



**STRATEGI PEMASARAN BINUS CENTER DALAM MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS PADA PROGRAM KARTU PRAKERJA DI MASA  
PANDEMI**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S1)  
Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*

Disusun oleh :

**Hafsah Kurniati Ayuningtyas**

**44319110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafsah Kurniati Ayuningtyas  
NIM : 44319110013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **“STRATEGI PEMASARAN BINUS CENTER DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PROGRAM KARTU PRAKERJA DI MASA PANDEMI”** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. 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 plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 22 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Hafsah Kurniati Ayuningtyas

Mengetahui,

Pembimbing



(Siti Mushlichatul M, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Nama : Hafsah Kurniati Ayuningtyas  
NIM : 44319110013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication  
Judul : Strategi Pemasaran BINUS Center Dalam Meningkatkan  
*Brand Awareness* Pada Program Kartu Prakerja di Masa  
Pandemi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing



(Siti Muslichatul M, M.Ikom)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

Nama : Hafsah Kurniati Ayuningtyas  
NIM : 44319110013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication  
Judul : Strategi Pemasaran BINUS Center Dalam Meningkatkan  
*Brand Awareness* Pada Program Kartu Prakerja di Masa  
Pandemi

Jakarta, 22 Agustus 2022

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Ketua Sidang : Dr. Farid Hamid, M.Si

(.....)

Penguji Ahli : Wiyanto, M.IKom

(.....)

Pembimbing : Siti Muslichatul M, M.Ikom

(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

Judul : Strategi Pemasaran BINUS Center Dalam Meningkatkan  
*Brand Awareness* Pada Program Kartu Prakerja di Masa  
Pandemi  
Nama : Hafsah Kurniati Ayuningtyas  
NIM : 44319110013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 22 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Ketua Bidang Studi Pembimbing  
Advertising & Marketing Communication



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



(Siti Muslichatul M, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran BINUS CENTER Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Program Kartu Prakerja di Masa Pandemi”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terealisasikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Raden Amir Syarifuddin dan Ibunda tersayang Saidah Arifin Al-Abbasy yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Segenap keluarga dan teman-teman yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Siti Muslichatul, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Ibu Eka Perwitasari, M.Si, selaku Ketua Bidang Jurusan Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
7. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom, selaku Sekretaris Bidang Jurusan Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman di Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada penulis. Khususnya kepada sahabat UMB (Armita Kusumaningtyas, Cindy Olivia, Dian Rahma Widyastuti, Hanieta Savitri, Eka Nur Aripin, Qalbi Fathurrahman)

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Marketing Communication.

Jakarta, \_\_\_\_\_ 2022



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Penulis,  
Hafsah Kurniati Ayuningtyas

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 Pemasaran Jasa.....	17
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	17
2.2.2.2 Pengertian Jasa.....	18
2.2.2.3 Karakteristik Jasa .....	18
2.2.2.4 Bauran Pemasaran dan Bauran Pemasaran Jasa.....	19
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	23
2.2.3.1 Unsur-unsur Strategi Pemasaran.....	27
2.2.3.2 Bentuk Strategi Pemasaran .....	28
2.2.3.3 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran.....	31
2.2.3.4 Konsep Strategi Pemasaran.....	34
2.2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	38



3.2	Metode Penelitian .....	39
3.3	Subjek Penelitian .....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5	Teknik Analisis Data .....	46
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Sejarah BINUS Center .....	49
4.1.2	Visi dan Misi BINUS Center .....	50
4.1.3	Struktur Organisasi BINUS Center.....	51
4.1.4	Logo BINUS Center.....	52
4.1.5	Alamat BINUS Center .....	52
4.1.6	Divisi BINUS Center .....	52
4.1.6.1	BINUS Center Retail .....	52
4.1.6.2	BINUS Center Education Partner (BCEP).....	55
4.1.6.3	Corporate Training.....	55
4.2	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>56</b>
4.2.1	Komunikasi Pemasaran.....	56
4.2.2	Strategi Pemasaran.....	57
4.2.3	Pemasaran Digital .....	62
4.2.4	Pemilihan Media Instagram Sebagai Media Pemasaran .....	80
4.2.5	<i>Brand Awareness</i> .....	84
4.3	<b>Pembahasan .....</b>	<b>85</b>
4.3.1	Komunikasi Pemasaran.....	85
4.3.2	Strategi Pemasaran.....	86
4.3.3	Pemasaran Digital .....	87
4.3.4	Pemilihan Media Instagram Sebagai Media Pemasaran .....	96
4.3.5	<i>Brand Awareness</i> .....	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>99</b>
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	100
5.2.1	Saran Akademis .....	101
5.2.2	Saran Praktis .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>103</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>		<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Data Informan Kunci (Key Informan) .....	41
Tabel 3.2 Data Informan Pendukung (Internal dan External) .....	41



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penambahan Kasus Harian Positif Covid-19 per Maret 2020.....	2
Gambar 1. 2 BINUS Center secara resmi ditetapkan sebagai Lembaga Pelatihan (Partner Learning Provider) di Program Kartu Prakerja.....	5
Gambar 1. 3 "Mengapa Kamu Harus Memilih BINUS Center?" .....	7
Gambar 1. 4 Langkah-langkah Strategi Pemasaran (STP).....	29
Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BINUS Center .....	51
Gambar 4. 2 Logo BINUS Center.....	52

