



**Strategi promosi *ConvenienceStore Lawson* tahun 2012  
dalam menciptakan *Brand Awareness***

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun oleh :

**Hendika Nofriyan**

44308110072

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Strategi promosi *ConvenienceStore*  
*Lawson* tahun 2012 dalam menciptakan  
*Brand Awareness***

Nama : Hendika Nofriyan

NIM : 44308110072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication And Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2013

Mengetahui,

Pembimbing

**Sugihantoro S.Sos**


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **Strategi promosi *ConvenienceStore*  
*Lawson***  
**tahun 2012 dalam menciptakan  
*Brand Awareness***

Nama : Hendika Nofriyan  
NIM : 44308110072  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, Maret 2013

1. Ketua Sidang  
Yoyoh Hereyah, M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Agustina Zubair, M.si
3. Pembimbing  
Sugihantoro, S.sos

(  )

(  )

(  )



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

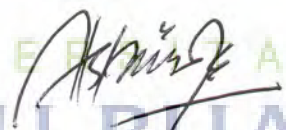
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Strategi promosi *ConvenienceStore Lawson* tahun 2012 dalam menciptakan *Brand Awareness***  
Nama : Hendika Nofriyan  
NIM : 44308110072  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, Maret 2013

Disetujui dan Diterima oleh :  
Pembimbing

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
( Sugihantoro, S.sos )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Study Marcomm And Advertising

  
(Dr. Agustina Zubair, M.si)

  
( Yoyoh Hereyah, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Strategi Promosi *Convenience store Lawson Tahun 2012* dalam menciptakan *Brand awareness*".**

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Adapun proses yang penulis lalui tidak terlepas dari dukungan orang-orang sekitar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual, sehingga selesainya penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya

dipersembahkan kepada :

1. Bpk. Sugihantoro S.Sos selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan tidak bosan untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi hingga selesai.
2. Ibu Yoyoh Hereyah, M.si selaku Ketua Sidang dan Ketua Jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.si selaku Penguji Ahli dan Dekan Fikom Universitas Mercubuana.
4. Bpk. Yogi Kresno selaku Sales & Marketing Manager Lawson, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan memberi data-data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini.
5. Para Dosen Jurusan Marcomm & Advertising yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fikom Universitas Mercubuana.
6. Seluruh staff, TU FIKOM Universitas Mercubuana dan perpustakaan yang telah memberikan kemudahan dalam keperluan akademis penulis.
7. Orang tuaku tercinta, yang selalu menjadi panutan dan motivator dalam segala hal, yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang dan dukungan serta bantuan secara moril dan materil selama ini.
8. Teman teman penulis, terima kasih selalu menyemangati & mendengar keluhanku, alhamdulillah akhirnya skripsiku selesai juga.
9. Keluarga besar Marcomm & Advertising khususnya angkatan XIII dan rekan - rekan yang tidak disebutkan namanya, terima kasih atas pemikiran, support dan hubungan baik yang terbina selama ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan, dan penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan.

Amin Ya Robal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Jakarta, Maret 2013

Penulis

**Hendika Nofriyan**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
DAFTAR ISI .....	i
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>
2.1. Komunikasi sebagai elemen inti kegiatan pemasaran .....	10
2.2. Analisa SWOT .....	16
2.3. Analisa STP .....	18
2.4. Promosi .....	30
2.4.1 Pengertian Promosi.....	30
2.4.2 Proses Perencanaan Promosi.....	32
2.4.3 Tujuan Promosi .....	35
2.4.4 Target Promosi .....	38
2.5. Bauran Promosi .....	38
2.6. Strategi Promosi .....	49
2.6.1 Elemen-Elemen Strategi Promosi .....	60



2.6.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Promosi.....	60
2.7. Perencanaan/Langkah Membuat Strategi Promosi.....	61
2.8. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....	63

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian .....	72
3.2. Metode Penelitian .....	73
3.3. Narasumber .....	74
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	75
3.4.1. Data Primer .....	75
3.4.2. Data Sekunder .....	75
3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian .....	75
3.5.1. Definisi Konsep .....	76
3.5.2. Fokus Penelitian .....	76
3.6. Teknik Analisis Data .....	78
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	78

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	80
4.2. Hasil Penelitian .....	82
4.2.1. Analisa SWOT .....	83
4.2.2. Analisa STP .....	90
4.2.3. Promosi Convenience Store Lawson .....	93

4.2.4. Bauran Promosi .....	101
4.2.5. Pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh <i>Convenience Store lawson</i> .....	102
4.2.6. Tujuan Kegiatan Promosi dari <i>Convinience Store Lawson..</i>	103
4.3. Pembahasan .....	103
 BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan .....	110
5.2. Saran .....	111
5.2.1. Saran Akademis .....	111
5.2.2. Saran Praktis .....	111
 DAFTAR PUSTAKA .....	113
LAMPIRAN .....	115

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA