

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

(Studi Pada Portal *Online* Diadona.ID)

Skripsi

Diajukan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

Dwi Esti Wahyu Sejati (201810040311205)


Dosen Pembimbing:

Dr. Joko Susilo, M.Si.



**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



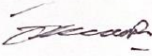
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



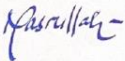
Lembar Persetujuan Skripsi


Nama : Dwi Esti Wahyu Sejati
NIM : 201810040311205
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Pada Portal Online Diadona.ID)

Disetujui,
Pembimbing


(Dr. Joko Susilo, M.Si.)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendingan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS
(Studi pada Portal *Online* Diadona.id)

Dajukan Oleh :

DWI ESTI WAHYU SEJATI

201810040311205

Telah disetujui
Senin 24 Juni 2024

Pembimbing I



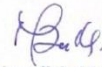
Dr. Joko Susilo, M.Si

Wakil Dekan I



Najmuddin Anairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dwi Esti Wahyu Sejati
201810040311205

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Senin, 24 Juni 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si**
2. **M. Himawan Sutanto, M.Si**
3. **Dr. Joko Susilo, M.Si**

(*Frida Kusumastuti*)
(*M. Himawan Sutanto*)
(*Dr. Joko Susilo*)

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, S.P., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dwi Esti Wahyu Sejati
NIM : 201810040311205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Pada Portal Online Diadona.ID)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Mei 2024

Yang Menyatakan,



Dwi Esti Wahyu Sejati



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutawi No. 156 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 310 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillahirabbil Alamin. Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya serta memberikan kesehatan, kekuatan, kelancaran dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul *Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Portal Online Diadona.id)* . Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, nasehat, bantuan dan dukungan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak. Bersama ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang mana telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kekuatan atas berkat dan rahmat serta hidayahnya sehingga terselesaikan dengan baik Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Nazaruddin selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Dr. Joko Susilo, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, petunjuk, saran, dan dorongan dalam penyusunan naskah skripsi sejak awal hingga selesai.
6. Untuk diri sendiri yang sudah kuat dan bisa melewati semuanya dengan berjuang semaksimal mungkin
7. Ibu tercinta Sri Wahyuti, Bapak Alm. Wahyu Kartiko, dan kakak serta keluarga besar yang selalu menjadi supporter utama baik secara fisik

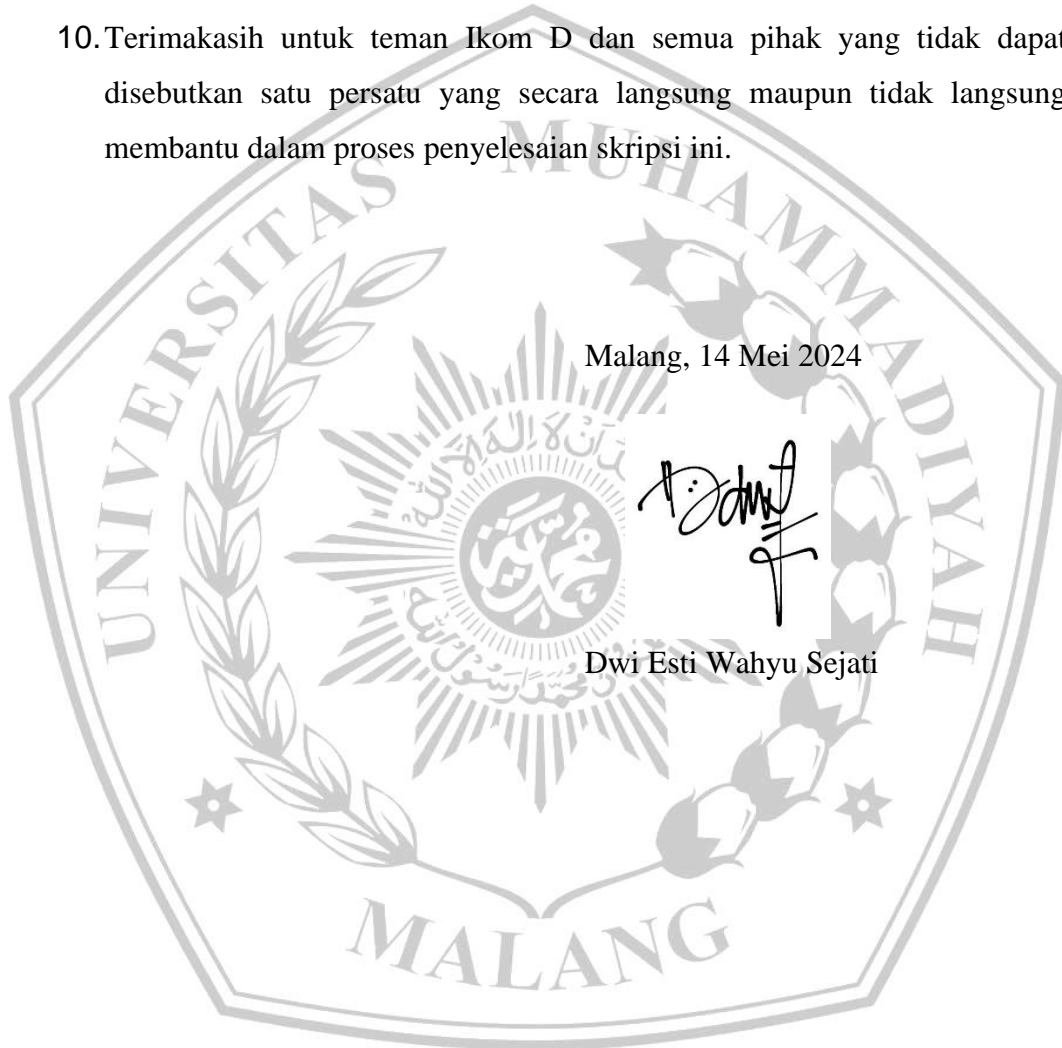
maupun finansial dan pastinya menjadi penyalur doa nomor satu untuk penulis.

8. Yusrizal Ariawan yang selalu menjadi *support system* dan penyemangat untuk cepat lulus.
9. *Partnerku* yang menemani dan selalu support di kala lengahku, persembahkan untuk Rara, Sheren, Putri, Rina, Aina, Ika, Alisia, Sasa, Anggun, Janan, Mufid.
10. Terimakasih untuk teman Ikom D dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Malang, 14 Mei 2024



Dwi Esti Wahyu Sejati



DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
TANDA TERIMA PLAGIASI	79
BAB I.....	19
PENDAHULUAN	19
1.1 Latar Belakang Masalah.....	19
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II.....	22
KAJIAN PUSTAKA.....	22
2.1 Pengertian Komunikasi	22
2.1.1 Unsur Komunikasi	23
2.1.2 Proses Komunikasi.....	24
2.1.3 Macam-Macam Bidang Komunikasi	25
2.1.4 Aktivitas Komunikasi	26
2.2 Komunikasi Pemasaran	27
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	28
2.3 Fokus Penelitian	29
2.4 Aktivitas Promosi.....	30
2.5 Pengaruh Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan <i>Brand awareness</i>	31
2.5.1 Pengertian <i>Brand awareness</i>	31
2.5.2 Tingkatan <i>Brand awareness</i>	32
2.6 Basis Teori.....	33

2.7	Penelitian Terdahulu.....	35
	Tabel 1 Penelitian Terdahulu	35
BAB III		37
METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
3.2	Subjek Penelitian.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.4	Tahapan Penelitian	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.7	Uji Keabsahan Data.....	42
BAB IV		43
SAJIAN DAN ANALISIS DATA		43
4.1	Objek Penelitian	43
4.1.1	Profil dan Sejarah Diadona	43
4.2	Profil Objek Penelitian	44
4.3	Visi dan Misi Diadona.....	45
4.4	Deskripsi Subyek Penelitian.....	45
4.5	Struktur Organisasi.....	47
BAB V.....		48
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		48
5.1.	Komunikasi Pemasaran (<i>Strategic Marketing</i>)	49
5.2.	<i>Brand awareness</i>	55
5.3.	Iklan.....	59
5.4.	Penjualan tatap muka (<i>Personal Selling</i>)	62
5.5.	Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	65
5.6.	Hubungan Masyarakat (<i>Publik Relation</i>).....	67
5.7.	Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>)	68
5.8.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB VI.....		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
6.1	Kesimpulan.....	75
6.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		76



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2 Elemen Komunikasi Pemasaran.....	40
Tabel 3 Elemen Brand awareness	45
Tabel 4 Elemen Iklan	48
Tabel 5 Elemen Penjualan Tatap Muka	52
Tabel 6 Elemen Promosi Penjualan	54
Tabel 7 Elemen Hubungan Masyarakat	56
Tabel 8 Elemen Pemasaran Langsung	59
Tabel 9 Hasil Pembahasan	62



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Gesa Nugraha. (2018). PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, *PRICE*, DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA (Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)`. 8.
- Anthony, L., & Sama, H. (2021). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior. *Journal Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1),678–686.
- Agustina, L. (2015). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Baru di Serambi Botani [Marketing Communication Using New Media at Serambi Botani]. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 6(2), 129-138.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Giati Anisah. (2021). PELATIHAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN PLATFORM MARKETPLACE SHOPEE UNTUK KELOMPOK PEMUDA WIRAUUSAHA DI DESA MULYOAGUNG-BOJONEGORO. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). www.quirk.biz
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management Edisi 15e*. Global Edition. Pearson Prentice.
- Khotimatul, K. G. (2017). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DUNKIN DONUT BANDUNG. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 30.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta : Prenadamedia Group.
- Kusumawardani. (2019). PERANCANGAN IKLAN MEDIA CETAK

MAKARONI NYUK UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI MAKANAN RINGAN YANG BERCITA RASA UNIK DAN BERGIZI. 14.

Oktavia, F. (2016). UPAYA KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MEMEDIASI KEPENTINGAN PT. BUKIT BORNEO SEJAHTERA DENGAN MASYRAKAT DESA LONG LUNUK. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.

Oktaviani, N. (2022). AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM FATHROMY DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.

Putranto, TD, Suyanto, B., & Ariadi, S. (2022). Digital Marketing Communication of Skincare Products to Develop men's Consumptive Behaviour". (*Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*), Vol.6(01), 199–212. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.4346>

Permadi, G., & Si, S. M. (2016). PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (*BRAND AWARENESS*) PADA MOTOR HONDA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIA DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU). In *JOM FISIP* (Vol. 3, Issue 2).

Putri, A. C. T. (2021). Aktivitas Dazzle Meningkatkan *Brand awareness* Melalui Media Sosial Instagram @ Promodazzle. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 258–268.

Putri, Fretika, Widyatmaja, I. Gusti Ngurah, Rahyuda, Irma, Studi, Program, Iv, Diploma, Pariwisata, Fakultas, & Udayana, Universitas. (2019). Aktivitas komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Awarness* pengelolaan manajemen vila di bali coconut living. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 3(1), 226–239.

Rakhmadhona, Nur Sella. (2020). Upaya Meningkatkan *Brand awareness* NSR Skirt Melalui Aktivitas komunikasi Pemasaran Media Sosial. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 47. <https://doi.org/10.37535/103001120204>

Ramadhaniyah, U., Cahyo, B., Shah, A., & Ekoputro, W. (2023). Aktivitas komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand awareness* Things

About Them. SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi, 2(1), 167–175.

Rizky Aditya, W., Elysa Lubis, E., & Jurusan Ilmu Komunikasi-Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Ms. (2017). AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru). In JOM FISIP (Vol. 4, Issue 1).

Susanto, Susanto, & Sari, Afrina. (2020). Aktivitas komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan *Brand awareness*. SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 108. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1540>


Świtła, M., Gamrot, W., Reformat, B., & Bilińska-Reformat, K. (2018). The influence of *brand awareness* and *brand image* on *brand equity* – an empirical study of logistics service providers. Journal of Economics and Management, 33, 96–119. <https://doi.org/10.22367/jem.2018.33.06>

Wibisono, D. (2020). Marketing Strategy of Madilog Coffee Shop using Influencers through Instagram Social Media. J. Ad'ministrare, 7(1), 191.

Zhou, L., & Xue, F. (2021). Show products or show people: An eye-tracking study of visual *branding* strategy on Instagram. Journal of Research in Interactive Marketing, 15(4), 729-749.




TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Dwi Erti Wahyu Sejati
NIM : 201810040311205

Hasil Plagiasi : 24/a 24/a 25/a 30/a 0% 24

BAB I	32	14			BAB IV	0			
BAB II	23	21	17		BAB V	0			
BAB III	79	64	35	29 6	BAB VI				

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 22 April 2024
Admin Plagiasi Prodi,
M. Dasuki



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:
AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
(STUDI PADA PORTAL ONLINE DIADONA.ID)

Oleh: Dwi Esti Wahyu Sejati

Nama : Dwi Esti Wahyu Sejati

NIM : 201810040311205

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 14 Mei 2024

Pembimbing I/Promotor

Dr. Joko Susilo, M.Si

NIP. 10397090342



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Pusat)
F: +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 148 (Pusat)
F: +62 341 382 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Pusat)
F: +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id