



**ANALISIS IKLAN MIE SEDAAP DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENEES**
(Studi Kualitatif Deskriptif Pada Iklan Mie Sedaap Edisi Korean Spicy
Chicken X Siwon Tahun 2023)



Disusun oleh:
UNIVERSITAS
RANGGA CITRA FARANSA
44317020002
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**



**ANALISIS IKLAN MIE SEDAAP DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENEES**
(Studi Kualitatif Deskriptif Pada Iklan Mie Sedaap Edisi Korean Spicy
Chicken X Siwon Tahun 2023)



Disusun oleh:
UNIVERSITAS
RANGGA CITRA FARANSA
44317020002
MERCU BUANA

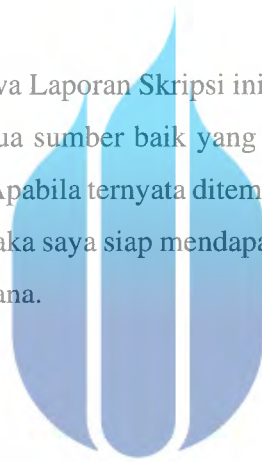
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rangga Citra Faransa
NIM : 44317020002
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Analisis Iklan Dalam Meningkatkan Brand
Brand Awarenees (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Iklan Mie Sedaap Edisi
Korean Spicy Chicken X Siwon Tahun 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.



UNIVERSITAS Jakarta, 30 November 2023

MERCU BUANA



Rangga Citra Faransa

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rangga Citra Faransa
NIM : 44317020002
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Analisis Iklan Dalam Meningkatkan Brand Awarenesses (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Iklan Mie Sedaap Edisi Korean Spicy Chicken X Siwon Tahun 2023)

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

NIDN : 0312046707

Ketua Penguji : Yuni Tresnawati, M.Ikom

NIDN : 0326068001

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom

NIDN : 033001900

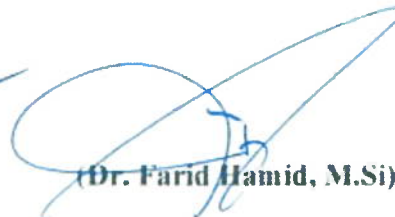
Jakarta, 27 Februari 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul analisis iklan mie sedaap dalam meningkatkan brand awarenees (studi kualitatif deskriptif pada iklan mie sedaap edisi korean spicy chicken x siwon tahun 2023). sholawat serta salam juga semoga selalu tercurahkan kepada nabi besar Muhammad SAW, beserta sanak keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai syarat untuk dapat memenuhi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi banyak tantangan serta perjuangan yang harus ditempuh, namun hal-hal tersebut dapat terlewati berkat bimbingan, nasehat, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat sehingga pembuatan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Pada kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. **Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom** selaku Ketua Sidang Skripsi yang saya hormati.
3. **Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom** selaku Penguji Ahli Siding Skripsi yang saya hormati.
4. **Bapak Prof, Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati.
5. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang saya hormati.
6. **Ibu Melly Ridaryanthi, M.soc. Sc,Ph.D** selaku Sekretaris Program Studi Ilmu komunikasi yang saya hormati,

7. **Ibu Dewi Sad Tanti, S.SoS, M.Si** selaku Pembimbing Akademis yang saya hormati.
 8. Seluruh dosen dan tenaga pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati.
 9. Kepada Ibu Midarmi dan Bapak Wahid Wibowo yang selalu mendoakan penulis serta memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
 10. Kepada Alifah Hani Majid yang selalu memotivasi dan membantu saya dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
 11. Serta seluruh pihak terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Penulis menyadari bahwa dari skripsi yang dibuat tidak luput dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya nanti.



Jakarta, 27 Februari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Rangga Citra Faransa

Penulis

Rangga Citra Faransa

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

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

Nama : Rangga Citra Faransa
NIM : 44317020002
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Analisis Iklan Dalam Meningkatkan Brand Awarenesses (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Iklan Mie Sedaap Edisi Korean Spicy Chicken X Siwon Tahun 2023)

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

Dengan Hak Bebas Royalti *Non-Ekklusif* ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mangalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan 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, 30 November 2023



Rangga Citra Faransa

ABSTRAK

Nama : Rangga Citra Faransa
NIM : 44137020002
Program Studi : Marketing communication and Advertising
Skripsi : Analisis Iklan Mie Sedaap Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Iklan Mie Sedaap Edisi Korean Spicy Chicken X Siwon Tahun 2023)

Analisis Iklan adalah proses memeriksa dan mengevaluasi berbagai elemen iklan, seperti konten, pesan, desain visual, dan target audiens, untuk menentukan efektivitasnya dalam mencapai tujuan pemasarannya. Untuk membuat iklan yang kreatif pengusaha harus tanggap terhadap trend, dinamika perilaku konsumen, serta memahami situasi dan kondisi sosial masyarakat yang terjadi. Mie Sedaap Korean Spicy Chicken meluncurkan iklan yang berhasil memikat banyak perhatian orang dimana iklan tersebut yang menggandeng selebritis asal korea Siwon menjadi bintang iklan atau brand ambassador.

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis iklan mie sedaap dalam meningkatkan brand awareness pada iklan mie sedaap edisi korean spicy chicken x siwon tahun 2023. metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu data primer didapatkan dari observasi melalui rekaman video iklan mie sedaap edisi Korean Spicy Chicken X Siwon dan data sekunder didapatkan dari studi kepustakaan.

hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa iklan Mie Sedaap Edisi Korean Spicy Chicken dengan Siwon sebagai brand ambassador menunjukkan efek positif dalam meningkatkan brand awareness dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Konsep periklanan, kreativitas iklan, pengaruh pada preferensi konsumen, dan rekomendasi konsumen sangat relevan. Iklan yang dirancang dengan baik dan kreatif dapat memainkan peran penting dalam mencapai tujuan pemasaran, seperti meningkatkan penjualan dan meningkatkan citra merek.

Kata Kunci: Analisis Iklan, Strategi Kreatif, Iklan, *Brand Awareness*

ABSTRACT

Name : Ranga Citra Faransa
NIM : 44137020002
Study Program : Marketing communications and Advertising
Thesis : Analysis of Mie Sedaap Advertisements in Increasing Brand Awareness (Descriptive Qualitative Study on Mie Sedaap Advertisements for the Korean Spicy Chicken X Siwon Edition in 2023)

Advertising Analysis is the process of examining and emitting various elements of an advertisement, such as content, message, visual design, and target audience, to determine its effectiveness in achieving its marketing objectives. To create creative advertisements, entrepreneurs must be responsive to trends, the dynamics of consumer behavior, and understand the current situation and social conditions of society. Mie Sedaap Korean Spicy Chicken launched an advertisement which succeeded in attracting a lot of people's attention, where the advertisement involved Korean celebrity Siwon as an advertising star or brand ambassador.

This research aims to determine the analysis of the mie sedaap advertisement in increasing brand awareness in the 2023 spicy chicken x siwon edition of the mie sedaap advertisement. video recording of the Korean Spicy Chicken

The results of this research state that the Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Edition advertisement with Siwon as the brand ambassador shows a positive effect in increasing brand awareness and influencing consumer perceptions of the product. The concept of advertising, advertising creativity, influence on consumer preferences, and consumer recommendations are very relevant. Well-designed and creative advertising can play an important role in achieving marketing goals, such as increasing sales and improving brand image.

Keywords: Advertising Analysis, Creative Strategy, Advertising, Brand Awareness

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Objek Penelitian.....	6
1.3. Konsep Penelitian	7
1.4. Fokus Penelitian.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Novelty Penelitian.....	11
2.2.1. Perbandingan Objek dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian ini	11
2.2.2. Perbandingan Jenis dan Metode Pendekatan Penelitian	12
2.2.3. Perbandingan Teori dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian ini .	12
2.3. Kajian Teori	13
2.3.1. Konsep Iklan	13
2.3.2. Periklanan	15
2.3.3. Fungsi dan Tujuan Iklan	17
2.3.4. Strategi Iklan.....	18
2.3.5. Kreativitas Iklan.....	23

2.4.	Model AIDA	25
2.4.1.	Perhatian (Attention).....	26
2.4.2.	Ketertarikan (Interest).....	27
2.4.3.	Keinginan (Desire).....	27
2.4.4.	Tindakan (Action).....	27
2.5.	Kesadaran Merek (Brand Awareness)	27
2.5.1.	Indikator Kesadaran Merek (Brand Awareness).....	29
2.5.2.	Dimensi Kesadaran Merek (Brand Awareness).....	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN		31
3.1.	Pendekatan Penelitian	31
3.2.	Fokus Studi	32
3.3.	Subjek Penelitian	33
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Hasil Penelitian	35
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.2.	Temuan Wawancara.....	37
4.2.	Pembahasan Penelitian.....	51
BAB V PENUTUP		58
5.1.	Kesimpulan	58
5.2.	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Top Brand Mie Instan 2023 4
Gambar 2.1	Piramida Awareness 29
Gambar 4.1	Mie Sedaap Edisi Korean Spicy Chicken x Siwon 35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara.....	63
Lampiran 2 Curriculum Vitae.....	84

