



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NESTLE DIMASA COVID-19 (2021-2022): STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PRODUK SUSU BEAR BRAND

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Disusun Oleh :

SENDICA PRASETIYO

44317010040

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sendica Prasetyo

NIM 44317010040

Konsentrasi : Advertising and Marketing Communication

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul : **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NESTLE DIMASA COVID-19 (2021-2022): STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PRODUK SUSU BEAR BRAND”** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 26 Januari 2022



Sendica Prasetyo

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Yani Pratomo', written over a light blue rectangular background.

(Yani Pratomo, S.S, M.Si)

Ketua Bidang Studi

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Eka Perwitasari Fauzi', written over a light blue rectangular background.

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NESTLE DIMASA COVID-19 (2021-2022): STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PRODUK SUSU BEAR BRAND**

Nama : Sendica Prasetyo

Nim : 44317010040

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Mengetahui Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Yani Pratomo, S.S, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NESTLE
DIMASA COVID-19 (2021-2022): STUDI KASUS
DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PRODUK SUSU BEAR
BRAND**

Nama : Sendica Prasetyo

Nim : 44317010040

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Januari 2022

Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

(.....)

Penguji Ahli

Engga Probi Endri, M.A

(.....)

Pembimbing

Yani Pratomo, S.S, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NESTLE DIMASA COVID-19 (2021-2022): STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PRODUK SUSU BEAR BRAND**

Nama : Sendica Prasetyo

Nim : 44317010040

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Januari 2022

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing **UNIVERSITAS** Ketua Bidang Studi Digital
Advertising & Marketing
Communication
MERCU BUANA



(Yani Pratomo, S.S, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

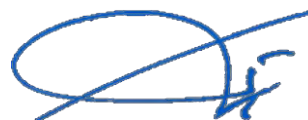


(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NESTLE DIMASA COVID-19 (2021-2022): STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PRODUK SUSU BEAR BRAND**

Nama : Sendica Prasetyo

Nim : 44317010040

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Januari 2022

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing **UNIVERSITAS MERCU BUANA** Ketua Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication



(Yani Pratomo, S.S, M.Si)




(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum,Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW atas limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SUSU BEAR BRAND : SEBUAH PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir strata satu di Universitas Mercu Buana. Dari proposal inilah yang nanti akan mengantarkan penulis untuk melanjutkan skripsi dengan judul tersebut. Meskipun penulisan proposal skripsi ini disusun dengan bekal pengetahuan yang terbatas, tetapi karena dengan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, maka penulis dapat segera menyelesaikannya. Semoga apapun keinginan baik kalian segera tercapai.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan sehingga kritik dan saran yang membangun dan memperbaiki skripsi ini sangat penulis harapkan. Akhiri dalam semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Wassalamu’alaikum Wr.Wb

Jakarta, 15 Januari 2022

Penulis,

Sendica Prasetyo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 .1 Manfaat Akademis	4
1.6 .2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Tabel Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teoretis.....	13
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15

2.2.3 Ciri-ciri Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.4 Langkah-langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	17
2.2.5 Model Komunikasi Pemasaran	20
2.2.6 Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.7 Segmenting Targeting Positioning.....	23
2.2.8 Analisis SWOT	25
2.2.9 Bauran Pemasaran.....	29
2.2.10 Bauran Promosi.....	32
2.2.11 Konsep Komunikasi dan Pemasaran.....	33
2.2.12 Definisi Media Promosi	34
2.2.12 Tujuan Media Promosi.....	35
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.1.1 Sejarah Singkat PT Nestle.....	43
4.1.2 Visi dan Misi PT Nestle	48

4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Deskripsi Penelitian	51
4.2.2 Bauran Pemasaran.....	52
4.2.3 Segmenting Targeting Positioning.....	54
4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	57
4.2.5 Bauran Promosi.....	60
4.2.6 Media Promosi	62
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1 Bauran Pemasaran.....	69
4.3.2 Segmenting Targeting Positioning.....	70
4.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	71
4.3.4 Bauran Promosi.....	72
4.3.5 Media Promosi	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Promotion mix Bear Brand 65



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

4.1.1 Logo Nestle	50
4.1.2 Logo Bear Brand	51
4.2.1 Pemanfaatan New Media Bear Brand	66
4.2 Gambar bentuk promosi yang dilakukan Bear Brand	67

