



***INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM UPAYA PENINGKATAN
BRAND AWARENESS
(STUDI KASUS PADA INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION KOPI KAPAL API SUSU)***

SKRIPSI

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:
FRIDA ROSLINA DEWI

44309110038

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



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Marketing Communications & Advertising

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : ***INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*** DALAM
UPAYA PENINGKATAN ***BRAND AWARENESS*** (STUDI KASUS
PADA ***INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION KOPI***
KAPAL API SUSU)

Nama : Frida Roslina Dewi

NIM : 44309110438

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS

Jakarta, 27 Juni 2014
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Marketing Communications & Advertising

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Judul : *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS (STUDI KASUS PADA INTEGRATED MRKETING COMMUNICATION KOPI KAPAL API SUSU)*

Nama : Frida Roslina Dewi

NIM : 44309110438

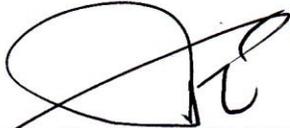
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 12 Juli 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


(Dr. Farid Hamid M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Marketing Communications & Advertising

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS (STUDI KASUS PADA INTEGRATED MRKETING COMMUNICATION KOPI KAPAL API SUSU)**

Nama : Frida Roslina Dewi

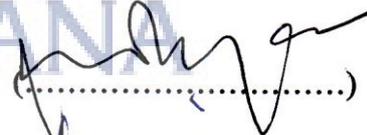
NIM : 44309110438

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS Jakarta, 12 Juli 2014

1. Ketua Sidang
(Dr. Ahmad Mulyana M.Si)



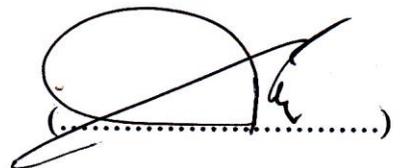
(.....)

2. Penguji Ahli
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



(.....)

3. Pembimbing
(Dr. Farid Hamid, M.Si)



(.....)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kepada Tuhan yang telah memberikan anugerah dan berkat yang tiada berkesudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

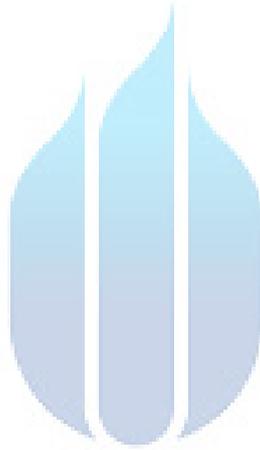
Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication and Advertising.

Selama menjalani proses penelitian, tentunya peneliti tak terlepas dari kendala atau hambatan. Namun berkat dorongan orang-orang yang terdekat yang selalu memberikan motivasi dan bantuan menjadikan peneliti mampu menghadapi kendala yang datang. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid M. Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak mengarahkan dan membantu pembimbing dalam penyusunan hingga selesainya skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M. Si, selaku ketua jurusan Marketing Communications, atas arahan yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Tri Diah Cahyowati M. Si, selaku dosen ahli penguji skripsi atas masukan hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Ucapan hormat dan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga atas segala doa dan dukungannya selama ini.
5. Hakuhodo Indonesia, Ibu Lucy Novita dan Fakfes team untuk segala bentuk bantuan dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
6. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah menuangkan ilmunya kepada peneliti selama ini.
7. Terima kasih kepada teman-teman satu angkatan UMB; Popo, Denise, Ojie dan Wulan yang bersama-sama saling membantu dan menyemangati dalam mengerjakan skripsi.

8. Para staf TU dan Perpustakaan yang telah membantu melancarkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini belum dikatakan sempurna karenanya semua saran dari semua pihak sangat diharapkan. Dan semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi perkembangan pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communications & Advertising Universitas Mercu Buana. Dan untuk segala kekurangannya, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta, Juli 2014



Frida Roslina Dewi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Integrated Marketing Communication	7
2.1.1 Definisi <i>Integrated Marketing Communication</i>	7

2.1.2 Program-program Komunikasi Pemasaran	
dalam IMC	9
2.1.3 Keberhasilan Program IMC	19
2.1.4 Perencanaan IMC	24
2.2 Brand	25
2.3 Brand Awareness	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Subyek Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Kopi Kapal Api	39
4.1.2 Produk Kopi Kapal Api	41
4.1.3 Munculnya Persaingan dari Kompetitor	43
4.1.4 Pasar Anak Muda Sasaran Utama Penjualan	
Produk Kopi	44

4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Proses Perencanaan IMC Kopi Kapal Api Susu ...	47
4.2.2 Pelaksanaan IMC Kopi Kapal Api Susu	51
4.2.2.1 Advertising.....	53
4.2.2.1.1 TVC.....	53
4.2.2.1.2 Radio Commercial	58
4.2.2.1.3 Billboard	59
4.2.2.1.4 Squeeze Frame	60
4.2.2.1.5 Running Text	61
4.2.2.2 Personal Selling	62
4.2.2.3 Interactive/Internet Marketing	63
4.2.2.3.1 Website	63
4.2.2.3.2 Facebook	65
4.2.2.3.3 Twitter	66
4.2.2.4 Promotional Selling	67
4.2.2.4.1 Tentang Brand Ambassador	68
4.2.2.4.2 Mekanisme Promo	69
4.2.2.4.3 Materi Promo	70
4.2.3 Hasil IMC Kopi Kapal Api Susu	75
4.3 Pembahasan	77
4.3.1 Perencanaan IMC Kopi Kapal Api Susu	78
4.3.2 Pelaksanaan Kopi Kapal Api Susu	80
4.3.2.1 Advertising.....	81

4.3.2.1.1 TVC.....	81
4.3.2.1.2 Radio Commercial	82
4.3.2.1.3 Billboard	83
4.3.2.1.4 Squeeze Frame	83
4.3.2.1.5 Running Text	84
4.3.2.2 Personal Selling	84
4.3.2.3 Interactive/Internet Marketing	84
4.3.2.3.1 Website	84
4.3.2.3.2 Facebook	85
4.3.2.3.3 Twitter	85
4.3.2.4 Promotional Selling	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran..	92

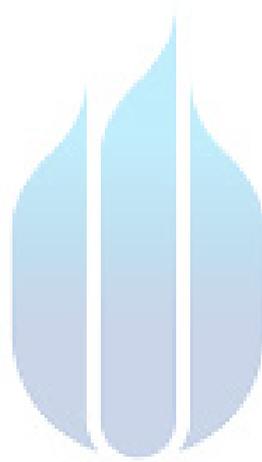
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Advertising Media Characteristic</i>	12
Tabel 4.2 Konsistensi pesan dalam IMC Kopi Kapal Api Susu	84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alternatif <i>Communication Options</i> dalam IMC	10
Gambar 2.3 Lima langkah perencanaan IMC	26
Gambar 4.1 Kemasan produk Kopi Kapal Api Susu	42
Gambar 4.2 TVC Kopi Kapal Api Susu versi produk	52
Gambar 4.3 TVC Kopi Kapal Api Susu versi <i>emotional</i>	54
Gambar 4.4 Iklan Billboard Kopi Kapal Api Susu	57
Gambar 4.5 Iklan <i>Squeeze Frame</i> Kopi Kapal Api Susu	58
Gambar 4.6 Iklan <i>Running Text</i> Kopi Kapal Api Susu	59
Gambar 4.7 <i>website</i> Kopi Kapal Api	62
Gambar 4.8 Tampilan <i>Facebook fanpage</i> Kopi Kapal Api	64
Gambar 4.9 tampilan <i>Twitter</i> Kopi Kapal Api	65
Gambar 4.10 <i>Digital Card</i> Depan Promo Album Digital Agnez Mo.....	68
Gambar 4.11 <i>Digital Card</i> Belakang Promo Album Digital Agnez Mo.	69
Gambar 4.12 <i>Floor Display</i> Promo Album Digital Album Agnez Mo..	69
Gambar 4.13 <i>Landing Page</i> Album Digital Album Agnez Mo	70
Gambar 4.14 <i>Running Text</i> Promo Album Digital Album Agnez Mo ..	71
Gambar 4.15 Stiker Kemasan Promo Album Digital Album Agnez Mo	71
Gambar 4.16 Flowchart proses IMC Kopi Kapal Api	77
Gambar 4.17 Lima langkah perencanaan IMC	79