



**KESADARAN MEREK (BRAND AWARENESS) MAHASISWA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA PADA MINUMAN RINGAN MIRAI  
OCHA**

(Studi Deskriptif Brand Awareness Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Pada Minuman Ringan Mirai Ocha)

**SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**PUPUT WULAN MAYUNDA**

**44309010024**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2013**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puput Wulan Mayunda  
NIM : 44309010024  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul: Kesadaran Merek (Brand Awareness) Mahasiswa Universitas Mercu Buana Pada Minuman Ringan Mirai Ocha (Studi Deskriptif Brand Awareness Mahasiswa UMB FIKOM Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Pada Minuman Ringan Mirai Ocha) adalah murni karya sendiri, apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Jakarta, Oktober 2013





**Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Marketing Communication and Advertising  
2013**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Mahasiswa Universitas Mercu Buana Pada Minuman Ringan Mirai Ocha (Studi Deskriptif *Brand Awareness* Mahasiswa UMB FIKOM Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Pada Minuman Ringan Mirai Ocha)

Nama : Puput Wulan Mayunda

NIM : 44309010024

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 8 Oktober 2013

Mengetahui,

Pembimbing

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



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION**

**LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI**

Judul : Kesadaran Merek (Brand Awareness) Mahasiswa Universitas Mercu Buana Pada Minuman Ringan Mirai Ocha (Studi Deskriptif Brand Awareness Mahasiswa UMB FIKOM Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Pada Minuman Ringan Mirai Ocha)

Nama : Puput Wulan Mayunda

NIM : 44309010024

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS  
Jakarta, Oktober 2013  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,

1. **KETUA SIDANG**  
**(A. Rahman H.I., MM., M.Si )**

  
(.....)

2. **PENGUJI AHLI**  
**(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)**

  
(.....)

3. **PEMBIMBING SKRIPSI**  
**(Dra.Yoyoh Herayah.M.Si)**

  
(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Kesadaran Merek (Brand Awareness) Mahasiswa Universitas Mercu Buana Pada Minuman Ringan Mirai Ocha (Studi Deskriptif Brand Awareness Mahasiswa UMB FIKOM Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Pada Minuman Ringan Mirai Ocha)

Nama : Puput Wulan Mayunda

NIM : 44309010024

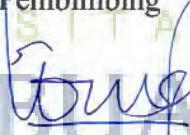
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

**Jakarta, Oktober 2013**

Disetujui dan Diterima oleh,

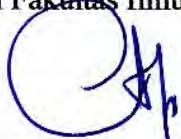
Pembimbing



(Dra. Yoyoh Hereyah., M.Si)

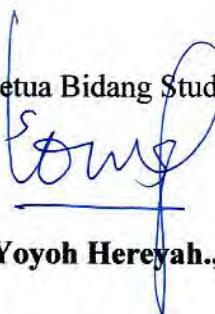
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Yoyoh Hereyah., M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena hanya dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M. Si selaku dosen pembimbing, terima kasih untuk ilmu, saran dan perhatiannya kepada penulis.
2. Bapak Alm. Hardiyanto Jatmiko selaku dosen yang telah memberikan banyak ilmu serta cerita yang memotivasi penulis.
3. Para Dosen Mercu Buana yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas pelajaran yang diberikan.
4. Keluarga tercinta orang tua saya, bapak Marjono SH dan ibu Ginawati, S.pd, serta adik Kalleh Novit dan Dshifa Gyanuri Aminie yang tak pernah berhenti memberi dukungan, baik moril maupun materil, serta doa dan cintanya yang luar biasa kepada penulis.
5. Sahabat terdekat penulis Rendi Pratama, terimakasih atas motivasi dan kesediaannya menemanai penulis.
6. Saudara seperjuangan penulis “GETOL” Risma Ardiyanti, Agustiyani, Inti Handayani dan Alin Fitriani Astuti yang telah memberikan tawa dan keceriaan serta dukungan bagi penulis.
7. Sahabat-sahabat yang telah membantu dan memotivasi penulis, Sisna Ardiyati, Leni Wulansari, Heru Kurniawan, Kamal Syarani, dan Ahmad Rizki terimakasih.
8. Teman – teman mahasiswa Marketing Communication and Advertising angkatan 2009 yang tidak tersebutkan namannya satu persatu terimakasih.

9. Sahabat-sahabat sepermainan Ika Agustianti, Safta Ryan Baskara, Anggun Pamela, Siti Rokenia Putri, Desi terimakasih untuk motivasinya kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat menyadari masih banyak kekurangannya. Oleh karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, maka penulis membuka pintu yang selebar-lebarnya kepada semua pihak untuk memberikan masukan, kritik, serta saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat terutama untuk diri peneliti sendiri, para akademika, serta kepada para pembaca pada umumnya.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, semoga mendapatkan anugerah dari Allah SWT.

Jakarta, Oktober 2013



Puput Wulan Mayunda

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan Skripsi .....	ii
Abstraksi .....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Tabel.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikasi Penelitian .....	7
1.4.1 Signifikasi Akademis.....	7
1.4.2 Signifikasi Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Sebagai Salah Satu Aktivitas Pemasaran .....	8
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	9
2.3 Daur Hidup Produk ( <i>Product Life Cycle</i> ) .....	11
2.4 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	16
2.5 Merek .....	18
2.6 Fungsi dan Manfaat Merek .....	22
2.7 <i>Brand Awareness</i> Sebagai Bagian dari <i>Brand Equity</i> .....	24
2.8 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....	32

2.9 Mencapai Kesadaran .....	33
------------------------------	----

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1.Tipe Penelitian.....	32
3.2. Metode Penelitian.....	33
3.3.Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.4.Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.Definisi Konsep.....	37
3.6. Operasionalisasi Konsep.....	37
3.7 Teknik Analisis Data .....	38

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Identitas Responden .....	45
4.2.1.1 Jenis Kelamin .....	45
4.2.1.2 Usia .....	46
4.2.1.3 Fakultas/ Jurusan.....	47
4.2.1.4 Pernah atau Tidak Responden Mengkonsumsi Minuman Ringan Teh .....	48
4.2.2 Tingkat <i>Brand Awareness</i> .....	49
4.2.2.1 <i>Top of Mind</i> .....	49
4.2.2.2 <i>Brand Recall</i> .....	51
4.2.2.3 <i>Brand Recognition</i> .....	52
4.2.2.4 <i>Unware Brand</i> .....	67

4.3. Pembahasan.....	69
----------------------	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	72
-----------------------	----

5.2. Saran .....	74
------------------	----

5.2.1 Akademis .....	74
----------------------	----

5.2.2 Praktis .....	75
---------------------	----

Daftar Pustaka

Curriculum Vitae



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.6.1 Piramida *Brand Awareness*. ....

27



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Jumlah mahasiswa (aktif) Fikom (2011/2012 -2012/2013).....	38
Tabel 3.6 Operasionalisasi Konsep.....	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Fakultas/ Jurusan.....	51
Tabel 4.4 Pernah atau Tidak Mengkonsumsi Minuman Ringan Teh .....	52
Tabel 4.5 <i>Top of Mind Brand Awareness</i> .....	54
Tabel 4.6 <i>Brand Recall Brand Awareness</i> .....	55
Tabel 4.7 Apakah Responden Mengetahui Minuman Ringan NU Green Tea.....	57
Tabel 4.8 Apakah Responden Mengetahui Minuman Ringan FressTea Green .....	58
Tabel 4.9 Apakah Responden Mengetahui Minuman Ringan Sosro UNIVERSITAS Green Tea.....	59
Tabel 4.10 Apakah Responden Mengetahui Minuman Ringan Zestea .....	60
Tabel 4.11 Apakah Responden Mengetahui Minuman Ringan Mirai Ocha.	61
Tabel 4.12 Darimana Responden Mengetahui Minuman Ringan NU Green Tea.....	62
Tabel 4.13 Darimana Responden Mengetahui Minuman Ringan FressTea Green.....	63
Tabel 4.14 Darimana Responden Mengetahui Minuman Ringan Sosro Green Tea.....	64
Tabel 4.15 Darimana Responden Mengetahui Minuman Ringan Zestea ....	65

Tabel 4.16 Darimana Responden Mengetahui Minuman Ringan Mirai Ocha.....	66
Tabel 4.17 Apakah Responden Mengetahui Tagline “ <i>Makes You NU</i> ” .....	67
Tabel 4.18 Apakah Responden Mengetahui Tagline “ <i>Pilihan Generasi Fresh</i> ” .....	68
Tabel 4.19 Apakah Responden Mengetahui Tagline “ <i>Aroma Sejuknya Bikin Tenang</i> ”.....	69
Tabel 4.20 Apakah Responden Mengetahui Tagline “ <i>Refresh Your Body, Mind and Mood Positively</i> ” .....	70
Tabel 4.21 Apakah Responden Mengetahui Tagline “ <i>Ganbatte</i> ” .....	71
Tabel 4.22 <i>Unware Brand</i> .....	72

