

**KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GLOBAL INDONESIA
ASIA SEJAHTERA SURABAYA DALAM MEMBANGUN
*BRAND IMAGE***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

Alviera Putri Dewanty

1151800280

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GLOBAL
INDONESIA ASIA SEJAHTERA SURABAYA DALAM
MEMBANGUN *BRAND IMAGE***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



OLEH:

Alviera Putri Dewanty

1151800280

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Alviera Putri Dewanty**


NPM : 1151800280


Judul : **KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GLOBAL INDONESIA ASIA SEJAHTERA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE***

Surabaya, 7 Juli 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103


Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.
NPP. 20150.19.0816

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji

1. B Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.
Ketua



2. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M.Med.Kom.
Anggota



3. Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA.
Anggota



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alviera Putri Dewanty
NBI/ NPM : 1151800280
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GLOBAL INDONESIA ASIA SEJAHTERA SURABAYA DALAM MEMBANGUN **BRAND IMAGE**”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 12 Juli 2022

Yang Menyatakan,



ALVIERA PUTRI DEWANTY

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alviera Putri Dewanty
NPM : 1151800280
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan :

- a. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
- b. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
- c. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 12 Juli 2022

(
Alviera Putri Dewanty .

ABSTRAK

PT. Global Indonesia Asia Sejahtera (GIAS) Surabaya merupakan salah satu cabang distributor bahan bangunan tingkat nasional terbesar yang telah memiliki 34 cabang lainnya yang tersebar di seluruh Indonesia. Komunikasi Pemasaran dalam membangun *brand image* inilah menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Dengan menggunakan 2 metode promosi dan hanya berfokus pada produk dan harga mampu menangkap minat konsumen untuk tertarik pada produk yang ditawarkannya. Dalam penelitian yang berjudul Komunikasi Pemasaran PT. Global Indonesia Asia Sejahtera (GIAS) Surabaya dalam membangun *Brand Image* menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kasus pendekatan deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data ialah observasi, dan wawancara. Komunikasi Pemasaran yang digunakan masih terbilang baru di kalangan umum, hal ini telah menjadi budaya bagi sales marketing bahan bangunan dalam menawarkan produk yang ditawarkan, sehingga dalam mencapai omset penjualan, di bidang bahan bangunan diperlukannya untuk komunikasi secara langsung, maupun menganalisa harga yang ada dilapangan untuk mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Kesimpulan dari hasil penelitian ini ada komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT. GIAS SURABAYA menggunakan 2 metode *mix promotion* dan terkandung dalam empat komponen P dalam bauran pemasaran sehingga *brand image* yang dibangun telah berhasil di benak konsumen.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, *Brand Image*, PT. GIAS SURABAYA

ABSTRACT

PT. Global Indonesia Asia Sejahtera (GIAS) Surabaya is one of the largest national level distributors of building materials, which has 34 other branches spread throughout Indonesia. Marketing Communication in building a brand image is an interesting thing to research. By using 2 promotion methods and only focusing on products and prices, they are able to capture consumer interest to be interested in the products they offer. In the research entitled Marketing Communication of PT. Global Indonesia Asia Sejahtera (GIAS) Surabaya in building a Brand Image uses qualitative research methods with a descriptive case study approach. The research method used in collecting data is observation, and interviews. Marketing communication used is still relatively new among the general public, this has become a culture for sales marketing of building materials in offering the products offered, so that in achieving sales turnover, in the field of building materials it is necessary for direct communication, as well as analyzing prices in the field to able to compete with other competitors. The conclusion from the results of this study is that there is a marketing communication used by PT. GIAS SURABAYA uses 2 mix promotion methods and contains four P components in the marketing mix so that the brand image that has been built has been successful in the minds of consumers.

Keywords: Marketing Communication, Brand Image, PT. GIAS SURABAYA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GLOBAL INDONESIA ASIA SEJAHTERA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan pada jenjang S1 Program Studi Ilmu Komunikasi. Penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan banyak terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, Mama Darwati yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doa, serta memberikan motivasi baik dukungan berupa materi dan non-materi dalam seluruh kegiatan yang dilakukan oleh putri sulungnya.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Mohammad Insan Romadhan, S.I Kom. M.Med.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Dr. Teguh Priyo Sadono, MSi. selaku Dosen Pembimbing 1
5. Muchamad Rizqi, S.I Kom, M. Med Kom selaku Dosen Pembimbing 2
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengalaman serta pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis
7. PT. Global Indonesia Asia Sejahtera (GIAS) Surabaya yang telah bersedia memberikan keterangan – keterangan terkait dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian
8. Ko Denny Cristopher, Mas Luthfi dan Pak Rokhim selaku Subjek Penelitian sekaligus konsumen prioritas di PT. GIAS SURABAYA yang telah memberikan keterangan – keterangan terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian
9. Marsya Septiana Putri, S.Pd dan Dieta Mouza Syahputri, S.I Kom selaku saudara perempuan yang telah memberikan dukungan, doa serta pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.
10. Keluarga besar Alm. Yatidjo dan Jared Alan Corder dalam memberikan doa serta dukungan selama penulis menjalankan perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.
11. Faradillah Nur Novia Nasari Yudiono Putri dan Karin Dwi Wulandari beserta keluarga selaku sahabat penulis sejak duduk di bangku SMP hingga saat ini sekaligus *support system* dalam memberikan dukungan, doa serta motivasi dalam menjalankan perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.

12. Gilang Sandika, Fariqul Adhar, dan Nurul Alfina Fitri (Adek Boi) beserta keluarga selaku *support system* kedua penulis sejak duduk di bangku SMK hingga saat ini dalam hal memberikan dukungan, doa serta motivasi selama menjalankan perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.
13. A.A Kharisma Chandra Arwidana, Tiara Mustika, Tiara Ilana, Gabriella Viacrist Dariyono yang telah menjadi teman sekaligus rekan selama penulis menjalankan perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.
14. Rian Aba, Dio Prasetyo, Yulian Amiftahkhul Ibra, Randy Ronaldo Santosa serta teman – teman Ilmu Komunikasi 2018 yang telah menjadi teman dan rekan belajar selama penulis berkuliah serta memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
15. Gita Wijaya, Yanervin Wicaksono, TM. Fauziansyah Husen, serta seluruh crew dan staff dari Chatime, McDonald's, dan Burger King yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi selama penulis bekerja di masa perkuliahan.
16. Teman – teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dalam memberikan dukungan serta motivasi dalam membantu penulis menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi.
17. Kepada diriku sendiri. Telah menyelesaikan tanggung jawab selama menjalankan berkuliah, bekerja dan berorganisasi hingga dapat berjalan dengan baik dan tepat waktu. *U're amazing till make it proud of urself.*

Terakhir ucapan terimakasih juga disampaikan pada seluruh pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Karena penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka diharapkan kritik, saran, dan pemikiran yang membangun.

Surabaya, 12 Juli 2022



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 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 Penelitian	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2 Bauran Pemasaran	13
2.2.3 Merek	17
2.2.4 <i>Brand Image</i>	17

2.3 Kerangka Berfikir	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	20
3.2 Peran Peneliti	21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	21
3.3.1 Subjek Penelitian	22
3.3.2 Objek Penelitian	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.4.1 Jenis Data	27
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.3 Keabsahan Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.5.1 Reduksi Data	30
3.5.2 Penyajian Data	30
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	30
BAB 4 DESKRIPSI OBJEK DAN HASIL PENELITIAN	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	31
4.2 Teknik Penyajian Data	37
4.3 Pembahasan	54
BAB 5 PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian	19
Gambar 4.1 Profil Perusahaan	31
Gambar 4.2 Logo Perusahaan	32
Gambar 4.3 Logo <i>Brand</i> GNet	32
Gambar 4.4 Konsumen Prioritas Area Surabaya	34
Gambar 4.5 Konsumen Prioritas Area Pandaan	35
Gambar 4.6 Konsumen Prioritas Area Pandaan Kedua	36
Gambar 4.7 Sertifikat SNI	41
Gambar 4.8 Kode Produksi Barang <i>Real</i>	52
Gambar 4.9 Kode Produksi Barang Banci	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran <i>Guide Interview</i>	62
Lampiran Lembar ACC Dosen Penguji	67
Lampiran Hasil Turnitin Jurnal	70