



**STRATEGI PROMOSI UBSLIFESTYLE.COM
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
TAHUN 2019**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Marketing Komunikasi

UNIVERSITAS
Disusun Oleh
MERCU BUANA
AJENG YULIANDARI

44317110110

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ajeng Yuliandari

NIM : 44317110110

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi: *Digital Advertising & Marketing Communication*

Judul : STRATEGI PROMOSI UBSLIFESTYLE.COM UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2019

Jakarta, 22 Agustus 2020

UNIVERSITAS

Mengetahui,
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

(Berliani Ardha, SE.M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : “ STRATEGI PROMOSI UBSLIFESTYLE.COM UNTUK
MENINGKATKAN BRANDAWARENESS TAHUN 2019”

Nama : Ajeng Yuliandari

NIM : 44317110110

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 22 Agustus 2020

1. Ketua Sidang

Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(.....)

2. Penguji Ahli

Kurniawan Prasetyo, M.Ikom


(.....)

3. Pembimbing

Berliani Ardha, SE.M.Si.


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI PROMOSI UBSLIFESTYLE.COM UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2019**

Nama : Ajeng Yuliandari

NIM : 44317110110

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi: *Digital Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 22 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Ketua Bidang Studi Advertising &
Marketing Communication**

Pembimbing

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

(Berliani Ardha, SE.M.Si.)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Komunikasi**

Ketua Program Studi Ilmu

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

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Ajeng Yuliandari
NIM : 44317110110
Jurusan : Advertising & Marketing Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI UBSLIFESTYLE.COM UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2019

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 22 Agustus 2020




Ajeng Yuliandari



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Ajeng Yuliandari
44317110110

Strategi Promosi UBSLifestyle.com Untuk Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2019
Bibliografi : 5 BAB + 107 Hal + 3 Lampiran + 35 Buku + 8 Internet

ABSTRAK

Kemajuan teknologi semakin berkembang di era globalisasi ini. Salah satu dampak dari hal ini adalah berkembangnya teknologi internet yang juga merubah kebiasaan konsumen dalam berbelanja secara *online*. Oleh karena itu di butuhkan strategi promosi yang tepat untuk dapat meningkatkan brand awareness dari konsumen sehingga konsumen mendapatkan kemudahan berbelanja secara online.

Penelitian ini membahas mengenai Strategi Promosi UBSifestyle.com Untuk Meningkatkan Brand Awareness tahun 2019. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah melalui wawancara dengan narasumber dan dokumentasi. Waktu yang dibutuhkan untuk pengumpulan data adalah 6 bulan dengan analisis keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menyatakan bahwa segmentasi dari UBSLifestyle.com adalah wanita dan pria usia 15-40 tahun ,milenials dan dewasa muda yang aktif menggunakan internet dan gemar berbelanja online dengan tingkat ekonomi di kalangan B,C dan D.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah UBSLifestyle.com menggunakan strategi promosi online dan offline dengan beberapa elemen promosi diantaranya periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat melalui sponsorship di event-event fashion berskala nasional dan juga pemasaran langsung. Strategi Promosi UBSLifestyle.com saat melakukan kolaborasi dengan Influencer Celebrity Fashion Stylist Carendelano dengan meluncurkan produk Alphabeta yang secara exclusive bisa di beli di UBSLifestyle.com dinilai berhasil mendatangkan traffic ke website dan meningkatkan *brand awareness* terhadap keberadaan UBSLifestyle.com

Kata Kunci: Strategi promosi, UBSLifestyle.com, *online shopping*.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Ajeng Yulindari
44317110110

UBSLifestyle.com's Promotion Strategy to Increase Brand Awareness in 2019
Bibliography : 5 Chapters + 107 Pages+ 3 Enclosures + 35 Books + 8 Research

ABSTRACT

Technological progress is growing rapidly in this globalization era. One of the effect is the change of customer behavior in shopping online. Therefore a proper promotional strategy is needed to increase customer brand awareness so that they can easily shop online.

This study discusses UBSifestyle.com's Promotion Strategy to Increase Brand Awareness in 2019. This research uses qualitative research with a case study method. The data collection technique used was through interviews with sources and documentation. The time required for data collection was 6 months with data validity analysis using source triangulation. The results of the study indicate that the segmentation of UBSLifestyle.com is women and men aged 15-40 years, millennials and young adults who actively use the internet and like to shop online at a social economic status level among B, C and D

The conclusion in this study is that UBSLifestyle.com uses online and offline promotion strategies with several promotional elements including advertising, sales promotion, public relations through sponsorship at national scale fashion events and also direct marketing. UBSLifestyle.com's promotional strategy when collaborating with Influencer Celebrity Fashion Stylist Carendelano by launching Alphabeta products that can be purchased exclusively at UBSLifestyle.com is considered successful in bringing traffic to the website and increasing brand awareness of the existence of UBSLifestyle.com

Keyword : Promotional Strategy, UBSLifestyle.com, onlineshopping

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga berhasil menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini, untuk memenuhi syarat kelulusan guna memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Strata Satu (S-1), Program Studi *Advertising & Marketing Communication* di Universitas Mercubuana Jakarta.

Didalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu kritik dan saran dari para pembaca sangatlah diharapkan bagi penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.

Tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan dan semangat dari orang terdekat baik moril maupun materil sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Berliani Ardha, SE. M. Si sebagai dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan pengetahuan, mencurahkan segenap tenaga dan waktu kepada penulis dalam menyusun hingga berhasil menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comm,Ph.D. , selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua program Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Orang Tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan , Suami yang selalu mendukung secara moril dan finansial. Kedua putriku yang selalu memberikan dukungan dan tidak pernah mengeluh setiap kali mama nya harus kuliah di akhir pekan.

5. Seluruh Dosen di Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis dari awal semester sampai akhir.
6. Bapak Erwin Suganda , Creative Director PT UBS, yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan UBSLifestyle.com sebagai objek penelitian dan bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya serta memberikan banyak *insight* tentang kreatifitas dalam membangun sebuah brand melalui beragam promosi sebagai landasan untuk penulisan skripsi ini.
7. Bapak Michael yahya, E-commerce Director PT UBS, terimakasih telah memberikan banyak pengetahuan dengan pendekatan yang mudah untuk dipahami hingga mampu diaplikasikan kedalam penulisan skripsi ini.
8. Ibu Dewi Rasendriya pelanggan setia UBS Gold , terimakasih telah menyempatkan waktu untuk menjadi salah satu narasumber dalam skripsi ini.
9. Teman-teman angkatan 2019-2020 markom Mercu Buana yang saling mendukung satu sama lain saat semangat untuk menyelesaikan skripsi tiba-tiba menurun.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pencarian data serta penulisan skripsi yang tidak disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sedalam – dalamnya semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada orang –orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak.

Jakarta, 22 Agustus 2020



Ajeng Yulindari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis / Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.4.3 Manfaat Sosial.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Strategi.....	15
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	16
2.2.3 Pemasaran Digital	17
2.2.4 E- Commerce.....	17
2.2.5 Analisis SWOT.....	20
2.2.6 STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	21
2.2.6.2 Pengertian Targeting	22
2.2.6.3 Pengertian Positioning.....	23
2.2.7 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	24

2.2.8 Bauran Promosi	25
2.2.9 New Media	28
2.2.10 Website	30
2.2.11 Brand Awareness	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Subyek Penelitian	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data Sekunder	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu UBSLifestyle.com	50
4.2.3 Pemasaran Digital UBSLifestyle.com	50
4.2.4 Analisa SWOT UBSLifestyle.com	51
4.2.4.1 Weakness UBSLifestyle.com	53
4.2.4.2 Opportunity UBSLifestyle.com	54
4.2.4.3 Threat UBSLifestyle.com	54
4.2.5 STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning) UBSLifestyle.com	55
4.2.5.1 Targeting UBSLifestyle.com	57
4.2.5.2 Positioning UBSLifestyle.com	57
4.2.6 Bauran Promosi UBSLifestyle.com	58
4.2.7 Brand awareness UBSLifestyle.com	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	89

