

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Amikom Center)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Wahyu Nova Darang Setyaningsih

19.96.1581

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Amikom Center)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Wahyu Nova Darang Setyaningsih

19.96.1581

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

2023

**PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Amikom Center)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Wahyu Nova Darang Setyaningsih
19.96.1581**

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 06 Juli 2023**

Dosen Pembimbing



Alvia Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK. 190302486

PENGESAHAN

SKRIPSI

Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Amikom Center)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Wahyu Nova Darang Setyaningsih
19.96.1581

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji
Pada tanggal 06 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

1. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
NIK. 190302486
2. Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339
3. Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK. 190302475

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 06 Juli 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 06 Juli 2023



Wahyu Nova Darang Setyaningsih

NIM. 19.96.1581

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al-Baqarah:286)

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(QS. Al-Insyirah:5-6)

Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang – gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.

(Boy Chandra)

Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak dari kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Ayo berjanjilah, kita akan kesana. Janji? Ayo berjanji! Bagus, kau berjanji.

Jangan diingkari!

(Up Movie)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini, penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Alm. Bapak Tugimin dan Ibu Rokhatin yang telah memberikan doa, dukungan, dan pengorbanan selama ini sehingga saya dapat berada di titik ini.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Alvian Alrasid Ajibulloh., S.Ikom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Dosen dan staff Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan serta informasi yang bermanfaat selama menjalankan perkuliahan.
6. Bahrin Ghozali, M.Kom, Delsa Alfannia, dan Rizqy Zahrial yang telah bersedia membantu dalam pengambilan data penelitian.
7. Teman dan kerabat saya Ajeng, Shindy, dan Aniza yang telah membantu dan memberikan dukungan baik itu moril maupun material, pikiran, dan tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Pemilik nomor 0331 yang telah membantu dan memberikan dukungan serta hiburan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
9. Rayyanza Malik Ahmad yang selalu membangkitkan semangat peneliti dan memberikan motivasi yang secara tidak langsung serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

10. Park Seo Joon dan GDRAGON yang selalu membangkitkan semangat dan memberi motivasi untuk terus melanjutkan dan menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti berharap agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Dan peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 06 Juli 2023

Peneliti,



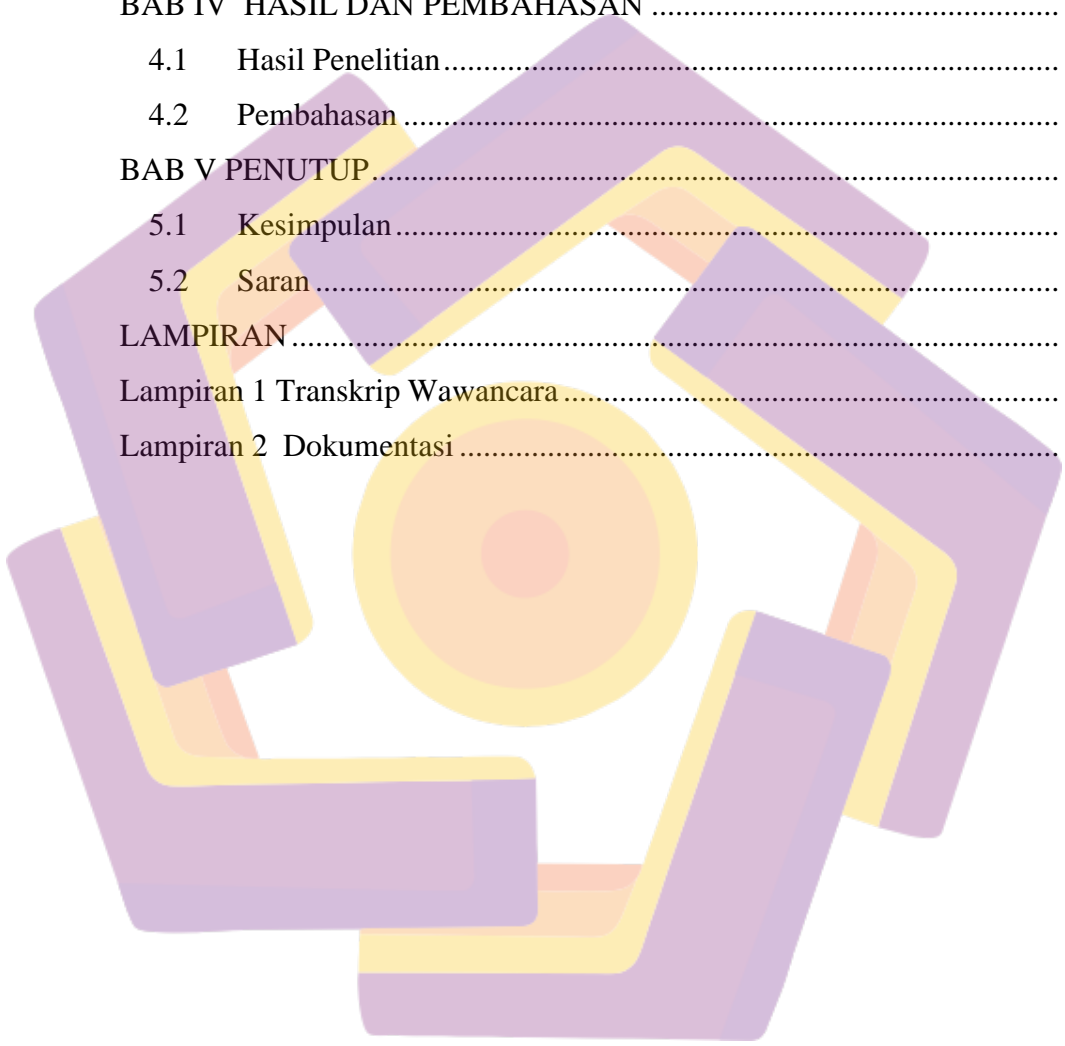
Wahyu Nova Darang Setyaningsih

NIM. 19.96.1581

DAFTAR ISI

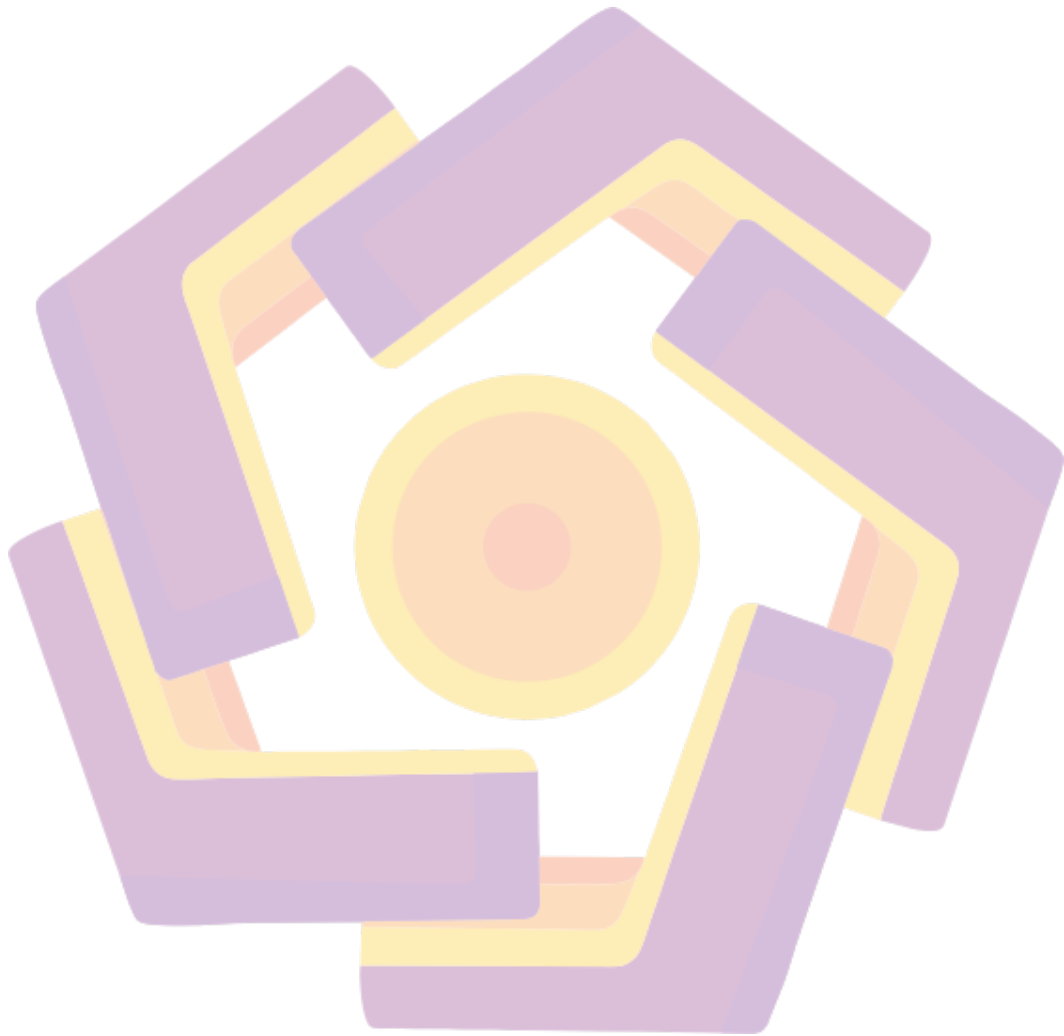
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 <i>Strategi Komunikasi Pemasaran</i>	6
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	7
2.1.3 <i>Bauran Promosi (Promotion Mix)</i>	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	15
3.1 Metode Penelitian.....	15
3.2 Paradigma Penelitian.....	15
3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	16
3.3.1 Objek Penelitian.....	16
3.3.2 Subjek Penelitian.....	16

3.4	Lokasi Penelitian	17
3.5	Sumber Data	17
3.6	Teknik Pengumpulan Data	18
3.7	Teknik Analisis Data	19
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		21
4.1	Hasil Penelitian.....	21
4.2	Pembahasan	30
BAB V PENUTUP.....		35
5.1	Kesimpulan.....	35
5.2	Saran	36
LAMPIRAN		39
Lampiran 1 Transkrip Wawancara		39
Lampiran 2 Dokumentasi		51



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Subjek Penelitian	16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Brand Awareness	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 3.3 Poster Untuk Instagram Ads	21
Gambar 4.4 Hasil Instagram Ads	22
Gambar 5.5 Poster Promo	23
Gambar 6.6 Poster Diskon	23
Gambar 7.7 Telegram Channel Amikom Center	24
Gambar 8.8 Testimoni Peserta MOA.....	25
Gambar 9.9 Testimoni Peserta MOA.....	25
Gambar 10.10 Tampilan Email Blast.....	27
Gambar 11.11 Mailchimp di Gmail	27
Gambar 12.12 Wawancara dengan Direktur Amikom Center	51
Gambar 13.13 Rekaman Suara.....	51
Gambar 14.14 Wawancara dengan Project Manager.....	52
Gambar 15.15 Rekaman Wawancara.....	52
Gambar 16.16 Wawancara dengan Digital Marketing.....	52
Gambar 17.17 Rekaman Wawancara.....	52

INTISARI

Perkembangan Startup *Education Technology* menjadi langkah awal pembaharuan sistem pembelajaran di bidang Pendidikan salah satunya Amikom Center. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Amikom Center mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran menggunakan teori *Promotion Mix* (Bauran Promosi) yang terdiri dari lima unsur yaitu *Advertising* (Iklan), *Personal Selling* (Penjualan Langsung), *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan). Kelima unsur tersebut saling berhubungan dan dalam mempublikasikan program melalui media sosial *Instagram* guna meningkatkan *brand awareness* di benak *audience*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Promotion Mix*, *Brand Awareness*

ABSTRACT

The development of Startup Education Technology is the first step in renewing the learning system in the field of education, one of which is Amikom Centre. This research uses qualitative methods, namely by using interviews, observation, and documentation. Furthermore, the data was analysed by data reduction, data presentation and verification.

The result of this research is that Amikom Center applies a marketing communication strategy using Promotion Mix theory which consists of five elements, namely Advertising, Personal Selling, Direct Marketing, Sales Promotion. The five elements are interconnected and in publicising the programme through Instagram social media to increase brand awareness in the minds of the audience.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Promotion Mix, Brand Awareness

