

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
DI SEKOLAH MC ARTV SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

Auliya Nurul Fadzyla

Nbi: 1151501214

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Auliya Nurul Fadzyla
NBI : 1151501214
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sekolah Mc ARTV Surabaya
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Mengetahui:

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

Surabaya, 17 Juli 2019

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, M

Dr. Ayun Maduwinarti, MP

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Auliya Nurul Fadzyla

NBI : 1151501214

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Mc ARTV Surabaya

Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Menyatakan:

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar 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
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian 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 telah saya peroleh.

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

Surabaya, 31 Mei 2019
Yang Membuat Pernyataan,

Auliya Nurul Fadzyla

ABSTRAK

Sekolah Mc ARTV Surabaya merupakan wadah untuk belajar dan mengembangkan teknik berbicara di depan umum yang memukau, telah mencetak ratusan alumni yang berhasil di bidangnya. Dengan metode belajar yang menarik, efektif, dan efisien serta *coach* yang profesional dan praktisi di bidangnya. Banyaknya pesaing membuat Sekolah Mc ARTV Surabaya meningkatkan *brand awareness* yang bertujuan untuk memasarkan dan mengenalkan kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam hal ini peneliti berusaha untuk mengetahui, mengumpulkan, mengamati, dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran Sekolah Mc ARTV Surabaya yang berkaitan dengan upaya pembentukan *brand awareness*. Dalam penelitian ini memakai bauran komunikasi pemasaran dan *brand associations* untuk menjalankan strategi komunikasi pemasaran agar mendapatkan calon murid. Oleh karena itu peneliti menarik kesimpulan yaitu bentuk strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan Sekolah Mc ARTV Surabaya adalah melalui 5 elemen diantaranya: periklanan, humas, *personal selling*, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Dengan memilih Sekolah Mc ARTV Surabaya calon murid bisa mengembangkan minat dan bakatnya untuk menjadi seorang mc, *announcer*, dan presenter yang handal.

Kata kunci: mc, *public speaking*, komunikasi pemasaran, *brand awareness*.

ABSTRACT

Mc ARTV School Surabaya is a place to learn and develop a stunning public speaking technique, it has hundreds of alumni who have succeeded on their fields. With interesting, effective, and efficient learning methods, and also it has professional coaches and practitioners on their fields. The large number of competitors made Mc ARTV School Surabaya increase its brand awareness to intrude and widen it to society. This study uses descriptive qualitative reasearch method. In this case, the researcher try to find out, collect, observe, and analyze the marketing communication strategy of Mc ARTV School Surabaya which is related to the effort to establish the brand awareness. This study uses the marketing communication mix and brand associations to run the marketing communication strategy to get prospective students. Therefore, the researcher comes into conclusion that the form of marketing communication strategy that has been carried out by Mc ARTV School Surabaya is through 5 elements, including: advertising, public relations, personal selling, sales promotion, and direct marketing. By choosing the Mc ARTV School Surabaya, the prospective students can develop their interests and talents to be a reliable MC, announcer and presenter.

Keywords: mc, public speaking, marketing communication, brand awareness.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wata'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Mc ARTV Surabaya Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. Skripsi yang peneliti ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam prosesnya, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun berkat dukungan dan bimbingan dari begitu banyak pihak dan karunia yang diberikan oleh Allah Swt. dan Nabi Muhammad Saw., maka kendala yang peneliti hadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini pula peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua Saya, Bapak Slamet (alm.) dan Ibu Sri Umiyati yang sudah menyemangati, memotivasi yang memberikan dorongan dan yang telah membesarkan peneliti sampai sejauh ini selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPAI., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang penulis hormati.
5. Dra. Tri Yulianti, M.Si., selaku dosen wali Saya yang telah memberikan waktu dan semangat dalam menyelesaikan skripsi peneliti.
6. Dr. Ayun Maduwinarti, MP., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan waktu, bantuan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi peneliti.
7. Muchammad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga, arahan dan memberikan refrensi kepada peneliti.
8. Semua dosen pengajar prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas refrensi tentang materi penelitian dan motivasinya yang membuat peneliti terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kakak kembar Saya Dina Rahmawati dan Diah Wahyuni juga keponakan Saya Fakhri, Faaiz, dan Farah yang telah menghibur dan memberikan semangat.
10. Terima kasih tidak lupa kepada informan-informan Saya, Sekolah MC ARTV Surabaya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diminta keterangannya dengan wawancara mendalam.
11. Teman-teman terdekat dan terbaik diantaranya; Alfi, Vresyan, Hemas, Vira, Ajeng, Ratmi, Husni, Meidhita, Winda, Mabror, Kiki, Umar, Ratih, Deti, Vicky, Ririn dan teman-teman KKN seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
12. Seluruh teman-teman Saya satu angkatan Prodi Ilmu Komunikasi 2015 yang tidak dapat Saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan, motivasi, keceriaan, dan doa-doa yang tulus.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi almamater tercinta.

Surabaya, 31 Mei 2019

Auliya Nurul Fadzyla

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Surat Pernyataan Keaslian	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Bagan	xiii
Daftar Lampiran	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Critical Review	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Definisi Komunikasi	15
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	17

2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	18
2.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	19
2.2.5 Analisis SWOT	21
2.3 Merek/ <i>Brand</i>	23
2.3.1 Kesadaran Merek/ <i>Brand Awareness</i>	25
2.3.2 Asosiasi Merek/ <i>Brand Associations</i>	30
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	35
3.2 Peran Peneliti	36
3.3 Lokasi Penelitian	36
3.4 Sumber Data dan Teknis Pengumpulan Data	37
3.5 Kriteria Informan	39
3.6 Teknis Analisis Data	40
3.7 Keabsahan Data	42

BAB IV OBYEK, DATA, DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek	43
4.1.1 Profil Lembaga	43
4.1.2 Visi dan Misi	44
4.1.3 Motto	45
4.1.4 Metode Pembelajaran	45
4.1.5 Macam Kelas	45
4.1.6 Arti dan Penjelasan Logo	46
4.1.7 Struktur Kepemimpinan	47
4.1.8 Keunggulan	47

4.1.9 Lokasi dan Yel-Yel Semangat	48
4.2 Penyajian Data	49
4.3 Hasil Wawancara	49
4.4 Pembahasan	66
4.5 Hasil Penelitian	80
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

4.2 Data Informan	49
-------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

4.1.6 Logo Sekolah Mc ARTV Surabaya	46
4.1.9 Lokasi Sekolah Mc ARTV Surabaya	48

DAFTAR BAGAN

2.3.1 Piramida Brand Awareness	26
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran	33
4.1.7 Struktur Kepemimpinan Sekolah Mc ARTV Surabaya	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: <i>Interview Guide</i>	94
Lampiran 2: Transkrip Wawancara	97
Lampiran 3: Dokumentasi Suasana Kantor Sekolah MC ARTV Surabaya.....	118
Lampiran 4: Poster Kegiatan Lomba	119
Lampiran 5: Kursus Pelatihan <i>Public Speaking</i>	120
Lampiran 6: Chat Testimoni <i>Whatsapp</i>	120
Lampiran 7: <i>Instagram</i> Sekolah MC ARTV Surabaya.....	121
Lampiran 8: <i>Youtube Channel</i> Sekolah MC ARTV Surabaya.....	123
Lampiran 9: <i>Blogspot</i> Sekolah MC ARTV Surabaya	124
Lampiran 10: Fasilitas Sekolah MC ARTV Surabaya.....	124
Lampiran 11: Murid Sekolah MC ARTV Surabaya	125
Lampiran 12: Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi	126
Lampiran 13: Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	127
Lampiran 14: Perintah Revisi	129