



**KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRAMBORS**

(Studi Deskriptif pada *Prambors Podcast*

Periode Januari - Juli 2023)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Komunikasi Bidang *Advertising & Marcomm*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Ayu Soraya Sagala

44317110034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Soraya Sagala
NIM : 44317110034
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Prambors
(Studi Deskriptif pada Prambors Podcast
Periode Januari – Juli 2023)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 19 Agustus 2023



Ayu Soraya Sagala

HALAMAN PENGESAHAN

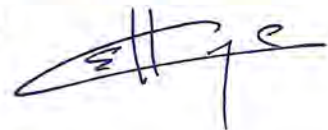
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ayu Soraya Sagala
NIM : 44317110034
Program Studi : Advertising & Marcomm
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Prambors (Studi Deskriptif pada Prambors Podcast Periode Januari – Juli 2023)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi/Bidang Studi Advertising & Marcomm, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

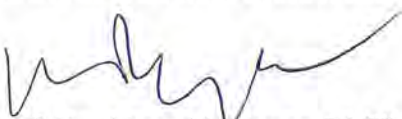
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom
NIDN : 8834360018
Ketua Penguji : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN : 0318116602
Penguji Ahli : Engga Probi Endri S.I.Kom., M.A
NIDN : 0317089402



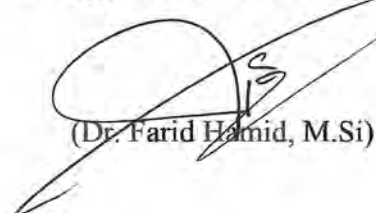
Jakarta, 25 Agustus 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya hingga pada umatnya sampai nanti di akhir zaman.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “*Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Awareness Prambors*” Studi Deskriptif pada Prambors Podcast Periode Januari – Juli 2023.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Butuh usaha keras dalam penyusunan skripsi ini, namun karya ini tidak akan dapat selesai tanpa dukungan moral maupun material dari orang-orang tercinta di sekitar saya. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan banyak dukungan baik doa dan motivasi.

Terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, serta pengajaran yang baik kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Ayah Wasrin Sagala dan Ibu Repina Sitorus serta Kakak Evyanti Suryani Sagala dan Adik Aslim Mahendra Sagala yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan kasih sayang yang tiada hentinya kepada saya untuk dapat menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si dan Dr. Irmulan Sati, M.Si selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dewi Sad Tanti M.I.Kom selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi dan Tugas Akhir yang telah memberikan dukungan, arahan dan pengajaran

yang baik selama proses penelitian ini.

6. Bapak Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A sebagai penguji ahli.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staf pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang banyak membantu proses administrasi hingga penelitian ini selesai.
9. Sahabat terkasih Fransiska Rina, Putri Puji Lestari, dan Muhammad Hasan yang menemani proses penelitian, memberikan semangat dan mencerahkan hati selama masa perkuliahan.
10. Bapak Narantara Sitepu, Dr. Setyo Riyanto, Prof. Deni Shidqi Khaerudini dan seluruh rekan dari PT Mercu Buana Center yang selalu memberikan motivasi agar penelitian ini dapat selesai.
11. Tim Prambors Jakarta khususnya narasumber dalam penelitian ini dan Kak Ilham Ramdana, M.I.Kom yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan penelitian di Prambors.
12. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa, dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 21 September 2021

Ayu Soraya Sagala

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Soraya Sagala
NIM : 44317110034
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Awareness Prambors (Studi Deskriptif pada Prambors Podcast Periode Januari – Juli 2023)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Ayu Soraya Sagala

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
KATA PENGANTAR.....	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	VI
ABSTRAK	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	19

2.2.2	Bauran Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.3	Media Digital.....	22
2.2.3.1	Podcast.....	22
2.2.4	Brand Awareness.....	24
2.2.5	Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Paradigma Penelitian.....	27
3.2	Metode Penelitian.....	28
3.3	Subjek Penelitian.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1	Data Primer	33
3.4.2	Data Sekunder	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	34
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1	Sejarah Prambors.....	38
4.1.2	Logo Prambors	39
4.1.3	Visi dan Misi	42
4.1.4	Struktur Organisasi.....	42
4.1.5	Coverage Area	43
4.1.6	Segmentasi Pendengar.....	43
4.1.7	Digital Media Prambors	45

4.1.8	Ragam Program Prambors.....	47
4.2	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Komunikasi Pemasaran Digital Prambors Podcast	62
4.2.1.1	Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital.....	62
4.2.1.2	Indikator Keberhasilan Komunikasi Pemasaran Digital ...	78
4.2.2	Inovasi Konten Prambors	81
4.2.2.1	Program Unggulan Prambors	81
4.2.2.2	Pemanfaatan Prambors Podcast.....	84
4.2.3	Brand Awareness Prambors	90
4.2.4	Tantangan dan Hambatan	92
4.3	Pembahasan	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	102
5.2.1	Saran Akademis.....	102
5.2.2	Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Proporsisi Platform untuk mendengarkan Podcast	3
Gambar 2 Prambors Podcast di Spotify	9
Gambar 3 Awal Prambors di Spotify	9
Gambar 4 Pendengar Prambors Podcast Tahun 2021	9
Gambar 5 Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital	10
Gambar 6 Logo Prambors	41
Gambar 7 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 8 Mangkal Pagi Ryo	48
Gambar 9 Sunset Trip	49
Gambar 10 DJ Show	50
Gambar 11 Night Shift.....	51
Gambar 12 The Stories.....	54
Gambar 13 The Stories 2.....	55
Gambar 14 Serem Merem	56
Gambar 15 Catatan Akhir Malam	57
Gambar 16 Mangkal Pagi Ryo.....	57
Gambar 17 Sunset Trip	58
Gambar 18 Prambors Talks.....	58
Gambar 19 Cokiber Show	59
Gambar 20 Jinjjia Korea	59
Gambar 21 Prambors News	60
Gambar 22 Fans Corner	60
Gambar 23 Music Invation.....	61
Gambar 24 The Stories Season 2	64
Gambar 25 Website Prambors	65
Gambar 26 Sosial Media Podcaster Prambors	69
Gambar 27 Sosial Media Podcaster Prambors	69
Gambar 28 Media Online yang Memuat Artikel The Stories Season 2.....	70
Gambar 29 Dokumentasi Press Conference Pada Media Online.....	70

Gambar 30 Dokumentasi Beriklan di Mall Grand Metropolitan Bekasi	72
Gambar 31 Dokumentasi Beriklan di Hublife Jakarta	72
Gambar 32 Dokumentasi Beriklan di Lippo Mall Kemang	73
Gambar 33 Dokumentasi Beriklan di Living World Alam Sutera.....	73
Gambar 34 Dokumentasi Beriklan di Neo Soho.....	74
Gambar 35 Dokumentasi Beriklan di Plaza Semanggi	74
Gambar 36 Dokumentasi Beriklan di Kuningan City	75
Gambar 37 Dokumentasi Beriklan di Mall of Indonesia	75
Gambar 38 Dokumentasi Beriklan di Summarecon Mall Bekasi	76
Gambar 39 Dokumentasi Beriklan di Summarecon Mall Serpong.....	76
Gambar 40 Pemasaran Langsung.....	77
Gambar 41 Kotak Masuk Email.....	78
Gambar 42 Promosi The Stories Season 2 di Tiktok Prambors.....	80
Gambar 43 Promosi The Stories Season 2 di Instagram Prambors	80
Gambar 44 Podcast The Series Season 2	81
Gambar 45 Flyer Open Cast Podcast The Stories Season 3	82
Gambar 46 Flyer The Stories Season 2 Episode 22.....	88
Gambar 47 Rate Card Podcast Sponsorship.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Jobdesk dan Tanggung Jawab Narasumber	30
Tabel 4.1 Jumlah Pengikut Akun Sosail Media	66
Tabel 4.2 Konsep Penyajian Audio Series	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Riset	110
Lampiran 2 Surat Izin Melakukan Penelitian/Riset	111
Lampiran 3 Surat Ucapan Terima Kasih.....	112
Lampiran 4 Hasil Observasi/Wawancara Awal	113
Lampiran 5 Draft Pertanyaan Wawancara	118
Lampiran 6 Hasil Wawancara	120
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Narasumber	130
Lampiran 8 Profil MNP Prambors 2023	133

