



**TINGKAT BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK) MENGENAI
KARTU SELULER AXIS**

(Survey Kepada Mahasiswa FIKOM UMB Angkatan 2009 & 2010)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (SI)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh :

AFANI AYUB

44308010021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI *MARCOMM & ADVERTISING*

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : Tingkat Brand Awareness (Kesadaran Merek) Terhadap Kartu Seluler
Axis (Survey terhadap Mahasiswa FIKOM UMB ANGKATAN 2009 &
2010).

Nama : Afani Ayub

NIM : 44308010021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : *Marcomm & Advertising*

Jakarta, Agustus 2012

Mengetahui

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Afani Ayub
NIM : 44308010021
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, Agustus 2012

Mengetahui

Ketua Sidang :

Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

()

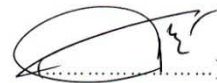
Penguji Ahli

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

()

Pembimbing

Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI *MARCOMM & ADVERTISING*

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Afani Ayub
NIM : 44308010021
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, Agustus 2012

Disetujui dan Diterima oleh :

Pembimbing I

(Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Alhamdulillahirabbil'aalamiin. Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "*Tingkat Brand Awareness (Kesadaran Merek) Terhadap Kartu Seluler Axis*".

Mengingat hanya Allah SWT yang maha sempurna, peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, inilah hasil karya peneliti yang diperjuangkan dengan proses panjang dan rintangan yang cukup besar. Sebagai manusia biasa, peneliti menyadari segala keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, untuk itu peneliti mengharapkan tegur sapa, kritik, dan saran demi perbaikan pemikiran dan penyusunan yang lebih baik lagi.

Skripsi ini dapat terselesaikan tentunya tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak, untuk itu dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan sehingga peneliti bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si selaku Kaprodi Advertising yang telah memberikan saran dan arahan kepada peneliti.
3. Kedua orang tua ku tercinta terutama kepada ibu saya yang selalu menyemangati saya serta kakak dan abang-abang saya yang banyak membantu

baik secara material dan spiritual. Selama ini selalu mendoakan peneliti, memberikan nasehat dan semangat serta segala bantuan yang tak ternilai.

4. Teman-teman saya yang baik hati , Ahlam, Natasha Dara, Irma Widyastuti, Risma Anggraini, Putri Meilani P, Shinta Lestari, Kartika Cahya Afriani dan Hanny Rahmatunisa, yang telah memberikan nasehat dan semangat serta bantuan kepada saya.
5. Seluruh staff TU FIKOM UMB yang selalu bersedia membantu dan direpotkan peneliti selama ini.

Kepada pihak-pihak yang belum disebut namanya diatas peneliti mohon maaf, sekali lagi terima kasih atas kontribusinya. Terakhir dengan penuh kesadaran peneliti mengakui bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, akan tetapi peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin.....

Jakarta, Juli 2012

Afani Ayub

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi sebagai Salah Satu Aktivitas Pemasaran.....	10
2.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	15
2.4 Merek.....	17
2.5 Brand Equity (Ekuitas Merek).....	20
2.6 Hubungan Brand Equity & Brand Awareness.....	23
2.7 Brand Awareness.....	23
2.8 Mencapai Kesadaran.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder.....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	33
3.5.1 Definisi Konsep.....	33
3.5.2 Operasionalisasi Konsep.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Axis Telekom Indonesia.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Identitas Responden.....	41
4.2.1.1 Usia.....	42
4.2.1.2 Jenis Kelamin.....	42
4.2.2 Tingkat Brand Awareness.....	43
4.2.2.1 Top Of Mind.....	44
4.2.2.2 Brand Recall.....	45
4.2.2.3 Brand Recognition.....	46
4.2.2.4 Unaware Brand.....	52
4.2.3 Berdasarkan Pengguna atau Pemakai.....	53

4.2.4 Sumber Pengetahuan Responden terhadap Merek Kartu Seluler GSM Axis.....	55
4.3 Pemabahasan.....	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Akademis.....	65
5.2.2 Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.5.2.1	Operasionalisasi Konsep.....	35
Tabel 4.1	Usia Responden.....	42
Tabel 4.2	Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3	Top of Mind.....	44
Tabel 4.4	Brand Recall.....	45
Tabel 4.5	Tagline Jangkauan dan Kualitas Terluas dan terbaik.....	47
Tabel 4.6	Tagline Paling Murah.....	48
Tabel 4.7	Tagline Selangkah Lebih Maju.....	48
Tabel 4.8	Tagline We Are Always On.....	49
Tabel 4.9	Tagline Just For You.....	49
Tabel 4.10	Tagline Obral Obrol Pool.....	50
Tabel 4.11	Tagline 3 Hari 3 Malam.....	50
Tabel 4.12	Tagline I Hate Slow.....	51
Tabel 4.13	Tagline Internetan untuk Rakyat.....	51
Tabel 4.14	Unaware Brand.....	52
Tabel 4.15	Jumlah Pengguna Kartu Seluler GSM / CDMA.....	53
Tabel 4.16	Alasan Menggunakan Kartu Seluler GSM/CDMA.....	54
Tabel 4.17	Sumber Pengetahuan terhadap Kartu Seluler GSM Axis	56
Tabel 4.18	Informasi yang di dapat Media Iklan Axis.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1.1 Proses Komunikasi.....	11
Gambar	2.6.1 Piramida Kesadaran Merek.....	24