

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
THINGSABOUT THEM**

Skripsi



Oleh:

Ulfi Ramadhaniyah

NBI. 1151900146

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

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ulfi Ramadhaniyah
NIM : 1151900146
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Things About Them

Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



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

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing



Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana
S.Sos. M. Med. Kom
NPP 20150180777

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 26 Juni 2023

Dewan Penguji

1. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana S.os.**
Med.Kom
Ketua
2. **Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si**
Anggota
3. **Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi**
Anggota

)

)

)

Mengesahkan

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



Dr. Devi Ayu Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ulfi Ramadhaniyah

NBI 1151900146

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Things About Them

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diprotes sesuai dengan peraturan perundang – perundang yang berlaku (Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 Pasal 70)

Surabaya, 16 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



Ulfi Ramadhaniyah



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 : Ulfi Ramadhaniyah
NBI/ NPM : 1151900146
Fakultas : Fakultas Ilmu Politik dan Sosial
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

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

Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Awareness Things About Them*

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (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
Pada tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



*Coret yang tidak perlu

ABSTRAC

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN INCREASING BRAND AWARE OF THINGS ABOUT THEM

Oleh

Ulfi Ramadhaniyah

This study aims to find out how to market products and introduce their brands to customers and provide recommendations to business people after knowing the problems they face when optimizing their online stores. This study uses a qualitative approach, where in qualitative research, conceptualization, categorization, and descriptions are developed on the basis of "events" obtained during field activities. After the researcher analyzed the things about them brand using observation, interview, and documentation techniques, he described that this brand is very popular with young people, especially women who are fanatical about K-pop. With sales made online or digitally, the owner of the things about them brand, the researcher chose the marketing mix theory which, according to Kotler Keller, is related to the 4p as follows: Product, Price, Place, Promotion. The results of the study show that Things about them have implemented four marketing mixes in increasing brand awareness @thingsaboutthem. These four stages include, the first is the stage of determining the product that is carried out by things about them, namely carrying out product discovery and giving the right brand to be marketed to its target market. The second stage is the price planning stage, which details the funds calculated from the initial capital spent on making the product before it is marketed to consumers. The fourth stage that is carried out is the stage of choosing a place as a forum for distributing product sales, brand recognition, buying and selling transactions. The fourth stage that is carried out by things about them is the promotion stage after communicating from the stages carried out before and promotional activities can be carried out.

Keywords: strategy, marketing communications, brand awareness, things about them

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS THINGS ABOUT THEM

Oleh

Ulfi Ramadhaniyah

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana iya memasarkan produk dan mengenalkan merknya terhadap pelanggan dan memberikan rekomendasi kepada pelaku bisnis setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi saat mengoptimalkan toko onlinenya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan atas dasar “kejadian” yang diperoleh ketika kegiatan lapangan berlangsung. Setelah peneliti menganalisis merek things about them dengan teknik observasi, wawancara, dan juga dokumentasi ia menggambarkan bahwa merek ini sangat di gemari oleh anak-anak muda khusus nya perempuan yang fanatic dengan k-pop. Dengan penjualan yang dilakukan secara online atau digital memiliki merek things about them peneliti memilih teori bauran pemasaran yang menurut Kotler Keller terkait 4p sebagai berikut : *Product, Price, Place, Promotion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Things about them* telah menerapkan empat bauran pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness @thingsaboutthem*. Empat tahapan ini meliputi, yang pertama yaitu tahap penentuan produk yang di lakukan oleh *things about them* yaitu melukan penemuan produk dan pemberian merek yang tepat untuk dipasarkan kepada target pasarnya. Tahapan kedua yaitu tahap perencanaan harga di mana melakukan rincian dana yang dihitungkan dari modal awal yang dikeluarkan untuk pembuatan produknya sebelum di pasarkan kepada konsumennya. Tahapan ke-empat yang di lakukan merupakan tahapan pemilihan tempat sebagai wadah penyaluran penjualan produknya pengenalan mereknya transaksi jual belinya. Tahapan ke-empat yang di lakukan oleh *things about them* yaitu tahap promosi setelah mengkomunikasikan dari tahapan yang di lakukan sebelumnya dan sudah bisa di lakukan aktivitas promosi.

Kata Kunci: strategi, komunikasi pemasaran, brand awareness, things about them

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat, karunia, dan hidayah-nya. Sehingga dalam penulisan penelitian ini yang merupakan tugas akhir program sarjana ini dapat di selesaikan tepat waktu. Penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Things About Them” sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan program studi Pendidikan strata satu (S1) jurusan ilmu komunikasi sekaligus memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi di Universitas 17 Agustus Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, arahan, kerjasama, dan do’a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Maka kami ucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Kedua surgaku, ayahanda Moch Fianto dan ibunda Suhermin yang setiap hari tiada henti mengirimkan do’a untuk kemudahan dan kesuksesan dalam penulisan skripsi ini.
2. Kakak tercinta saya Rizqika Afthor Tuerfia S.E yang selalu memberikan semangat dan arahan kepada saya beserta, alm Suaminya kakak Dasmuji S.E yang sebelum meninggalkan kita di tahun ini beliau salah satu orang yang memotivasi saya untuk terus semangat mengerjakan skripsi ini.
3. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan fasilitas belajar di kampus Universitas 17 Agustus Surabaya;
4. Dr. Dra. Ayun Maduwintarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan arahan;
5. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Mohammad Insan Romadhan, S.I.KOM.,M.MED.KOM, yang telah memberikan motivasi;
6. Terima Kasih banyak kepada Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana,S.SOS.,M.MED.KOM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bantuan,bimbingan, Waktu, kesabaran saat saya sering terlambat datang bimbingan, serta saran-saran yang telah diberikan, dan juga arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;
7. Terima Kasih banyak kepada Drs. Widiyatmo Ekopotro, MA. , selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberi nasehat, semangat, serta ilmu yang bermanfaat untuk mengerjakan skripsi ini.

8. Kepada dosen prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama saya berkuliah di Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
9. Terima Kasih kepada pemilik Things About Them Kak Aisyah yang telah bersedia untuk berbagi ilmu tentang strategi bisnisnya, dan juga bersedia menjadi narasumber untuk mengambil data dari mereknya, untuk penyusunan penelitian skripsi saya;
10. Untuk orang baik Abdillah Bagus terima kasih sudah memberikan dukungan, semangat, dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Untuk para sahabat saya Alfina terima kasih buat semangat yang diberikan, terima kasih sudah selalu siap mendengarkan segala keluh kesah saya saat melewati segala badai penyusunan skripsi;
12. Untuk teman seperjuangan saya Ica, Nadya, Diya, Efa, yang saat ini juga menyelesaikan skripsi di Universitas 17 Agustus Surabaya, yang saling memberikan dukungan bantuan semangat untuk selalu berjuang bersama melewati lika liku hambatan penyusunan skripsi untuk lulus tepat waktu;
13. Teman-teman Angkatan 2019 jurusan Ilmu Komunikasi, Alya, Adna, Este, Riris, Oci Astrik, Nadine, Leli, Syafri, Lubab, Rico, Taufik, Maul, Adit, Andre, Rico, Ijat yang selalu memberikan dukungan dan semangat, dan juga sudah berteman sangat baik dengan saya sehingga membuat saya senang berada di kampus Universitas 17 Agustus.

Hasil kajian dalam penulisan skripsi ini sudah sempurna, namun penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya konstruktif sebagai bahan masukan dalam penulisan selanjutnya.

Akhirnya semoga karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat dan memperkaya keilmuan kepada civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus Surabaya.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAC	5
ABSTRAK	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
BAB I Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Bab II Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Landasan Konseptual	Error! Bookmark not defined.
BAB III Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

4.1. Deskripsi Subjek/ Objek Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran *Things About Them* **Error! Bookmark not defined.**

4.3 Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP..... Error! Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Rekomendasi **Error! Bookmark not defined.**

Daftar Pustaka Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.** Tabel 2 Data *Marketplace* Indonesia dalam Kuartal Ke-4 Tahun 2020 **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Piramida **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 Kerangka Pemikiran **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3 Logo Things Abou Them & Profile Shopee Thing About Them
..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4 Sumber : Instagram @thingsaboutthem **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5 Tampilan tanya jawab akun media sosial Things About Them
..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 6 Tampilan konten informasi *give away Things About Them &*
konten gambar produk Things About Them .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 7 Dokumentasi wawancara **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 8 Dokumentasi wawancara **Error! Bookmark not defined.**