

ANALISIS STRATEGI *ADVERTTISING* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
FABELIO

TUGAS AKHIR

Digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



Muhamad Fidly Adam

1121003025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhamad Fidly Adam

NIM : 1121003025

Tanda tangan : 

Tanggal : 23 Desember 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhamad Fidly Adam

NIM : 1121003025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Strategi *Advertising* dalam Membangun *Brand Image*

Fabelio

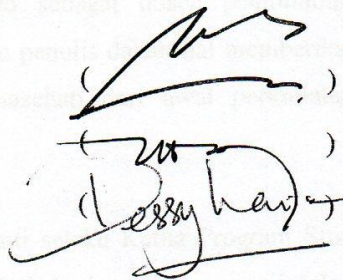
Telah Berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

Dewan Penguji

Pembimbing: Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

Penguji 1: Dra. Suharyanti, M.S.M

Penguji 2: Dessy Kania, B.A, M.A



(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Ditetapkan di: Universitas Bakrie, Jakarta

Tanggal: 23 Desember 2016

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayah- nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi *Integrated Marketing Communication:Advertising* dalam Membangun *Brand Image* Fabelio”. Dalam menyelesaikan penelitian ini penulis telah dibantu oleh pihak-pihak yang senantiasa selalu membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan tugas akhir ini, diantaranya:

- Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

Terimakasih untuk Ibu Tuti sebagai dosen pembimbing tugas akhir dan dosen pengajar yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis dalam hal akademik. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih telah memberikan arahan dan motivasi sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

- Mas Aryo Subarkah Eddyono, M.Si

Terimakasih untuk Mas Aryo sebagai dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis dalam hal memberikan saran, membimbing dan menasehati dari awal perkuliahan sampai sekarang.

- Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Terimakasih untuk Bu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan dosen penguji dalam memberikan arahan, saran, dan masukan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

- Mas Andre Martin

Terimakasih kepada Andre Martin selaku Marketing dari Fabelio yang telah membantu penulis untuk dapat melakukan wawancara dan menjadi narasumber untuk membantu penulis mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas akhir.

- Ibu Sophia dan Mas Ronal

Terima kasih kepada narasumber elanggan Fabelio yang telah mau meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menjawab beberapa pertanyaan terkait periklanan Fabelio

- Mama Linda dan Ayah Idus

Terima kasih sudah menjadi orang tua yang sabar dalam membimbing, selalu memberi masukan, doa dan motivasi dalam segala hal. Terima kasih atas semua yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

- Nitia Sabillah Putri Ayu

Terimakasih untuk Nitia yang selalu menemani, membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

- Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi

Terimakasih kepada seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendukung penulis dalam hal akademik.

- Seluruh Staff Universitas Bakrie

Terimakasih kepada staff Universitas Bakrie yang telah membantu penulis dalam segala pengurusan yang berhubungan dengan aktivitas penyelesaian tugas akhir.

- Teman-teman *Marketing Communication*

Terima kasih Andi, Ucup, Amal, Rian, Ikhsan, Eunike, Fenyta, Bella, Dinda, Elvina, Rani dan Naimah atas bantuannya selama perkuliahan, terima kasih telah dengan sabar memberi masukan dan arahan kepada penulis.

- Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012

Terima kasih untuk teman-teman ilmu komunikasi yang telah bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini, semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis berharap tugas akhir ini berguna dan bermanfaat dalam dunia pendidikan. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan ini masih banyak terjadi kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Jakarta, 14 November 2016

Muhamad Fidly Adam

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Fidly Adam
NIM : 1121003025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

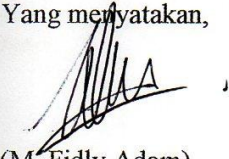
“Analisis Strategi *Advertising* dalam Membangun *Brand Image* Fabelio”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap encantumkan nama saya sebagai pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian ini pernyataan yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 23 Desember 2016

Yang menyatakan,


(M. Fidly Adam)

“ANALISIS STRATEGI *ADVERTISING* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
FABELIO”

Muhamad Fidly Adam

ABSTRAK

Fabelio merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *furniture* lokal. Untuk membuat produknya dapat dikenal dengan luas oleh Masyarakat, Fabelio menggunakan periklanan sebagai salah satau alat mereka dalam menjangkau target market. Periklanan dari Fabelio lebih banyak menggunakan media internet sebagai wadah mereka dalam menjalankan strategi periklananya karena dapat mempermudah menjangkau khalayak yang luas. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk mengetahui strategi periklanan yang dijalankan oleh Fabelio dalam memasarkan produknya untuk mengetahui empat *key concept* periklanan yang diterapkan oleh Fabelio dalam membangun *brand image*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung pihak Fabelio dan konsumen sebagai narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empat *key concept* dalam periklanan yang ada belum semua dilakukan secara maksimal, namun *brand image* dari Fabelio sudah dapat dikenal oleh konsumennya. Dengan adanya strategi periklanan yng dijalankan oleh Fabelio, menjadi pedoman untuk perusahaan ini dapat mencapai tujuan yang telah dibuat oleh perusahaan untuk menggapai konsumen secara luas dan mengenalkan Fabelio kepada calon konsumennya.

Kata Kunci: IMC, Periklanan, *Citra Merek*.

“ANALISIS STRATEGI ADVERTISING DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE

FABELIO”

Muhamad Fidly Adam

ABSTRACT

Fabelio is one company that is engaged in the furniture locally. To make a product can be widely known by the public, Fabelio using advertising as one of their tools in reaching the target market. Advertising of Fabelio more using the internet as their vessel in running advertising strategy because it can make it easier to reach a wide audience. This study is a qualitative research to find out an advertising strategy that use by Fabelio in selling their products to knowing the four key concept of advertising applied by Fabelio in building brand image. Data collected by interviews and direct observation to Fabelio parties and consumers as a resource. These results indicate that the four key concept in advertising that is not all done optimally, but the brand image of Fabelio is known by consumers. With the advertising strategy runing by Fabelio, serve as guidelines for the company can achieve the goals that have been made by the company to reach these consumers and introduce Fabelio to prospective customers.

Keyword: IMC, Advertising, Brand Image.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka Terhadap Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	13
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	13
2.2.2 <i>The Promotional Mix; Advertising</i>	14
2.2.3 <i>The Key Concept of Advertising</i>	16
2.2.4 <i>Brand Image</i>	21
2.3 Kerangka Pemikiran	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Objek Penelitian	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Oeprasionalisasi Konsep	30
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Teknik Keabsahan Data	33
3.7 Keterbatasan Penelitian	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Fabelio	35
4.1.2 Visi Dan Misi	36
4.1.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing	37
4.1.4 Tugas dan Fungsi Divisi Marketing	37
4.2 Temuan Penelitian	39
4.2.1 <i>Strategy Advertising</i>	39
4.2.2 <i>Creative Idea Advertising</i>	41
4.2.3 <i>Creative Execution Advertising</i>	44
4.2.4 <i>Creative Media Use Advertising</i>	45
4.2.5 <i>Brand Image Fabelio</i>	47
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 <i>Strategy Advertising Fabelio dalam Membangun Brand Image</i>	58
4.3.2 <i>Creative Idea Fabelio dalam Membangun Brand Image</i>	60
4.3.3 <i>Creative Execution Fabelio dalam Membangun Brand Image</i>	62
4.3.4 <i>Creative Media Use Fabelio dalam Membangun Brand Image</i>	67

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Akademis	70
5.2.2 Saran Praktis	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	30
Tabel 4.1 Tugas dan Fungsi Divisi Marketing	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Logo Fabelio	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing	37
Gambar 4.3 Iklan Fabelio.....	39
Gambar 4.4 Iklan Fabelio.....	58
Gambar 4.5 Iklan Fabelio.....	64