

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata I
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

FARRAS IQBAL AVICENNA

20170530043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**STRATEGI BRANDING SMP MUHAMMADIYAH PLUS
GUNUNGPRING MELALUI TAGLINE “SEKOLAH PARA JUARA”
TAHUN 2022/2023**

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Disusun Oleh:

FARRAS IQBAL AVICENNA

20170530043

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farras Iqbal Avicenna

NIM : 20170530043

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 15 Agustus 2023



Farras Iqbal Avicenna

MOTTO

**“Happiness is only real, when shared.”
Christopher McCandless**

HALAMAN PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi yang berjudul “**Strategi Branding SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring Melalui Tagline Sekolah Para Juara**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sekaligus sebagai penerapan teori-teori yang telah diperoleh penulis selama berada di bangku kuliah. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu dalam proses studi dan penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan, saran, kritik, dukungan untuk penulis selama penulisan skripsi ini.

5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si selaku dosen penguji I atas saran dan arahannya mengenai penulisan skripsi ini.
6. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si selaku dosen penguji II atas saran dan arahannya mengenai penulisan skripsi ini.
7. Para Staf dan Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Seluruh pihak SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring yang bersedia membantu dan menjadi objek penelitian ini.

Penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang memiliki andil dalam penulisan penelitian ini. Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan dan keterbatasan dalam karya skripsi ini penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Sekian, terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Agustus

2023


Farras Iqbal Avicenna

NIM. 20170530043

DAFTAR ISI

Contents	
DAFTAR ISI.....	2
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
1. Branding	7
2. Pengertian Strategi Branding.....	10
3. Proses Penyusunan Branding	12
4. Implementasi Branding.....	14
5. Strategi Brand Identity	18
6. Taglien.....	22
F. Metode Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Obyek Penelitian	24
3. Teknik Pengumpulan Data	24
4. Teknik Analisis Data	27
5. Uji Validitas Data.....	28
BAB II.....	30
Gambaran Umum SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring.....	30
A. Profil SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring Muntilan.....	30
B. Visi dan Misi	31
1. Visi.....	31
2. Misi.....	31
C. Mentalitas Juara M Plus	32
D. Tujuan Sekolah.....	32

E. Sarana dan Prasarana.....	33
F. Logo dan Tagline SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring.....	34
G. Media Sosial SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring.....	35
BAB III.....	38
SAJIAN DATA DAN ANALISI DATA.....	38
A. Sajian Data.....	38
1. Strategi Branding SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring Dengan Tagline “Sekolah Para Juara”.....	40
2. Proses penyusunan branding “Islamic Full Day School” di SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring.....	45
3. Langkah-langkah dalam mengimplementasikan strategi branding SMP Mplus.....	50
4. Tools dalam menjalankan strategi branding SMP Muhammadiyah Plus dengan tagline “Sekolah Para Juara”.....	61
B. Analisis Data.....	68
1. Strategi Branding SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring dengan tagline Sekolah Para Juara.....	69
2. Proses penyusunan branding SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring dengan tagline Sekolah Para Juara.....	74
3. Langkah-langkah dalam mengimplementasikan strategi branding SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring dengan tagline Sekolah Para Juara.....	80
4. Tools dalam menjalankan strategi branding SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring dengan tagline Sekolah Para Juara.....	89
BAB IV.....	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	94

Daftar Gambar

Gambar 2.1.....	34
Gambar 2.2	35
Gambar 2.3	37
Gambar 3.1.....	49
Gambar 3.2.....	54
Gambar 3.3.....	56
Gambar 3.4.....	60
Gambar 3.5	62
Gambar 3.6	66
Gambar 3.7	67
Gambar 3.8.....	86