



**Strategi Komunikasi Pemasaran
PT Astellas Pharma Indonesia
Dalam
Menciptakan dan Meningkatkan Brand Awareness
Produk Obat Mycamine® di Jakarta**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

Parwita Engdyah K
44309110009

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
Jakarta
2012



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT ASTELLAS PHARMA INDONESIA
DALAM MENCIPTAKAN DAN MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PRODUK OBAT MYCAMINE® di JAKARTA

Nama : Parwita Engdyah Kumorojati

NIM : 44309110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 6 Oktober 2012

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
(Gerliani Ardha, SE, M.Si)

MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT ASTELLAS PHARMA INDONESIA
DALAM MENCIPTAKAN DAN MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PRODUK OBAT MYCAMINE® di JAKARTA

Nama : Parwita Engdyah Kumorojati

NIM : 44309110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 6 Oktober 2012

Ketua Sidang
Dra. Tri Diah Cahyowati, Msi.

Penguji Ahli
SM Niken Restaty S.Sos, M.Si

Pembimbing
Berliani Ardha, SE, M.Si

.....
.....
.....



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT ASTELLAS PHARMA INDONESIA
DALAM MENCIPTAKAN DAN MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PRODUK OBAT MYCAMINE® di JAKARTA

Nama : Parwita Engdyah Kumorojati

NIM : 44309110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 6 Oktober 2012

Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, Msi

Penguji Ahli

SM Niken Restaty S.Sos, M.Si

Pembimbing

Berliani Ardha, SE, M.Si

KATA PENGANTAR

Proses kembali melanjutkan pendidikan bagi penulis memang bukan sesuatu yang mudah. Kesibukan kerja, tidak adanya waktu yang cukup dan beragam dalih lainnya menjadi penghalang keinginan untuk mengenyam pendidikan lebih tinggi.

The Dream finally come true! Kesempatan untuk kembali bersekolah setelah 12 tahun lulus dari D3 akhirnya terwujud. Pada saat itu saya berfikir bahwa saya harus meningkatkan kemampuan diri, jika tidak rasanya seperti jalan di tempat. Kembali bersekolah juga salah satu cara mencegah otak saya menjadi tidak berkarat☺. Walaupun akhirnya, karena alasan kesibukan kerja pula, saya tidak bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Alhamdulillah robbil alamin...sujud syukur kepada Allah SWT karena karunia dan berkahnya akhirnya skripsi ini dapat selesai. Sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang Istiqamah di jalan Allah SWT.

Dengan segala hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang sangat berjasa dalam membantu menyelesaikan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Berliana Ardha SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu memberi bimbingan dan semangat.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku kepala jurusan Marketing Komunikasi Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
3. Ibu SM Niken Restaty S.Sos, M.Si, selaku dosen penguji, terima kasih atas koreksi dan masukannya.
4. Bapak ibu dosen sekalian atas bimbingan dan keiklasan berbagi ilmu serta semua administrasi dan karyawan POP yang telah banyak membantu selama proses kuliah dan penyelesaian skripsi ini.

5. Ayahanda Marsum dan Almarhumah Ibu Mumpuningsih, serta kakak-kakak dan keponakan-keponakan atas supportnya.
6. Teman-teman kuliah program Markom angkatan XV, atas kebersamaannya selama kuliah serta semangat dan dukungannya, semoga pertemanan kita membawa kebaikan untuk kehidupan kita selanjutnya.
7. Tim PT Astellas Pharma Indonesia atas bantuan dan dukungannya, terutama Ibu Meiriyana Sukanta Apt, dr Asri Shadeeq Ali Roestam, bapak Hizral Nasution dan bapak Heri serta dr Hadi Moeliawan SpP, dr Chandra Wibowo SpPD dan suster Flora Hilaria Banda sebagai narasumber dalam skripsi ini.
8. Teruntuk sahabat-sahabat yang banyak memberikan dukungan, mbak farah terima kasih pinjaman notebooknya 😊.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut membantu dan mendukung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak, semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua kebaikan. Amin

MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juli 2012

Penulis

(Parwita Engdyah Kumorojati)

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	14
2.2.1 Analisa SWOT	16
2.2.2 Segmentasi	17
2.2.3 Targeting	18

2.2.4	Positioning	19
2.2.5	Bauran Promosi	20
2.2.5.1	Periklanan	21
2.2.5.2	Public Relation	22
2.2.5.3	Selling Promotion	22
2.2.5.4	Personal Selling	24
2.2.5.5	Pemasaran Langsung(Direct Selling)	26
2.2.5.6	Sponsorship	27
2.3	Kesadaran Merek	28
 BAB III		
METODELOGI PENELITIAN		32
3.1	Tipe Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	33
3.3	Subyek Penelitian	34
3.4	Tehnik Pengumpulan Data	36
3.5	Definisi Konsep	37
3.6	Fokus Penelitian	38
3.7	Tehnik Analisa Data	38
3.8	Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data	38
 BAB IV		
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1	Sejarah Perusahaan	40
4.1.2	Asal Kata Merek Dagang Astellas	41
4.1.3	Filosofi Bisnis (Raison d'être,Misi, Visi 2015 dan 5 Pesan Astellas Way)	42

4.1.4	Produk-Produk Astellas Pharma Inc (API)	45
4.1.5	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas PT API	48
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Pengumpulan Data	50
4.2.2	Perencanaan	56
4.2.3	Pelaksanaan Kegiatan	65
4.2.4	Evaluasi	69
4.3	Pembahasan	72
BAB V		
PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78
5.2.1	Saran Akademis	78
5.2.2	Saran Praktis	78
Daftar Pustaka		80



DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1	Konsep-konsep inti Pemasaran	11
Gambar 2	Langkah-langkah Segmentasi, Targeting dan Positioning	20
Gambar 3	Piramida Kesadaran Merek	30
Gambar 4	Logo Astellas Pharma	41
Gambar 5	RTD Launching <i>Mycamine</i> ®	51
Gambar 6	Promo Material	59
Gambar 7	Brosur <i>Mycamine</i> ®	59
Gambar 8	Tagline <i>Mycamine</i> ®	60
Gambar 9	ISDA Guidline	61
Gambar 10	Literatur	61
Gambar 11	Summary Feature of Anti Fungals	61
Gambar 12	Strategi Komunikasi Pemasaran 2011	65
Gambar 13	Sales Trend <i>Mycamine</i> ®	69
Gambar 14	Market Share <i>Mycamine</i> ®	70

LAMPIRAN

Daftar wawancara dengan Ibu Meiriyana

Daftar Wawancara dengan dr Shadeeq Ali Rustam

Daftar Wawancara dengan Bapak Hizral Nasution

Daftar Wawancara dengan Bapak Heri

Daftar Wawancara dengan dr Chandra Wibowo SpPD

Struktur Organisasi PT API

Uraian Tugas Organisasi PT API



UNIVERSITAS
MERCU BUANA