



**PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* MELALUI MEDIA SOSIAL
(AKUN *FACEBOOK* DAN *TWITTER*) LAPIS BOGOR SANGKURIANG
TAHUN 2012-2013**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1(S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi & *Advertising*

UNIVERSITAS
Disusun oleh :
MERCU BUANA
JAMES SIUNGARA BARANI HASIBUAN

44311110088

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ***PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS MELALUI
MEDIA SOSIAL (AKUN FACEBOOK DAN TWITTER)
PADA LAPIS BOGOR SANGKURIANG TAHUN 2012-2013***

Nama : James Siunggara Barani Hasibuan

NIM : 44311110088

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 30 Maret 2014
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Mengetahui,

Pembimbing

(Endri Listiani, S.IP. M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ***PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS MELALUI
MEDIA SOSIAL (AKUN FACEBOOK DAN TWITTER)
PADA LAPIS BOGOR SANGKURIANG TAHUN 2012-2013***

Nama : James Siunggara Barani Hasibuan

NIM : 44311110088

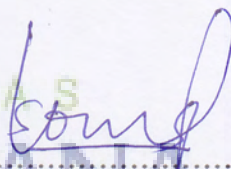
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 19 April 2014

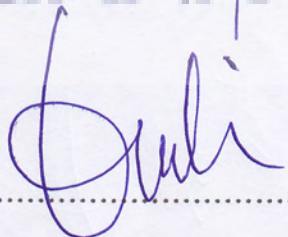
Ketua Sidang,

Yoyoh Hereyah., Dra., M.Si.

(.....)

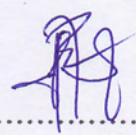
Penguji Ahli,

Tri Diah Cahyowati., Dra., M.Si.

(.....)

Pembimbing I,

Endri Listiani, S.IP., M.Si.

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ***PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS MELALUI
MEDIA SOSIAL (AKUN FACEBOOK DAN TWITTER)
PADA LAPIS BOGOR SANGKURIANG TAHUN 2012-2013***

Nama : James Siunggara Barani Hasibuan

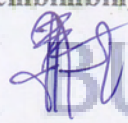
NIM : 44311110088

Fakultas : Ilmu Komunikasi

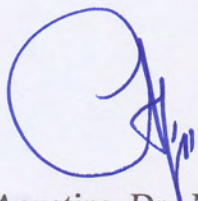
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 19 April 2014

Disetujui dan diterima oleh,

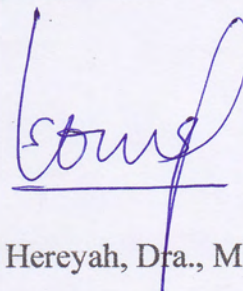
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Pembimbing

(Endri Listiani, S.IP., M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Agustina, Dr., M.Si.)

Ketua Bidang Studi
Marketing Communication & Advertising



(Yoyoh Hereyah, Dra., M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat dan karunia, sehingga dapat menyelesaikan naskripsi ini. Shalawat serta salam selalut ercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya menuju jualan yang diridhoioleh Allah SWT.

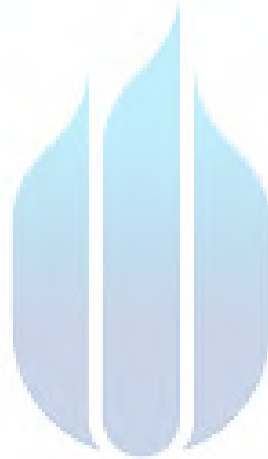
Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Skripsi ini ditulis berdasarkan ketertarikan penulis mengenai kegiatan *brand awaraness* yang saat ini sering dipakai dalam mengkomunikasikan keberadaan suatu merek produk dan usahanya dalam membangun merek. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Endri Listiani, S.IP. M.Si. selaku dosen pembimbing. Terimakasih yang sangat mendalam atas kesedianan membimbing saya dan sabar memberikan pengarahan kepada saya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Yoyoh Hareyah selaku Kaprodi jurusan *Advertising & Marcom* sekaligus ketua sidang. terimakasih atas pengarahannya dan bimbingan.
3. Agustina, Dr., M.Si Dekan Fakultas Komunikasi jurusan *Advertising & Marcom*.
4. Ibu Tri Diah Cahyowati., Dra., M.Si. selaku Penguji Ahli. Terimakasih atas didikan, masukan dan bimbingannya.
5. Ibu Rizka Wahyu Ramdhona, (Direktur Utama) *Lapis Bogor Sangkuriang*. Terimakasih atas segala informasi yang diberikan dan kepercayaannya.
6. Ibu Ananda Dwi Aryathi, *Store Manager Lapis Bogor Sangkuriang*. Terimakasih atas pengarahannya informasi di lapangan dan kepercayaan akan informasi yang diberikan.
7. Staff/Karyawan/Dosen dilingkungan Universitas Mercu Buana.
8. Keluarga tercinta, untuk Ayahanda Afder Sayauti Hasibuan dan Ibunda Hamidah Siddik Nasution, yang telah memberikan dukungan moril dan materil yang tak terhingga, serta seluruh curahan kasih sayang yang telah mereka berikan meskipun berlokasi jauh dari penulis.
9. Terimakasih juga kepada abang dan adik penulis, Ubaidullah, Franco of Ganery H, Ahmad S.H, Esmi H.Z, Juliansyah A.H, Win F.A, Miftachul F.L, Kosarilina, Chaeridha M.A, Nur Aulia R, yang telah banyak memberikan dukungan moril, motivasi dan doa.
10. Rekan-rekan Mahasiswa seperjuangan IPB dan UMB, khususnya jurusan *Advertising & Marcom*.

11. Win7 Petshop, Juragan Stir, Pager Bambu rent car, kontrkan ceria atas dukungan, bantuan, dan semangat yang begitu besar yang diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuki tu peneliti mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.



Bogor, 5 April 2014
Penulis

James Siunggara Barani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Persetujuan Skripsi	iv
Lembar Hasil Perbaikan Sidang Skripsi	v
Lembar Pengesahan Sidang Skripsi	vi
Abstraksi	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Peneltian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSATAKA	8
2.1 Komunikasi.....	8

	2.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
	2.3 Bauran Pemasaran	19
	2.4 Analisis SWOT.....	20
	2.5 New Media....	21
	2.6 Media Sosial.....	24
	2.7 Merek.....	28
	2.8 Kesadaran Merek (brand awareness).....	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	34
	3.1 Tipe Penelitian	34
	3.2 Metode Penelitian.....	35
	3.3 Subjek Penelitian.....	36
	3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
	3.5 Definisi Konsep	38
	3.6 Fokus Penelitian	39
	3.7 Teknik Analisa Data	39
	3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	40
BAB IV	GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN	42
	4.1 Gambaran Umum Perusahaa.....	42
	4.1.1 Sejarah Pendirian LBS.....	42
	4.1.2 Visi Misi dan Budaya Perusahaan	43
	4.1.3 Struktur Organisasi.....	44

4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Menentukan Bauran Pemasaran.....	50
4.2.1.1 Bauran Pemasaran.....	53
4.2.2 Analisis SWOT.....	59
4.2.3 Elemen Komunikasi Pemasaran	66
4.2.3.1 Analisa Konteks	67
4.2.3.2 Tujuan Komunikasi	68
4.2.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	69
4.2.3.4 Bauran Promosi Terkoordinasi	72
4.2.3.5 Sumber Daya Manusia dan keuangan.....	72
4.2.3.6 Scheduling and Implementation.....	73
4.2.3.7 Evaluasi dan Kontrol	76
4.2.3.8 Feedback.....	77
4.3 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
4.1 Kesimpulan	86
4.2 Saran	87
Daftar Pustaka	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Strategi Profil-Positoning	17
Gambar 2	Marketing mix/ bauran promosi	19
Gambar 3	Analisis SWOT	44
Gambar 4	Struktur Organisasi “Lapis Bogor Sangkuriang” Tahun 2012	44
Gambar 5	Variasi Produk ”Lapis Bogor Sangkuriang”	52
Gambar 6	Kemasan Produk “Lapis Bogor Sangkuriang”	54
Gambar 7	Saluran Distribusi Produk pada “Lapis Bogor Sangkuriang	55
Gambar 8	Kegiatan Promosi “Lapis Bogor Sangkuriang”	57
Gambar 9	Quote kata-kata bijak motivasi untuk follower LBS	73
Gambar 10	Info kebudayaan Bogor untuk follower LBS	74
Gambar 11	Info lokasi wisata Bogor untuk follower LBS	74
Gambar 12	Info Kuliner Bogor untuk follower LBS	74
Gambar 13	Info ketersediaan stok,tanya jawab LBS	74