

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *BRAND*
AWARENESS (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF) OLEH
PRODUK *BRAND* MONKEYSEE EYEWEAR**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Gilang Muharam Ilham

1201913034

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN KOMUNIKASI PEMASARAN
JAKARTA**

2022


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Gilang Muharam Ilham
NIM : 1201913034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif) Oleh Produk Brand Monkeysee eyewear.

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : 
Dr. Mohammad Kresna Noer, M.Si

Penguji : 
Rizky Chaniago, Ph.D

Penguji : 
Dr. Dessy Kania, M.A

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 06 Agustus 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS

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

Nama : Gilang Muharam Ilham

NIM : 1201913034

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'G. Muharam Ilham', written in a cursive style.

Tanggal : 02 Agustus 2022


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Gilang Muharam Ilham
NIM : 1201913034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif) Oleh Produk Brand Monkeysee eyewear.

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : 
Dr. Mohammad Kresna Noer, M.Si

Penguji : 
Rizky Chaniago, Ph.D

Penguji : 
Dr. Dessy Kania, M.A

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 06 Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan ridhanya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tugas akhir ini. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat utama dalam menyelesaikan Pendidikan Strata satu (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, bantuan, bimbingan, dan panduan ilmu yang tidak henti didapat dari berbagai pihak yang terkait. Ucapan terima kasih penulis ditunjukkan kepada pihak-pihak berikut:

1. Allah SWT, yang sudah memberikan kekuatan hasrat, jiwa, dan raga penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi tugas akhir dan sebagai salah satu pihak utama yang penulis tunjukkan sebagai salah satu bukti bahwa hamba-nya akan terus belajar menghadapi ujian yang diberikan.
2. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan semangat, fasilitas, serta doa yang terus menyemangati dan menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Surhayanti, M.S.M. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan pembimbing terbaik saya Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si. yang sudah sabar dan meluangkan waktu untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan banyak saran kepada penulis selama proses pembuatan skripsi yang berlangsung dari awal hingga akhir. Terimakasih juga kepada dosen penguji saya yaitu, Rizky Chaniago, Ph.D dan Dr. Dessy Kania, M.A
4. Seluruh dosen Universitas Bakrie yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Bakrie yang membuat penulis sampai di tahap penyusunan skripsi.
5. Terimakasih Pak William Gozali sebgai CEO Monkeysee Eyewear serta rekan lainnya yang sudah membantu untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian

6. Terimakasih juga kepada Decky Gucci Gustama sebagai mentor dan rekan kerja saya di Nicole`s Kitchen Group yaitu Ka Rachmat Surya yang sudah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi.
7. Teman-teman penulis yang selalu menemani, menghibur, dan banyak membantu menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi. Banyak terimakasih kepada Ka Rendy, Ka Indah, Andika, Akmal, Dhiyaul, Raka, Anggi, Koso, Yasin, Latifah, Marsya, Aldo, Restu, Ircham, Shafira, Rifqi, Aldi, Dwinta, Bayu & Hernanda.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah sangat membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Sebagai manusia, saya sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu saya sangat mengharapkan saran serta kritik demi perbaikan skripsi ini. Selain itu, besar harapan saya bahwa skripsi ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 02 Agustus 2022
Peneliti

Gilang Muharam Ilham

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gilang Muharam Ilham

NIM : 1201913034

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi, sesuai dengan halaman sampul

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif) Oleh Produk Brand Monkeysee eyewear.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengali media/formatkan, mengelola dalam bentuk data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 02 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Gilang Muharam Ilham

DAFTAR ISI

HASIL PERNYATAAN ORSINALITAS	i
HALAM PENGESAHAN	ii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	9
ABSTRACT.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Definisi Konsep dan Pendekatan Teori	28
2.2.1 Pemasaran	28
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran dan <i>Brand Awareness</i>	30
2.2.3 Media Sosial.....	36
2.2.4 <i>Brand Monkeysee Eyewear</i>	37
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Objek Penelitian.....	42

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Instrumen Penelitian	43
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Pengujian Keabsahan Data	44
3.7 Operasionalisasi Konsep.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Profil <i>Brand</i> Monkeysee Eyewear	46
4.1.2 Profil Informan.....	49
4.2 Temuan Penelitian	53
4.2.1 Strategi Pemasaran di Media Sosial.....	53
4.2.2 Brand Awareness Monkeysee Eyewear di Media Sosial.....	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Kendala dan Keterbatasan	67
5.2.1 Kendala	67
5.2.2 Keterbatasan.....	67
5.3 Saran dan Implikasi	68
5.3.1 Saran	68
5.3.2 Implikasi	68
 DAFTAR PUSTAKA	 69
 LAMPIRAN.....	 72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Platforms</i> pengguna media sosial terbanyak.....	13
Gambar 2. 2 Piramida kesadaran merek	34
Gambar 2. 3 Kerangka pemikiran	40
Gambar 3. 4 Teknik analisis data Miles & Humberman.....	44

Gambar 4. 5 Logo Monkeysee Eyewear	47
Gambar 4. 6 CEO Monkeysee Eyewear	50
Gambar 4. 7 Marketing Strategist – Novanda Ariansyah	50
Gambar 4. 8 Informan 3 – Aji Asthami	51
Gambar 4.9 Informan 4 – Latifah Berlian.....	52
Gambar 4.10 Informan 5 – Raka Andriansyah	52
Gambar 4. 11 Profile Instagram Monkeysee Eyewear.....	55
Gambar4. 12 Harga Kacamata Monkeysee.....	56
Gambar 4. 13 <i>Review Customer</i>	57
Gambar 4. 14 Kampanye Facebook & Instagram	58
Gambar 4. 15 Kampanye Facebook & Instagram	58
Gambar 4. 16 Kampanye Facebook & Instagram	59
Gambar 4. 17 Kampanye Facebook & Instagram	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Terkait Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.7 Tabel Terkait Operasionalisasi Konsep	45
Tabel 4.1 Informasi Penelitian	49
Tabel 5 Transkrip Wawancara	72