi dan Ibu Dian) yang telah menerima dan memperbolehkan saya untuk menjadikan perusahaan ini sebagai tempat penelitian penulis. Serta peneliti berterimakasih kepada manajer marketing (Marceline Novia), Lana, Hana dan seluruh anggota lainnya yang telah membantu penulis dalam menyusun data penelitian.
10. Nida L'Imanika Khash. Perempuan yang telah menemani sejak peneliti mulai menyusun skripsinya. Memberikan saran dan nasihat dikala peneliti bingung. Selalu sabar menghadapi watak peneliti yang terus berubah. Terus berharap akan kelancaran penelitiannya. Selalu yakin jika peneliti bisa melewatinya. Hadir membantu mengusahakan kelancaran skripsi peneliti dan terus berdoa agar dilancarkan segalanya. Jika jodoh di tangan tuhan, maka nama dia ada di tangan peneliti, yang kemudian selamanya akan dikenang dan terukir di dalam skripsi ini tanpa bisa disandingkan dengan orang lain. Terimakasih.
11. Kepada Aditya Purnama Aji, Dimas Kukuh Prasetyo, Bismar Sandirahmatdika, Yustina Dwinamaya dan Mas Zulma, yang telah memberikan banyak nasihat terkait penyusunan skripsi yang penulis buat selama ini.
12. Adi Teguh Prakoso dan Novia Falya, yang selalu ada ketika peneliti butuhkan guna mengingatkan akan motivasi yang ingin dicapai, memperkuat mental, menghibur dikala jenuh, dan membantu menyelesaikan masalah agar peneliti tetap waras dan lancar dalam menyelesaikan penelitian yang tercurah dalam skripsi ini.
13. Rio Franadi, Aziz Irsyadul, dan Jamal. Teman seperjuangan yang menemani peneliti disaat tahap penyelesaian penyusunan skripsi ini.
14. Kepada teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terimakasih sudah berbagi cerita, pengalaman, kebahagiaan, serta segala hal yang bisa kalian bagikan disaat peneliti sedang berjuang.

Yogyakarta, 31 Desember 2022



Hilmannuraziz Romadhoni Bima Putratama  
20160530044

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	9
C. TUJUAN PENELITIAN .....	10
D. MANFAAT PENELITIAN .....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
E. KERANGKA TEORI.....	11
1. Promosi .....	11
2. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	18
F. METODE PENELITIAN .....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Objek Penelitian.....	20
3. Teknik Pengumpulan Data .....	20
4. Teknik Analisis Data .....	22
5. Uji Validasi Data.....	24

6. Sistematika Penulisan .....	24
BAB II PROFIL LOKASI PENELITIAN.....	26
A. Profil CV. INDUSTRI CLASSICA VARIASI .....	26
B. Logo CV. INDUSTRI CLASSICA VARIASI.....	27
C. Visi dan Misi CV. INDUSTRI CLASSICA VARIASI .....	27
Visi .....	27
Misi .....	28
D. Struktur Organisasi CV. INDUSTRI CLASSICA VARIASI .....	28
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....	29
E. SAJIAN DATA .....	29
1. Perencanaan Promosi .....	29
2. Bauran Promosi (Promotion Mix).....	42
F. PEMBAHASAN .....	57
1. Perencanaan Promosi .....	57
2. Bauran Promosi (Promotion Mix).....	66
BAB IV PENUTUP.....	74
LAMPIRAN.....	79
A. Pihak CV. Industri Classica Variasi .....	79
B. Pihak Instansi Sekolah .....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Data Nama CV yang Terdaftar Di SIPlah Blibli.....	11
Gambar 2.1 : Logo CV. Industri Classica Variasi .....	33
Gambar 2.2 : Struktur Organisasi CV. Industri Classica Variasi.....	34
Gambar 3.1 : Total pendapatan CV. Industri Classica Variasi menurut kategori item pada tahun 2021 .....	47
Gambar 3.2 : Grafik kecenderungan pembelian menurut kategori item CV. Industri Classica Variasi pada tahun 2021 .....	47
Gambar 3.3 : Pesan WhatsApp CV. Industri Classica Variasi .....	57
Gambar 3.4 : Katalog CV. Industri Classica Variasi .....	60

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 : Data Nama CV yang Terdaftar Di SIPlah Blibli .....	12
Tabel 1.2 : Data Tabel Kompetitor CV.Industri Classica Variasi Tahun 2022 ....	13
Tabel 1.3 : Data Target dan Capaian Penjualan CV.Industri Classica Variasi .....	14
Tabel 3.2 : Total pendapatan CV. Industri Classica Variasi menurut kategori item pada tahun 2021 .....	48
Tabel 3.3 : Daftar sekolah sebagai konsumen CV. Industri Classica Variasi.....	51