



BRAND ACTIVATION SEBAGAI KEGIATAN PROMOSI

PRODUK ROYAL TEA ROCI

PERIODE 2015

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun Oleh :
Rika Andriany

44311110029

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **BRAND ACTIVATION SEBAGAI KEGIATAN
PROMOSI PRODUK ROYAL TEA ROCI PERIODE
2015**

Nama : RIKA ANDRIANY

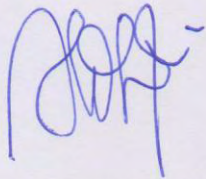
NIM : 44311110029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

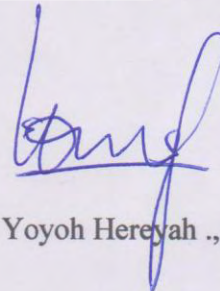
UNIVERSITAS
Jakarta, 16 Januari 2016
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I



(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M.Med.Kom)

Pembimbing II



(Dr. Yoyoh Hereyah ., M.Si.)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **BRAND ACTIVATION SEBAGAI KEGIATAN
PROMOSI PRODUK ROYAL TEA ROCI PERIODE
2015**

Nama : **RIKA ANDRIANY**

NIM : **44311110029**

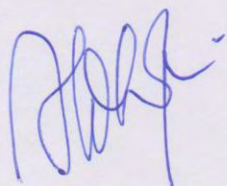
Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Marketing Communication & Advertising**

Jakarta, 16 Januari 2016

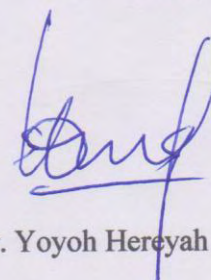
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M.Med.Kom)

Pembimbing II



(Dr. Yoyoh Hereyah ., M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **BRAND ACTIVATION SEBAGAI KEGIATAN
PROMOSI PRODUK ROYAL TEA ROCI PERIODE
2015**

Nama : RIKA ANDRIANY

NIM : 44311110029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 16 Januari 2016

Ketua Sidang

Dadan Iskandar., M.Si

Penguji Ahli

Tri Diah Cahyowati.,M.Si

Pembimbing 1

Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M.Med.Kom

Pembimbing II

Dr. Yoyoh Hereyah ., M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

[Handwritten signature]
()

[Handwritten signature]
()

[Handwritten signature]
()

[Handwritten signature]
()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **BRAND ACTIVATION SEBAGAI KEGIATAN
PROMOSI PRODUK ROYAL TEA ROCI PERIODE
2015**

Nama : RIKA ANDRIANY

NIM : 44311110029

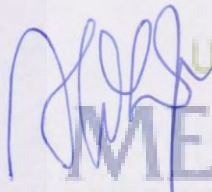
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 16 Januari 2016

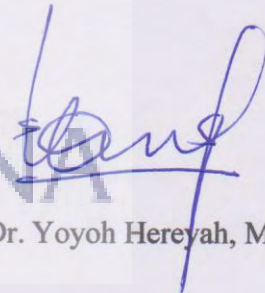
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing 1



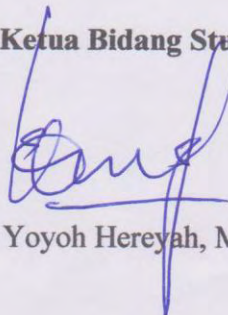
(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M.Med.Kom)

Pembimbing II



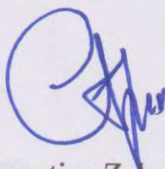
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Ketua Bidang Studi



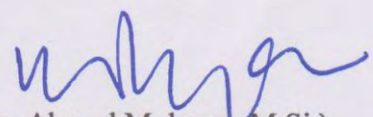
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi




(Dr. Agustina Zubair, M. Si)

Ketua Program Studi

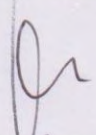
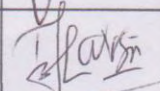
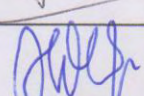


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

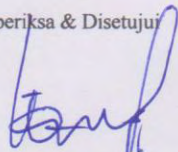
 UNIVERSITAS MERCU BUANA	LEMBAR HASIL PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	--

No. Dokumen	040.751.4.30.00	Distribusi	All
Tgl Efektif	7 Maret 2005		

Nama Mahasiswa : Rika Andriany
 NIM : 44311110029
 Bidang Studi : Advertising & Marcomm
 Tahun Akademik : Ganjil, 2015-2016

NO	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	HASIL PERBAIKAN	BAB/ HALAMAN	TTD PERSETUJUAN PERBAIKAN
1	Tri Diah Cahyowati, M.Si.	a. Lengkapi judul: disesuaikan b. Teknis: daftar isi, abstrak, sumber data/referensi c. PENCILS : Fungsi PR			
2	Dadan Iskandar, M.Si	a. Teknis b. Metodologinya			
3	Ardhariksa Zukruf Kurniullah, M. Med. Kom	a. Judul disesuaikan			

Diperiksa & Disetujui



Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si
 Ketua Bidang Studi
 Tanggal: Rabu, 27 Januari 2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hadirat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi. Doa dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah menunjukkan jalan yang penuh berkah kepada umatnya.

Terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing peneliti baik tenaga, ide-ide, dukungan, maupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ardhariksa Zukruf Kurniullah, M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, dan kritik yang membangun serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si, selaku Ketua Program Studi Marketing Communication and Advertising yang telah memberikan ilmu- ilmunya kepada peneliti.
3. Para dosen tercinta yang tidak dapat disebutkan satu persatu, telah membimbing, mendidik, serta memberikan ilmu yang sangat berguna.
4. Keluarga besar Royal Tea Roci, yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian

5. Bapak Romi Muhison yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian
6. Ibu Nany Sumarni dan Alm. Bapak Husin Zainudin yang tercinta, terima kasih atas jasa-jasanya, kesabaran, doa dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada peneliti sejak kecil. Terutama alm. Ayah yang dulu selalu saja mengantar saya kuliah sampai sabar menunggu pulang.karena alm. Ayah peneliti bisa sampai semangat dan ingin mendapatkan gelar sarjana untuk membahagiakan ayah tercinta.
7. Suamiku Yerikho Adi Wibowo yang selalu sabar dan pengertian, serta dukungan yang diberikan
8. Anakku Handika Pratama dan Aldrich Guardiano Raffael penyemangat hidupku.
9. Kakaku Ike Husniaty, Dedi Sanjaya terima kasih atas dukungan yang diberikan
10. Teman-teman terutama Marketing Communication Mercu Buana Meruya

2015

Jakarta, 19 January

Rika Andriany

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI	
FORMULIR DATA ALUMNI	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Deskripsi Penelitian	12
2.1.2 Posisi dan Signifikasi	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	14

2.2.1 Komunikasi	14
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.3 Pengertian Promosi	19
2.3.1 Tujuan Promosi	24
2.3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	27
2.4 Brand Activation	30
2.4.1 Tujuan Brand Activation.....	36
2.4.2 Strategi Brand Activation.....	38
2.5 Brand Activation Bagian Dari Kegiatan Pemasaran.....	40
2.5.1 Kreatifitas Brand Activation	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Paradigma	46
3.2 Tipe Penelitian	47
3.3 Metode Penelitian	49
3.4 Subjek Penelitian	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Teknik Analisa Data	53
3.7 Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56

4.1 Gambaran umum objek penelitian	56
4.1.1 Sejarah Penelitian.....	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	57
4.1.2 Profile Perusahaan	57
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Penetapan Target Pasar	61
4.2.2 Kegiatan Promosi Dalam <i>Brand Activation</i>	
Produk Royal TeaRoci.....	62
4.2.3 Penerapan elemen <i>Publication</i> Dalam Kegiatan	
<i>Brand Activation</i> Produk Royal Tea Roci.....	64
4.2.4 Penerapan elemen <i>Event</i> Dalam Kegiatan	
<i>Brand Activation</i> Produk Royal Tea Roci.....	65
4.2.5 Penerapan elemen <i>Community Involvement</i> Dalam Kegiatan	
<i>Brand Activation</i> Produk Royal Tea Roci.....	69
4.2.6 Penerapan elemen <i>Identity Media</i> Dalam Kegiatan	
<i>Brand Activation</i> Produk Royal Tea Roci.....	71
4.2.7 Penerapan elemen <i>Lobbying</i> Dalam Kegiatan	
<i>Brand Activation</i> Produk Royal Tea Roci.....	72
4.2.8 Penerapan elemen <i>Social Investment</i> Dalam Kegiatan	
<i>Brand Activation</i> Produk Royal Tea Roci.....	73
4.3 Pembahasan.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Akademis	79
5.2.2 Saran Praktis	80

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Event Pameran & Seminar.....	6
Gambar 2.1	Pameran	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.1	Jadwal Event Periode 2015	49

