



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PRODUK UP2DATE PT TRIMODA UPTODATE
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA SEGMENT USIA 25-55 TAHUN PERIODE TAHUN 2013**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

DIAN NISSA RISKASARI

44311110037

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PRODUK UP2DATE PT TRIMODA UPTODATE
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA SEGMENT USIA 25-55 TAHUN
PERIODE TAHUN 2013**

Nama : Dian Nissa Riskasari

NIM : 44311110037

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Maret 2014

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

(Ira Purwitasari, M.Ikom)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PRODUK UP2DATE PT TRIMODA UPTODATE
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA SEGMENT USIA 25-55 TAHUN
PERIODE TAHUN 2013**

Nama : Dian Nissa Riskasari
NIM : 44311110037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

UNIVERSITAS

Jakarta, 7 Juni 2014

MERCU BUANA

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, M.M

(.....)

Penguji Ahli,
Judhie Setiawan, M.Si

(.....)

Pembimbing
Ira Purwitasari, M.Ikom

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PRODUK UP2DATE PT TRIMODA UPTODATE
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA SEGMENT USIA 25-55 TAHUN
PERIODE TAHUN 2013**

Nama : Dian Nissa Riskasari
NIM : 44311110037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 7 Juni 2014

Disetujui dan diterima oleh:
Pembimbing Skripsi

MERCU BUANA

(Ira Purwitasari, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marketing
Communications & Advertising

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

NO.	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	BAB/ HAL	TANDA TANGAN
1.	Judhie Setiawan, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Bab III Metodologi Penelitian - Judul ... meningkatkan brand awareness pada segmen usia 25-55 - Narasumber diperbaiki - Saran diperbaiki, masih sangat normative - Pedoman wawancara dilampirkan - Tambahkan tujuan di setiap program strategi komunikasi pemasaran 	<p>Bab III/ 40-46</p> <p>Judul</p> <p>Bab III/ 42-43</p> <p>Bab V/ 83</p> <p>Lampiran</p> <p>Bab IV/ 68-70</p>	
2.	Suryaning Hayati, M.M	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus penelitian, jabarkan konsep - Kesimpulan, menjawab pertanyaan dalam perumusan masalah, bagaimana strategi komunikasi - Tambahkan teknik pemeriksaan keabsahan data 	<p>Bab II/ 13</p> <p>Bab V/ 79-82</p> <p>Bab III/ 46</p>	
3.	Ira Purwitasari, M.Ikom	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki teknik & sistematika penulisan - Manfaat penelitian 	<p>Bab I-V</p> <p>Bab I/7</p>	

Diperiksa & Disetujui


(Dr. Yoyah Heryah, M.Si)
Ketua Bidang Studi

Tanggal: Sabtu, 31 Mei 2014



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PRODUK UP2DATE PT TRIMODA UPTODATE
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA SEGMENT USIA 25-55 TAHUN
PERIODE TAHUN 2013**

Nama : Dian Nissa Riskasari
NIM : 44311110037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

UNIVERSITAS

Jakarta, 7 Juni 2014

MERCU BUANA

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, M.M

(.....)

Penguji Ahli,
Judhie Setiawan, M.Si

(.....)

Pembimbing
Ira Purwitasari, M.Ikom

(.....)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk melengkapi syarat memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Up2date PT Trimoda Uptodate dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Segmen Usia 25-55 Tahun Periode Tahun 2013.**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan karena keterbatasan, kemampuan, maupun surutnya semangat, namun penulis bersyukur dan berterima kasih karena telah mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini masih banyak ketidaksempurnaan namun penulis telah berusaha untuk menyajikan dengan sebaik-baiknya. Maka, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Dr. Agustina Zubair, M.Si
2. Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Drs. A. Rachman H. I, M.Si
3. Ketua Bidang Studi Marketing Communications & Advertising, Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si
4. Sekretaris Bidang Studi Marketing Communications & Advertising sekaligus dosen pembimbing, Ira Purwitasari, M.Ikom, atas bimbingan,

ilmu, dan kesabarannya dalam membimbing penulis, hingga akhirnya skripsi ini dapat selesai.

5. Kedua orang tua penulis, Joko Marsono dan Endang Sri Suharyanti. Terima kasih telah memberikan doa, bimbingan, kasih sayang kesabaran luar biasa, serta dukungan baik moril maupun materil demi memperlancar penyelesaian skripsi ini. Dan tidak lupa untuk adik semata wayangku, Jati.
6. Segenap awak PT Trimoda Uptodate, Mbak Isni, Mbak Tia, Mbak Ira, Bapak Ismail, dan pihak lain, yang telah meluangkan waktu dan kesibukannya untuk membantu penulis dalam memperoleh data.
7. Semua teman seperjuangan angkatan 19 Marketing Communications Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas kebersamaannya selama tiga tahun yang menyenangkan. *Thanks for your time guys.*
8. Romansyah. *Thank you for always supporting me and believing in me.*
9. Para dosen mata kuliah jurusan Marketing Communications Universitas Mercu Buana, Jakarta.
10. Perpustakaan tercinta Universitas Mercu Buana.
11. Dan semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis pun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari cara penulisan maupun cara penyajiannya, untuk itu semua kritik dan saran akan penulis terima demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak dan juga untuk ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, Mei 2014

Dian Nissa Riskasari



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis/ Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.2.1 Mengidentifikasi Khalayak Sasaran yang Dituju	14
2.2.1.1 Segmentasi	15
2.2.1.2 <i>Targeting</i>	16
2.2.1.3 <i>Positioning</i>	17
2.2.2 Menganalisa SWOT	17
2.2.3 Menentukan Objek dan Tujuan Komunikasi Pemasaran	19
2.2.4 Mengembangkan Strategi Program dan Taktik Komunikasi Pemasaran	20
2.2.4.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	21
2.2.4.2 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	22
2.2.4.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	24
2.2.4.4 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	26
2.2.4.5 Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)	29
2.2.4.6 Pengemasan (<i>Packaging</i>)	31
2.2.4.7 <i>Event & Sponsorship</i>	31
2.2.4.8 Pelayanan Konsumen (<i>Customer Service</i>)	33
2.2.5 Menetapkan Anggaran Komunikasi Pemasaran	33
2.2.6 Mengevaluasi Hasil Strategi Komunikasi Pemasaran	35
2.3 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	35
2.3.1 Pengertian Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	35

2.3.2 Peranan Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	36
2.3.3 Tingkatan dalam Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Sifat/Tipe Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Subjek Penelitian/ <i>Key Informan</i>	42
3.4 Fokus Penelitian	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1 Data Primer	44
3.5.1.1 Wawancara	44
3.5.2 Data Sekunder	45
3.5.2.1 Kepustakaan	45
3.5.2.2 Observasi	45
3.6 Teknik Analisa Data	46
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Sejarah Pendirian PT Trimoda Uptodate	48
4.1.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing PT Trimoda Uptodate	52
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	58

4.2.1.1 Mengidentifikasi Khalayak Sasaran yang Dituju	58
4.2.1.2 Menganalisa SWOT	60
4.2.1.3 Menentukan Objek dan Tujuan Komunikasi Pemasaran	63
4.2.1.4 Mengembangkan Strategi Program dan Taktik Komunikasi Pemasaran	65
4.2.1.5 Menetapkan Anggaran Komunikasi Pemasaran	71
4.2.1.6 Mengevaluasi Hasil Strategi Komunikasi Pemasaran	71
4.3 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademis	82
5.2.2 Saran Praktis	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Piramida Kesadaran	39
Gambar 4.1	Logo <i>brand</i> Up2date	49



DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1	<i>Milestone Brand Up2date</i> Tahun 2006-2013.....	51



DAFTAR BAGAN

No.	Judul Bagan	Halaman
Bagan 2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran	13
Bagan 2.2	Analysis SWOT	18
Bagan 4.1	Struktur Organisasi Divisi Marketing PT Trimoda Uptodate	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Produk-Produk Up2date
Lampiran 2	<i>Up2date Stores</i>
Lampiran 3	<i>Flyer</i> dan Iklan di Majalah & Tabloid
Lampiran 4	Artikel Tentang Up2date dan Promosi Penjuala
Lampiran 5	Program <i>Direct Marketing</i>
Lampiran 6	Pengemasan (<i>Packaging</i>)
Lampiran 7	Event Retrospection 2013
Lampiran 8	Tampilan Store Up2date
Lampiran 9	Draft Wawancara
Lampiran 10	Hasil Wawancara



UNIVERSITAS
MERCU BUANA