



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KALBE FARMA  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK  
MINUMAN ISOTONIK HYDRO COCO DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Starta 1 (S-1) Komunikasi Bidang Marketing Communication & Advertising**

UNIVERSITAS  
**Disusun Oleh**  
MERCU BUANA

**EKA ROSDIANA SARI**

**44311110065**

**Fakultas Komunikasi, Jurusan Marketing Communications**

**Tahun 2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KALBE FARMA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK MINUMAN ISOTONIK HYDRO COCO DI JAKARTA**

Nama : Eka Rosdiana Sari

Nim : 44311110065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication*

Jakarta, 9 Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Ira Purwitasari, M. Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KALBE FARMA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK MINUMAN ISOTONIK HYDRO COCO DI JAKARTA**

Nama : Eka Rosdiana Sari

Nim : 44311110065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication*

Jakarta, 24 Juli 2015

Persetujuan dan Diterima Oleh,

Pembimbing

(Ira Purwitasari, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KALBE FARMA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK MINUMAN ISOTONIK HYDRO COCO DI JAKARTA**

Nama : Eka Rosdiana Sari

Nim : 44311110065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

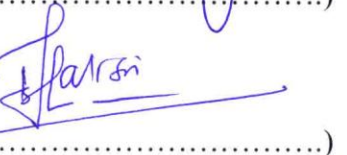
Bidang Studi : *Marketing Communication*

Jakarta, 24 Juli 2015

Ketua Sidang,  
Dr. Ahmad Mulyana, M. Si

  
(.....)

Penguji Ahli,  
Dadan Iskandar, M. Si

  
(.....)

Pembimbing,  
Ira Purwitasari, M. Ikom

  
(.....)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan sebaik-baiknya. Selama mengerjakan Skripsi ini, banyak rintangan yang ditemukan oleh penulis dan dapat terselesaikan karena bantuan dari beberapa pihak secara langsung maupun tidak langsung. Perkenankanlah penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Ira Purwitasari, M.Ikom sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta dukungan mulai dari persiapan, pelaksanaan sampai pembuatan Skripsi ini.
- 2) Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku ketua sidang dalam ujian sidang skripsi.
- 3) Dadan Iskandar, M.Si. sebagai dosen penguji ahli dalam sidang proposal.
- 4) Seluruh staf pengajar Program Keahlian Komunikasi yang telah memberikan ilmu, dukungan, motivasi dan pengalaman yang berharga selama menjalani perkuliahan sampai dengan penulisan dan penyusunan laporan tugas akhir.
- 5) Pihak Hydro Coco PT. Kalbe Farma yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan data-data yang dibutuhkan.
- 6) Arwin Hutasoit selaku Senior Brand Manager Hydro Coco dan Amar Ramdhani selaku Brand Executive Hydro Coco yang telah memberikan izin kepada penulis untuk dijadikan objek penelitian dalam skripsi ini.
- 7) Perpustakaan yang telah menyediakan dan meminjamkan buku.
- 8) Semua teman di kampus Mercubuana Program Keahlian Komunikasi.

- 9) Seluruh pihak Staf dan Karyawan, khususnya Program Keahlian Komunikasi Angkatan 19 seperti dosen, asisten dosen, dan teman-teman seangkatan. Terima kasih atas kerjasamanya.
- 10) Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dalam memberikan bimbingan dan motivasi dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Besar harapan penulis agar skripsi ini bisa menjadi manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Jakarta, 02 Juli 2015

Eka Rosdiana Sari



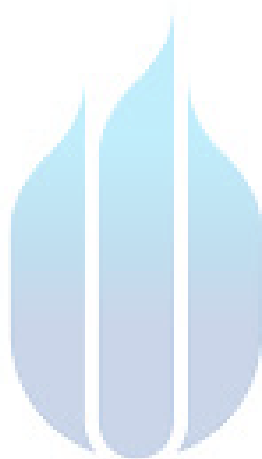
## DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	iii
Daftar Tabel .....	v
Daftar Gambar .....	vi
Daftar Lampiran .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1. Komunikasi Pemasaran .....	9
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.1 Mengidentifikasi Khalayak Sasaran yang Dituju .....	17
2.2.2.1 Segmentasi .....	18
2.2.2.2 Targeting .....	19
2.2.2.3 Positioning .....	19
2.2.2 Menganalisa SWOT .....	20
2.2.3 Menentukan Objek dan Tujuan Komunikasi Pemasaran ....	21
2.2.4 Mengembangkan Strategi Program dan Taktik	
Komunikasi Pemasaran .....	22
2.2.4.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	23
2.2.4.2 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	24
2.2.4.3 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relations</i> ) .....	27
2.2.4.4 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	28
2.2.4.5 Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ) .....	31
2.2.4.6 Pengemasan ( <i>Packaging</i> ) .....	33

2.2.4.7 <i>Event &amp; Sponsorship</i> .....	33
2.2.4.8 <i>Pelayanan Konsumen (Customer Service)</i> .....	35
2.2.5 <i>Menetapkan Anggaran Komunikasi</i> .....	35
2.2.6 <i>Mengevaluasi Hasil Komunikasi Pemasaran</i> .....	37
2.3 <i>Kesadaran Merek (Brand Awareness)</i> .....	37
2.3.1 <i>Pengertian Kesadaran Merek (Brand Awareness)</i> .....	37
2.3.2 <i>Peraanan Kesadaran Merek (Brand Awareness)</i> .....	38
2.3.3 <i>Tingkatan Dalam Kesadaran Merek</i> .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	42
3.1 <i>Tipe Penelitian</i> .....	42
3.2 <i>Metode Penelitian</i> .....	43
3.3 <i>Subjek Penelitian / Key Informan</i> .....	43
3.4 <i>Fokus Penelitian</i> .....	45
3.5 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	45
3.5.1 <i>Data Premier</i> .....	45
3.5.1.1 <i>Wawancara</i> .....	46
3.5.2 <i>Data Sekunder</i> .....	47
3.6 <i>Teknik Analisis Data</i> .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	48
4.1 <i>Objek Penelitian</i> .....	48
4.1.1 <i>Gambaran Umum Perusahaan</i> .....	48
4.1.2 <i>Visi dan Misi</i> .....	51
4.1.3 <i>Logo Perusahaan</i> .....	52
4.1.4 <i>Mengenai Hydro Coco</i> .....	52
4.2 <i>Hasil Penelitian</i> .....	54
4.2.1 <i>Strategi Komunikasi Pemasaran</i> .....	55
4.2.2 <i>Mengidentifikasi Khalayak Sasaran yang Dituju</i> .....	56
4.2.3 <i>Menganalisa SWOT</i> .....	59
4.2.4 <i>Menentukan Objek dan Tujuan Komunikasi Pemasaran</i> ....	62
4.2.5 <i>Mengembangkan Strategi Program dan Taktik</i> <i>Komunikasi Pemasaran</i> .....	64
4.2.6 <i>Menetapkan Anggaran Komunikasi</i> .....	68



4.2.7 Mengevaluasi Hasil Strategi Komunikasi Pemasaran .....	69
4.3 Pembahasan .....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
5.2.1. Saran Akademis .....	77
5.2.2. Saran Praktis .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN .....	81



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA