

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA SPEDAGI  
MOVEMENT DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK PASAR  
PAPRINGAN TEMANGGUNG**

SKRIPSI



disusun oleh :

Sepviyan Hidayat

18.96.0777

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA  
MASYARAKAT SPEDAGI MOVEMENT DALAM MEMBANGUN  
CITRA MEREK PASAR PAPRINGAN TEMANGGUNG**

**Skripsi**



disusun oleh :

Sepviyan Hidayat

18.96.0777

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT  
SPEDAGI MOVEMENT DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK  
PASAR PAPERINGAN TEMANGGUNG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sepvian Hidayat**

**18.96.0777**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 9 Februari 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Riski Damastuti, M.A. S.Sos  
NIK. 190302475**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA MASYRAKAT  
SPEDAGI MOVEMENT DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK  
PASAR PAPRINGAN TEMANGGUNG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sepviyan Hidayat**

**18.96.0777**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 28 Februari 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.**

**NIK. 190302107**

**Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302444**

**Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302445**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 28 Februari 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emba Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 Februari 2023



Sepviyan Hidayat

NIM. 18.96.0777

## MOTTO

“Hiduplah dengan tenang dan terus berjalan untuk menggapai impian .”

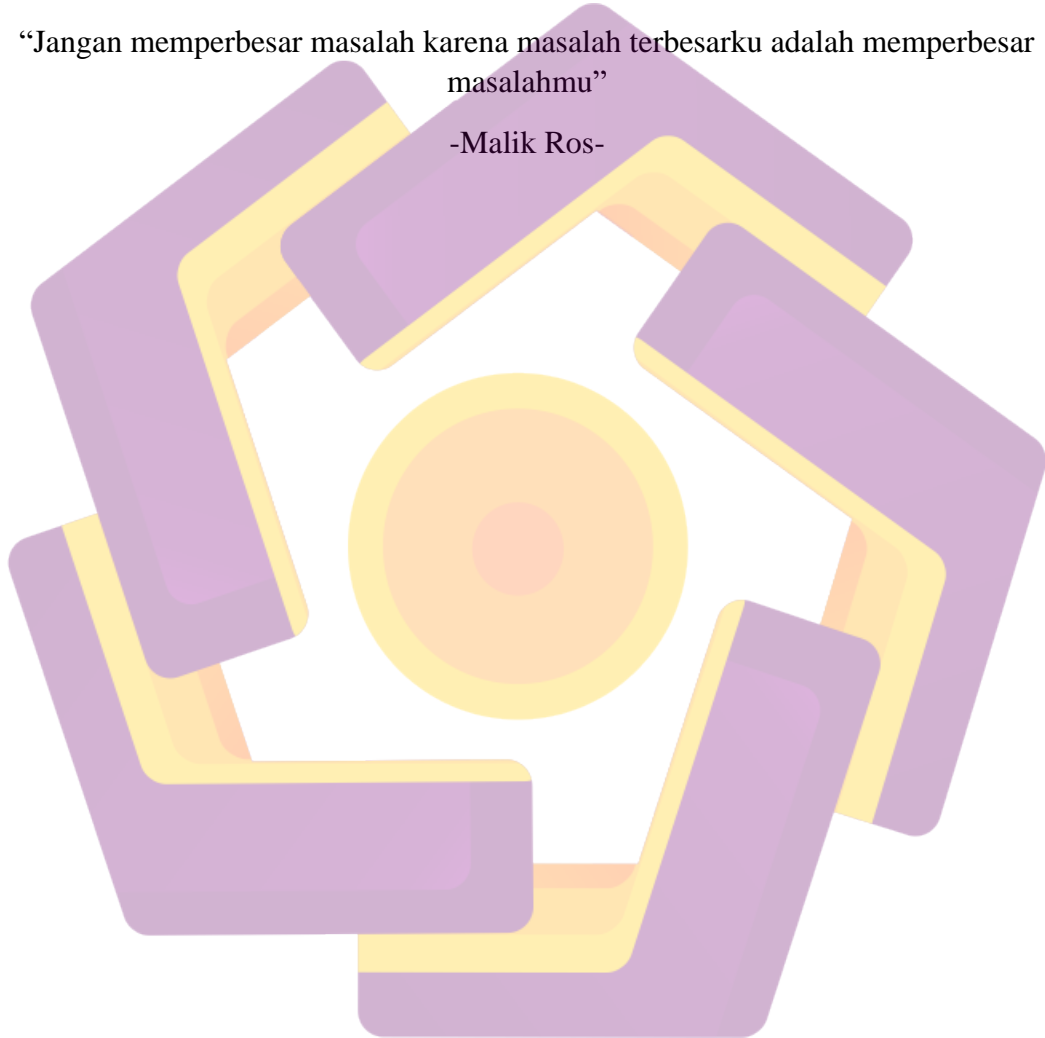
-Saya Siapa-

“Bersyukur dan berdoa itu terpenting untuk kehidupan.”

-Malik Ros-

“Jangan memperbesar masalah karena masalah terbesarku adalah memperbesar masalahmu”

-Malik Ros-



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahrabilalamin segala puji bagi Allah SWT atas berkah, limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT SPEDAGI MOVEMENT DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK PASAR PAPRINGAN TEMANGGUNG”** dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas berkah, limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Seluruh keluarga saya segala kasih sayang dan support penuh selama seumur hidup saya.
3. Ibu Riski Damastuti M.A S.Sos selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing, membantu dan mengarahkan saya selama mengerjakan penelitian ini.
4. Komunitas Onegai Shelter yang telah mengizinkan penelitian ini untuk dilaksanakan.
5. Teman-teman IK 06 2018 selaku teman seperjuangan selama perkuliahan.
6. Teman-teman ZERO SIX yang telah berjuang bersama, serta memberikan arahan dan support dalam pembuatan penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkah, limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA SPEDAGI MOVEMENT DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK PASAR PAPRINGAN TEMANGGUNG”** dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dengan selesainya penelitian ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

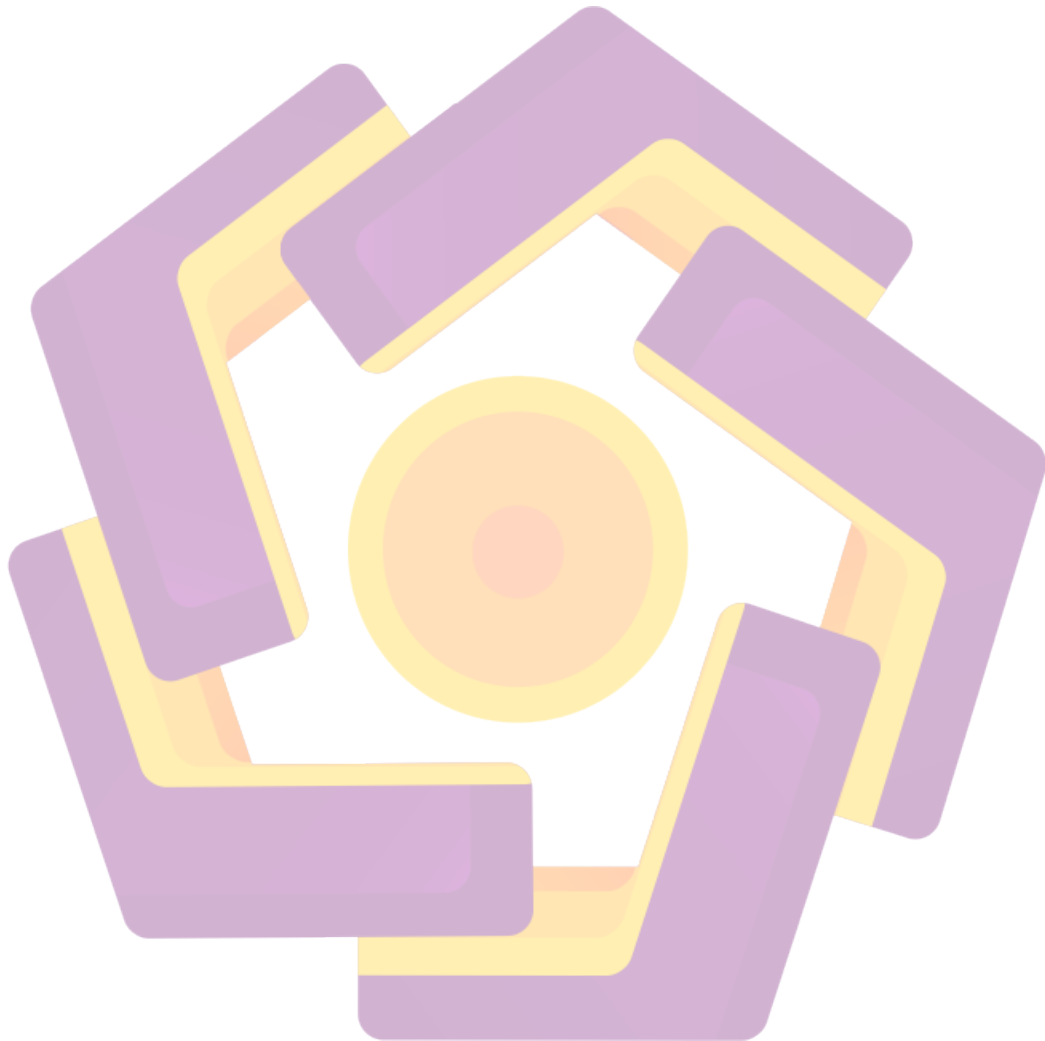
1. Kedua orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan support tiada, pengarahan, dan doa kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektok Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Riski Damastuti M.A S.Sos selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pengarahan, bimbingan dan saran selama pengerjaan penelitian ini.
5. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengajaran kepada penulis.
6. Teman-teman komunitas Onegai selaku objek penelitian yang membantu melancarkan penelitian ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak support dalam pembuatan penelitian ini.

Penelitian ini tentunya tidak lepas dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap kepada semua pihak yang telah membaca dan memahami penelitian ini untuk dapat menyampaikan segala bentuk kritik dan saran yang membangun sehingga dapat menambah kesempurnaan dari penelitian ini. Semoga adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait termasuk pembaca dan penulis.



Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, Sepviyan Hidayat



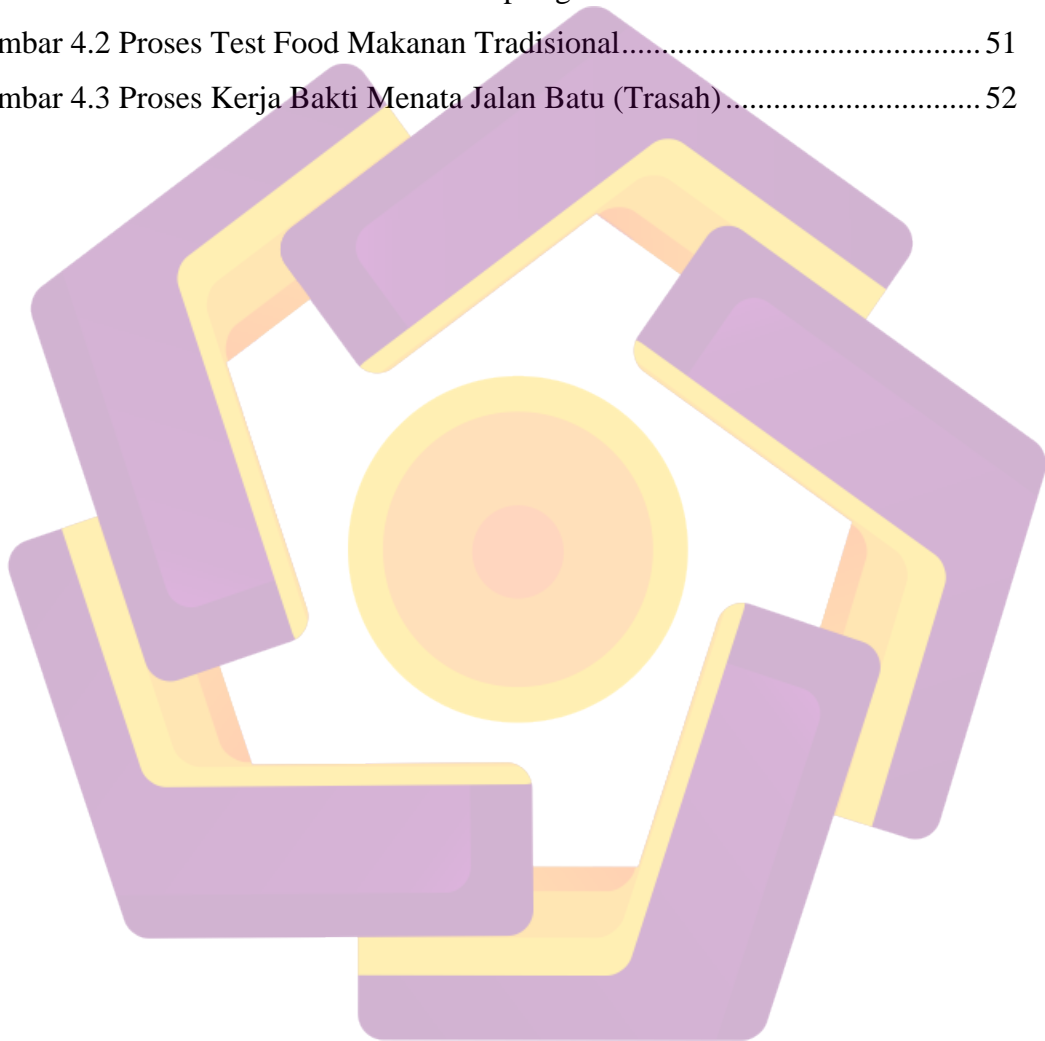
## DAFTAR ISI

MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB 1 .....	1
Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II .....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.2 Landasan Teori .....	13
2.3 Kerangka Berpikir .....	25
BAB III .....	26
METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Desain Penelitian .....	26
3.2 Objek Penelitian .....	27
3.3 Subjek Penelitian .....	27

3.4	Sumber Data .....	28
1.	Data Primer.....	28
2.	Data Sekunder.....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	29
1.	Wawancara.....	29
3.	Dokumentasi.....	30
3.6	Teknik Analisa Data .....	30
3.7	Triangulasi Data .....	32
BAB IV	.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	33
4.1	HASIL .....	33
4.1.1	Revitalisasi Mambangun Pasar Papringan.....	34
4.1.2	Strategi Komunikasi Citra Merek Pasar Papringan.....	54
4.2	Pembahasan .....	56
4.2.1	Revitalisasi Desa LSM Spedagi Movement.....	57
4.2.1	Komunikasi LSM Spedagi Movement.....	65
BAB V	.....	67
A.	KESIMPULAN .....	67
B.	SARAN .....	68
Daftar Pustaka	.....	69

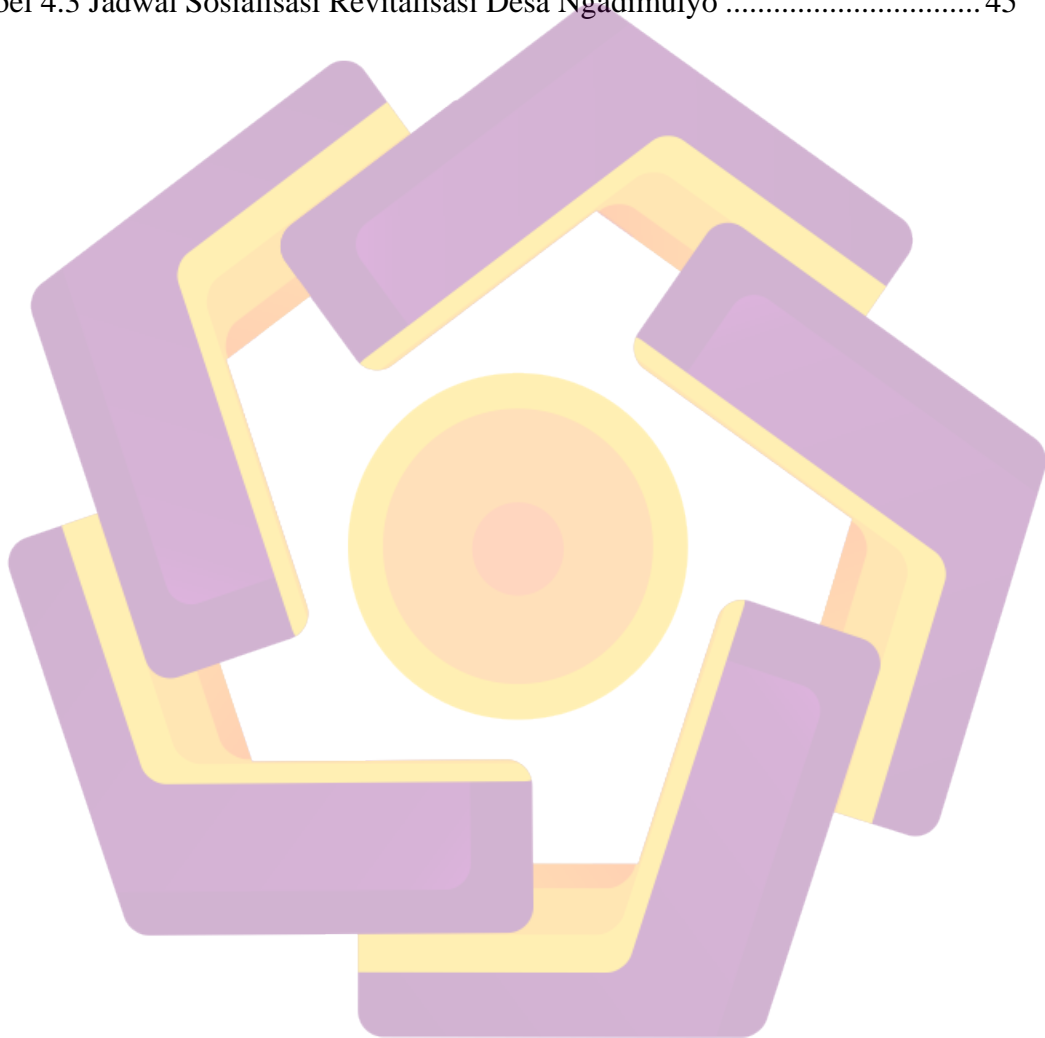
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penghargaan Bronze Award dalam DFA Awards 2017.....	5
Gambar 2. 1 Bagan .....	26
Gambar 4.1 Sosialisasi Pemetaan Pasar Papingan .....	48
Gambar 4.2 Proses Test Food Makanan Tradisional.....	51
Gambar 4.3 Proses Kerja Bakti Menata Jalan Batu (Trasah).....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Data hasil survei Spedagi Movement ke Desa Ngadimulyo .....	35
Tabel 4.2 Data hasil pemetaan Spedagi Movement ke Desa Ngadimulyo.....	38
Tabel 4.3 Jadwal Sosialisasi Revitalisasi Desa Ngadimulyo .....	45



## ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi alam dan dapat menjadi aset berharga bagi masyarakat yang tinggal didalamnya. Atas dasar banyaknya potensi alam yang tersedia, masyarakat harus memperhatikan sistem keberlanjutan lingkungan dalam proses pemanfaatannya. Dalam mengatasi hal ini, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia telah membuat peraturan yang berkaitan dengan usaha memanfaatkan potensi alam desa, yaitu Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.26/UM.001/MKP/2010. Salah satu pemanfaatannya bisa menggunakan konsep revitalisasi desa yang digagas oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Spedagi Movement melalui pendekatan lingkungan dengan konsep Pasar Papingan, dengan tujuan menciptakan produk lokal yang berkualitas sekaligus lestari. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang dianalisa secara kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan acuan *interview guide* dan informan dipilih berdasarkan *purposive sampling* sebanyak 4 orang, yang terlibat langsung dalam proses revitalisasi desa melalui Pasar Papingan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Spedagi Movement terbagi menjadi 3 tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam tahap perencanaan, Spedagi Movement melakukan pengenalan khalayak, menentukan peran komunikator, memilih media, dan menyusun anggaran. Pelaksanaan strategi komunikasi disampaikan dengan tatap muka melalui kegiatan sosialisasi, *workshop* kerajinan, dan *testfood* yang dipandu oleh Spedagi Movement. Adapun evaluasi disampaikan Spedagi Movement melalui forum bersama penduduk Desa Ngadimulyo setelah seluruh rangkaian kegiatan telah terlaksana.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Citra Merek

## ABSTRACT

*Indonesia is one of the countries that have natural potential and can become a precious asset for the communities who live in Indonesia. With a lot of natural potentials that are available, the community has to pay attention to a sustainable environment system in the process of taking advantage of it. To overcome this problem, The Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia has made regulations related to the effort of utilizing the natural potency of the village, which is in Minister of Culture and Tourism Regulation No. PM/26/UM.001/MKP/2010. One of the utilizations is using the concept of village revitalization that initiated by Lembaga Spedagi Movement Non-Governmental Organization through an environmental approach with concept of Pasar Papringan, to creating a local product that has good quality and sustainable. The research method that is being used is descriptive research which is analyzed qualitatively. The data collection in this research is using interviews and documentation methods. The interview is done by interview guide reference and the informant is chosen based on purposive sampling with a total of 4 people who are involved directly in the process of village revitalization through Pasar Papringan. The result of this research shows that the communication strategy that is being done by Spedagi is divided into 3 stages, they are communication strategy planning, execution, and evaluation. In the planning stage, Spedagi Movement does an introduction to the community, determine the communicator role, choose the media, and preparing the budget. The execution of communication strategy is being delivered by face to face through socialization, craft workshop, and test food that is guided by Spedagi Movement. While the evaluation is be delivered by Spedagi Movement through a forum with Ngadimulyo Citizen after all the series of activities have been done.*

**Keyword:** *Communication Strategy, Brand Image*