



**INTERPRETASI MENGENAI CAMPAIGN #ADAAQUA OLEH NETIZEN
DI KALANGAN SOSIAL MEDIA TWITTER**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

UNIVERSITAS
STEPHANUS SAMUEL CHRISTIAN

44312010009

MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2016**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI MENGENAI CAMPAIGN #ADAAQUA
OLEH NETIZEN DI KALANGAN SOSIAL MEDIA
TWITTER**

Nama : Stephanus Samuel Christian

NIM : 44312010009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

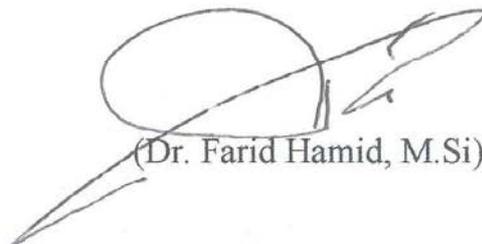
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Maret 2016

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANGN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI MENGENAI CAMPAIGN #ADAAQUA
OLEH NETIZEN DI KALANGAN SOSIAL MEDIA
TWITTER**

Nama : Stephanus Samuel Christian
NIM : 44312010009
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Maret 2016

Ketua Sidang,
Marwan Mahmudi.,M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Tri Diah Cahyowati.,M.Si

(.....)

Pembimbing I,
Dr. Farid Hamid.,M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

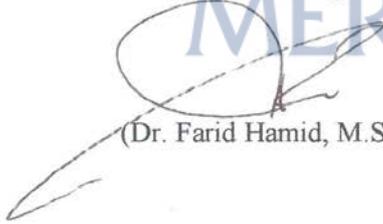
Judul : **INTERPRETASI MENGENAI CAMPAIGN #ADAAQUA
OLEH NETIZEN DI KALANGAN SOSIAL MEDIA
TWITTER**

Nama : Stephanus Samuel Christian
NIM : 44312010009
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 22 Maret 2016

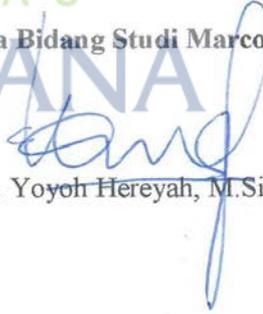
Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing



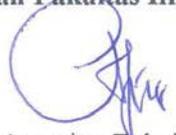
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm



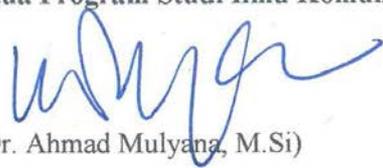
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus untuk Hikmatnya dan Kasihnya yang diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis sungguh berharap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih positif terhadap akademisi dan para profesional.

Selain itu peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang berkontribusi terhadap peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, antara lain :

1. Kepada Bapak Dr. Farid Hamid M.Si sebagai pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, dan waktu dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M.Si selaku Kepala Bidang Studi Marcomm and Advertising Mercubuana yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk dapat segera menyelesaikan penelitian ini
3. Kepada keluarga saya, Papa, Mama, Ka Fanny, Ka Freddy, Edo, Ka Tirza yang telah menjadi keluarga yang luar biasa dan selalu mendukung dalam segala hal yang saya kerjakan, terima kasih atas cinta dan kasih kalian yang luar biasa
4. Kepada teman-teman di MatahariMall.com, terutama Ka Aul, Ka Elsa, Ka Oci, Ka Meisyhell, Fachrul, dan Ka Timo untuk supportnya dan dukungannya kepada penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini. Thanks Guys!
5. Kepada teman-teman dari Kompas.com, Mas Rifki, Abach, Yodsa, Rico, Mba Fina, Eka, Eneng, Mba Ilona, Mba Nunu.
6. Teman-teman barista Starbucks KM 14, Maul, Ucup, Ale De la Hoya, Ndis, dan manager Starbucks KM 14 Bang Barkah, terima kasih telah menjadi sahabat yang baik dan membuat Starbucks KM 14 selalu terasa seperti rumah saya sendiri saat saya berkunjung.
7. Kepada teman-teman marcomm angkatan 2012 dan teman-teman organisasi Hima Pariwara tahun 2015, khususnya Apuy, Agung, Dwi, Teddy, Mora, Dwiky, Edy, Reza, Ario, Ajay.

8. Kepada seluruh dosen Marcomm and Advertising yang telah membimbing dan memberikan ilmunya sehingga saya dapat memahami dunia Marcomm and Advertising dengan baik dan menjadi profesional di bidang tersebut.
9. Kepada Kevin Sujason, sahabat sejak zaman saya bersekolah di SMAK Ora Et Labora.

Peneliti sangat berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak terkait. Untuk segala dukungan yang diberikan oleh orang-orang terdekat saya, sekali lagi saya ucapkan rasa terima kasih saya yang begitu besar.

Samuel Christian

Jakarta, 8 Maret 2016



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Fokus Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2 Pemasaran Digital.....	20
2.3 WOW Marketing	22
2.3.1 Ciptakan Enjoyment.....	22
2.3.2 Bangun Experience	23
2.3.3 Perkuat Engagement.....	23
2.4 Hermeneutika Sebagai Sistem Interpretasi Paul Ricoeur	24
2.5 Psikologi Komunikasi.....	25
2.5.1 Penggunaan Psikologi Komunikasi	25
2.5.2 Persepsi.....	26
2.3.3 Faktor-Faktor Personal Yang Mempengaruhi Perilaku ..	27

2.6	Perilaku Konsumen.....	28
2.7	Branding.....	28
	2.7.1 Definisi Branding.....	28
	2.7.2 Merek Sebagai Kepribadian	29
2.8	Twitter Mengaktifkan Curiosity	29
2.9	Proses Persuasi	30
	2.9.1 Twitter Mengaktifkan Curiosity	33
2.10	Pengertian Kampanye	36
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Paradigma Penelitian	39
3.2	Metode Penelitian.....	39
3.3	Subyek Penelitian	40
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
	3.4.1 Data Primer	41
	3.4.2 Data Primer	42
3.5	Teknik Analisis Data	42
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
	4.1.1 #ADAAQUA	45
	4.1.2 Profil Merek Aqua.....	54
4.2	Hasil Penelitian	56
	4.2.2 Proses Persuasi	60
	4.2.3 Kekuatan Storytelling.....	61
	4.2.4 Social Experiencer	63
	4.2.5 Twitter Mengaktifkan Curiosity	64
	4.2.6 AIDA	65
	4.2.7 AISAS	68

4.2.8 WOW Marketing	69
4.2.9 Psikologi Komunikasi	71
4.2.10 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku.....	72
4.2 Pembahasan	73
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Akademis	81
5.2.2 Saran Praktis	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	7
Gambar 1.3	8
Gambar 1.4	9
Gambar 1.5	11
Gambar 1.6	15
Gambar 2.1	35
Gambar 4.1	46
Gambar 4.2	47
Gambar 4.3	48
Gambar 4.4	48
Gambar 4.5	51
Gambar 4.6	51
Gambar 4.7	53
Gambar 4.8.....	53
Gambar 4.9	59



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Draft Pertanyaan
- Lampiran 2. Draft Wawancara
- Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup



UNIVERSITAS
MERCU BUANA