



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BEBELOVE DI CHANNEL  
MEDICAL UNTUK KATEGORI SUSU IFFO (INFANT FORMULA)  
STAGE 1 – 2**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi

Bidang Studi Marketing Komunikasi

**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**AMYLDA SILFIA**

**44311110041**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERBUBUANA  
JAKARTA  
2014**



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Bebelove di Channel Medical Untuk Kategori Susu IFFO (Infant Formula) Stage 1 - 2**

Nama : Amylda Silfia Amril

NIM : 44311110041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Juni 2014

Mengetahui

**Pembimbing,**

**Niidyta Aisyah, M.Si.**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Bebelove di Channel Medical Untuk Kategori Susu IFFO (Infant Formula) Stage 1 - 2**

Nama : Amylda Silfia Amril

NIM : 44311110041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Juni 2014

Ketua Sidang,

**Ira Purwitasari, M.Ikom**

(  )

Penguji Ahli,

**A. Judhie Setiawan, M.Si.**

(  )

Pembimbing,

**Nindyta Aisyah, M.Si.**

(  )

**LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Bebelove di Channel Medical  
Untuk Kategori Susu IFFO (Infant Formula) Stage 1 - 2

Nama : Amylda Silfia Amril

NIM : 44311110041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Juni 2014

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



( Nindyta Aisyah, M.Si. )

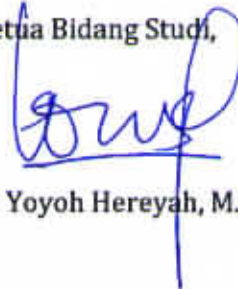
Mengetahui,

Dekan,




( Dr. Agustina, M.Si. )

Ketua Bidang Studi,



( Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si. )



“I believe that everything happens for a reason. People change so that you can learn to let go, things go wrong so that you appreciate them when they're right, you believe lies so you eventually learn to trust no one but yourself, and sometimes good things fall apart so better things can fall together.”

*Marilyn Monroe*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin, segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat dan karunia, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya menuju jalan yang diridhoi oleh 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 Strategi Komunikasi Bebelove yang tanpa melakukan promosi dapat tetap mampu menjadi salah satu Brand yang cukup lama bertahan di pasaran. Penelitian ini diinspirasi oleh keinginan penulis untuk membandingkan apa yang didapat di bangku kuliah dengan aplikasi yang terdapat di dunia nyata yaitu tempat kerja.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak serta berkat Tuhan Yang Maha Baik dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Ibu Nindyta Aisyah, M.Si., selaku pembimbing yang telah dengan sabar dan penuh perhatian mendampingi, mengarahkan dan memotivasi penulis selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Ira Purwitasari M.Ikom selaku ketua sidang skripsi yang telah memberikan arahan dan saran yang berharga.
3. Bapak A. Judhie Setiawan M.Si., selaku penguji ahli untuk feed back dan pemahaman yang sangat berharga.
4. Kepada pihak PT. Nutricia Indonesia Sejahtera, khususnya Ibu Mariska Mahfud, Ibu Faika Dwiyanti dan dari Pihak EO – Magenta Bapak Saptian Aji yang telah banyak memberikan informasi yang sangat dibutuhkan demi kelancaran penelitian mengenai Strategi Pemasaran Bebelove di Medical Channel dan mengkoordinasikan dengan pihak-pihak yang terkait dalam penyelenggaraan *event Bebelove dengan pihak EO dan IBI*.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan dan berbagi pengalaman serta ketrampilan selama perkuliahan.
6. Dan terima kasih yang sedalam-dalamnya ke keluarga tercinta Suami (Suherman) dan kedua princess tersayang (Aqila Hanan Salsabila dan Fathiyya Nova) yang sangat memahami kesibukan bundanya dan selalu mendukung yang terbaik untuk Bundanya.

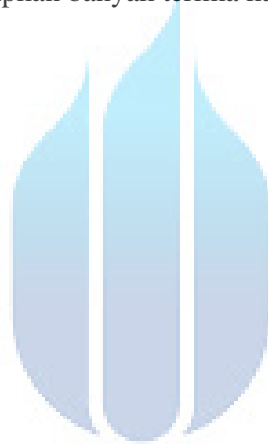
Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini.

Semoga apa yang sudah penulis susun dalam skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya pihak yang tertarik dengan *Strategi Komunikasi Pemasaran* dan mampu memberikan inspirasi serta motivasi bagi perusahaan serta akademisi. Atas segala perhatian dan bantuan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Bekasi, June 2014

Penulis

Amylda Silfia



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....	ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.2 Kerangka Perencanaan Komunikasi Pemasaran	16
2.2.1. Analisa Konteks	21
2.2.1.1 Segmentasi	22
2.2.1.2 Memilih pasar sasaran	24
2.3.1.3 Posisi Produk di Pasaran	24
2.2.2 Tujuan komunikasi ( <i>Communication objectives</i> )	26
2.2.3 Strategi komunikasi pemasaran	27

2.2.3.1	Strategi Menarik ( <i>Pull Positioning</i> )	29
2.2.3.2	Strategi Mendorong ( <i>Push Positioning</i> )	30
2.2.3.3	Strategi Profil ( <i>Profile Positioning</i> )	31
2.2.4.	Bauran Promosi	33
2.2.4.1	Iklan ( <i>Advertising</i> )	35
2.2.4.2	Humas ( <i>Public Relations</i> )	36
2.2.4.3	Promosi Penjualan ( <i>Selling Promotion</i> )	37
2.2.4.4	Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> )	38
2.2.4.5	Pemasaran Langsung ( <i>Direct Selling</i> ) dan Interaktif	40
2.2.5	Sumber Daya (Manusia dan Keuangan)	41
2.2.6	Penjadwalan dan Implementasi	41
2.2.7	Evaluasi dan Kontrol	42
2.2.8	Tanggapan	42
2.3	Definisi dan Kategori Produk	43
2.4	Kebijakan Terkait dengan Produk Susu Bayi di Indonesia	46
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Tipe Penelitian	54
3.2	Metode Penelitian	55
3.3	Subject Penelitian	56
3.4	Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1	Data Primer	58
3.4.2	Data Sekunder	59

3.5	Definisi Konsep	59
3.6	Fokus Penelitian	60
3.7	Teknik Analisa Data	61
3.8	Teknik Keabsahan Data	62

#### **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.2	Hasil Penelitian	71
4.3	Pembahasan	88

#### **Bab 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94

<b>Daftar Pustaka</b>	<b>MERCU BUANA</b>	<b>96</b>
-----------------------	--------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> Total Market Share Susu Bayi 2010 – July 2013	8
<b>Gambar 2.</b> Kerangka Perencanaan Komunikasi Pemasaran	16
<b>Gambar 3</b> Langkah-langkah Segmentasi, Targeting, dan Positioning	26
<b>Gambar 4</b> Marketing Communications Strategi Options	28
<b>Gambar 5</b> Pull Positioning Strategi	30
<b>Gambar 6</b> Push Positioning Strategi	31
<b>Gambar 7.</b> Profile Positioning Strategi	33
<b>Gambar 8.</b> Struktur Organisasi PT. Nutricia Indonesia	70
<b>Gambar 9.</b> Struktur Organisasi Marketing and Sales Department PT. Nutricia Indonesia	70
<b>Gambar 10.</b> Event Marketing Medical – Midwives Scientific Program	83

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Skripsi Strategi Komunikasi Pemasaran Bebelove Di Channel Medical Untuk Kategori Susu Iffo (Infant Formula) Stage 1 – 2
LAMPIRAN 2	Ringkasan Daftar Pertanyaan Wawancara
LAMPIRAN 3	Hasil wawancara Ibu Mariska Mahfud, Brand Manager Bebelove
LAMPIRAN 4	Hasil wawancara Bapak Satian Aji, EO di Magenta
LAMPIRAN 5	Hasil wawancara Faika Dwiyantri, Regulatory Affair Manager
LAMPIRAN 6	CV