



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. DHARMESTA SWASTI
MANDIRI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS KACA FILM**

3M



Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S-1)

Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication And Advertising

UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
MERCU BUANA
CHELVIA SETIAWATI

44310120026

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2017



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

PT. DHARMESTA SWASTI MANDIRI DALAM

MEMBANGUN BRAND AWARENESS KACA FILM 3M

Nama : Chelvia Setiawati

NIM : 44310120026

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 13 Juni 2017

Mengetahui,

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hery Budianto".

(Dr. Heri Budianto., M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN**

PT. DHARMESTA SWASTI MANDIRI DALAM

MEMBANGUN BRAND AWARENESS KACA FILM 3M

Nama : Chelvia Setiawati

NIM : 44310120026

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

UNIVERSITAS
Jakarta, 13 Juni 2017
MERCU BUANA
Mengetahui,

I. Ketua Sidang

Dr. Farid Hamid., M.Si.

(.....)

II. Penguji Ahli,

Tri Diah Cahyowati., M.Si.

(.....)

III. Pembimbing I,

Dr. Heri Budianto., M.Si.

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT. DHARMESTA SWASTI MANDIRI DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS KACA FILM 3M

Nama : Chelvia Setiawati

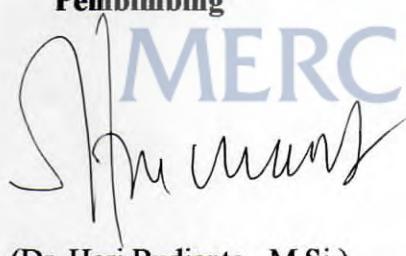
NIM : 44310120026

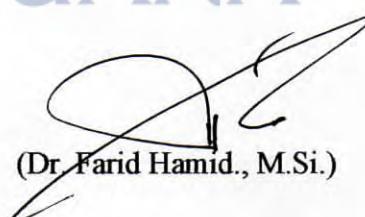
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 13 Juni 2017

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

(Dr. Heri Budianto., M.Si.)

UNIVERSITAS
Ketua Bidang Studi Marketing
Communication and Advertising

(Dr. Farid Hamid., M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair., M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyo, M.Comn.Ph.D)

KATA PENGANTAR

Tak terkira puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan, petunjuk dan jalan bagi penulis untuk menyelesaikan studi yang penulis tempuh. Atas berkatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Dharmesta Swasti Mandiri Dalam Membangun Brand Awareness Kaca film 3M” yang meski tidak tepat waktu, namun selalu diberi kelancaran dan kemudahan selama penulisannya dan pada akhirnya dapat di selesaikan dengan baik.

Penulis sangat sadar bahwa terdapat kekurangan dan kelemahan baik secara substansi dan dalam penulisan skripsi ini disadari atau tidak yang tak lebih karena keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik.

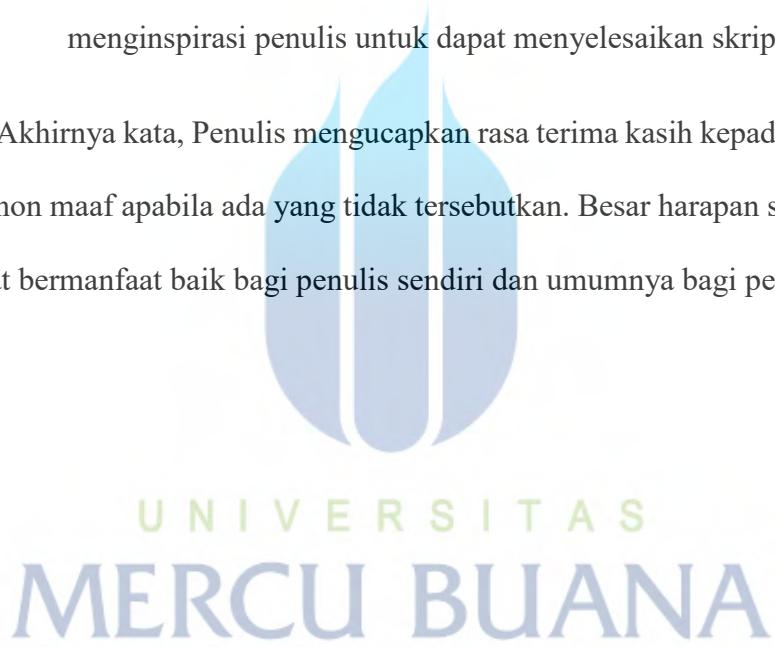
Oleh karena itu dengan rasa tulus dan ikhlas, pada kesempatan ini tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang selalu menemanı, menyemangati, memberikan arahan dan bimbingan, serta bekerjasama untuk menyelesaikan skripsi ini. Tak terhingga terimakasih yang dapat penulis ucapkan kepada orang tua tercinta, Papi Yefta dan Mami Rahel atas kesabaran dan perjuangannya yang membesar dan mendidik penulis agar dapat beguna untuk keluarga dan orang lain. Dengan beribu doa yang mereka ucapkan agar penulis dapat menempuh pendidikan dengan sebaik-baiknya serta mampu mandiri dan tercapai cita-cita penulis.

Tidak lupa juga penulis ucapkan rasa terima kasih dan hormat kepada pihak-pihak yang selama ini telah membantu penulis.

1. Bapak Dr. Farid Hamid., M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercubuana.
2. Bapak Dr. Heri Budianto., M.Si. selaku pembimbing penulis atas dukungan, waktu dan tenaganya untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas supportnya, kesabaran dan keikhlasannya.
3. Bapak dan Ibu Dosen di program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercubuana, khususnya di kampus menteng, Ibu Tri Diah, Ibu Dewi, Ibu Rosa, Bapak Ananta, Bapak Dadan, Bapak Tumpak dan dosen lain yang tidak dapat penulis sebut satu persatu beserta seluruh staff yang telah memberi penulis ilmu pengertahanan sekaligus wawasan selama masa studi penulis.
4. Keluarga suami tercinta Natanael dan mertua papi Harry dan Mami Dian yang telah memberikan dukungan dan doanya untuk penulis dalam menyelesaikan studi dan kebersamaan yang membuat penulis sangat beruntung berada ditengah keluarga.
5. Divisi Brand Autofilm yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Ibu Merisca Indriany, Bapak Agung Hendra, Bapak Andrew Benyamin, beserta team-team lainnya. Terima kasih tanpa bantuanya, skripsi ini akan sulit diselesaikan.

6. Teman-teman Marcom Universitas Mercubuana yang telah menemani penulis menempuh studi tiga tahun ini, Rina, Karwoto, Siswanto, Julia, Lauren, Yuliana, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas tawanya, wawasan barunya dan obrolan tidak membosankannya.
7. Teman-teman lain dan semua pihak serta dia yang secara langsung dan tidak langsung ikut membantu, menyemangati, mendorong dan menginspirasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya kata, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan mohon maaf apabila ada yang tidak tersebutkan. Besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II DAFTAR PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	18
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.4.1 Identifikasi Segmentasi, Targeting dan Positioning.....	21
2.4.2 Targeting	23
2.4.3 Positioning.....	24
2.5 Bauran Pemasaran Dan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	25
2.5.1 Bauran Pemasaran	25
2.5.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	31
2.6 Merek (Brand).....	34
2.6.1 Sekilas tentang <i>Brand</i>	34
2.6.2 Fungsi dan Manfaat Merek.....	35
2.7 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Tipe Penelitian	43
3.3 Metode Penelitian.....	44
3.4 Subjek Penelitian.....	45

3.5	Teknik Pengumpulan data.....	46
3.5.1	Data Primer.....	46
3.5.1.1	Wawancara	46
3.5.2	Data Sekunder	47
3.6	Teknik Analisis data.....	47
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Triangulasi Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1	Profil PT Dharmesta Swasti Mandiri	50
4.1.2	Dharmesta Group	52
4.1.3	Product Dharmesta Group	53
4.1.4	Visi dan Misi PT Dharmesta Swasti Mandiri.....	53
4.1.5	Struktur Perusahaan.....	55
4.2	Profil Produk	55
4.2.1	Sekilas 3M	55
4.2.2	Spesifikasi Kacafilm 3M	57
4.3	Brand Activation Divisi Autofilm.....	59
4.4	Hasil Penelitian	60
4.4.1	Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)	70
4.4.2	Segmentasi.....	70
4.4.3	Targeting	71
4.4.4	Positioning.....	72
4.5	Pembahasan.....	73
4.5.1	Triangulasi data	76
4.5.2	Triangulasi Teori	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		82

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Company Profile PT. DSM.....	83
Lampiran 2 Struktur Perusahaan.....	102
Lampiran 3 Foto Event dan sponsorship.....	103
Lampiran 4 Brosur.....	108
Lampiran 5 Kartu Garansi.....	113
Lampiran 6 Surat Ijin Wawancara.....	114
Lampiran 6 Wawancara Ibu Merisca Indriany.....	117
Lampiran 7 Wawancara Bapak Agung Hendra.....	118
Lampiran 8 Wawancara Bapak Andrew Benyamin.....	119

