

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DBL ACADEMY
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI
PROGRAM BASKETBALL CLINIC**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

PATRICIA ANGGRAENI PRATIWI

NRP. 1423014007

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2018

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DBL ACADEMY
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI
PROGRAM *BASKETBALL CLINIC***

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh:

PATRICIA ANGGRAENI PRATIWI

NRP. 1423014007

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Patricia Anggraeni Pratiwi

NRP : 1423014007

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**Strategi Komunikasi Pemasaran DBL Academy Dalam Membangun
*Brand Awareness Melalui Program Basketball Clinic***

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar saya dicabut.

Surabaya, 7 Mei 2018

Penulis



Patricia Anggraeni Pratiwi

NRP. 1423014007

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Strategi Komunikasi Pemasaran DBL Academy Dalam Membangun
Brand Awareness Melalui Program Basketball Clinic

Oleh :

Patricia Anggraeni Pratiwi

NRP : 1423014007

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom. (.....)

NIK. 142.10.0651

Pembimbing I : Finsensius Y P, S.Sos., M.Med.Kom (.....)

NIK. 142.09.0633

Surabaya, 7 Mei 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Senin, 7 Mei 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,
Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si
NIK. 142.09.0647



Dewan Penguji:

Ketua	: Anastasia Y.W, S.Sos., M.Med.Kom (	
	NIK. 142.09.0634	
Sekretaris	: Finsensius Y P, S.Sos., M.Med.Kom (	
	NIK. 142.09.0633	
Anggota	: Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom (	
	NIK. 142.10.0651	
Anggota	: Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si (	
	NIK.142.09.0647	

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Patricia Anggraeni Pratiwi

NRP : 1423014007

Menyetujui Skripsi saya

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran DBL Academy Dalam
Membangun *Brand Awareness* Melalui Program *Basketball Clinic***

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Mei 2018

Yang menyatakan,



Patricia Anggraeni Pratiwi

KATA PERSEMBAHAN

Karya kecil ini merupakan persembahan dari penulis untuk Tuhan Yesus Kristus dan kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan yang amat sangat berarti bagi penulis. Dan terima kasih kepada seluruh Dosen, Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala, kekasih dan seluruh sahabat yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu proses selesainya tugas akhir ini.

Surabaya, 7 Mei 2018

Patricia Anggraeni Pratiwi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat, kasih, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada fakultas ilmu komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, baik secara moral dan materi, diantaranya :

1. Orang tua penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih banyak Mama Papa yang selalu menanyakan kapan lulus kuliah dan selalu jadi motivasi untuk bisa melakukan yang terbaik. Maaf penulis yang selalu merepotkan selama 21 tahun ini.
2. Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.Med.Kom. selaku pembimbing skripsi yang selalu sabar, mendukung serta memberikan waktu bagi mahasiswa untuk melakukan konsultasi, dan selalu memberikan senyuman saat bimbingan kepada penulis hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maafkan saya yang selalu merepotkan Ibu, saya sayang Bu Intan
3. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom selaku pembimbing skripsi yang selalu sabar, mendukung serta memberikan waktu bagi mahasiswa untuk melakukan konsultasi, dan selalu memberikan senyuman saat bimbingan kepada penulis hingga

penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maafkan saya yang selalu merepotkan Bapak.

4. Alm. Jonathan Acthur Jusuf Wijaya selaku kakak terbaik yang pernah ada. Terimakasih sudah menjadi motivasi untuk penulis menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu. Semoga skripsi ini bisa membahagiakan untukmu disana Ko.
5. Cynthia Kartika Dewi selaku kakak tercantik dan tersayang yang selalu rela setia menjadi tempat curhatan penulis saat mengerjakan skripsi ini.
6. Erlang Difa Pratama Thirta, orang special yang sangat sabar untuk terus mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi ini dan selalu memberikan semangat kepada penulis agar cepat menyelesaikan skripsi.
7. Eurika Devira Cattarina atau Yuri dan Asari Tri Hernadi atau Noel adik-adik special yang selalu menjadi hiburan bagi penulis disaat penulis merasa bosan selama pengerjaan skripsi ini.
8. Thalia Novalyn dan Elbert yang selalu memotivasi penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi ini. Dan penulis berterimakasih karena telah menemani penulis dari awal kuliah hingga akhirnya kita bisa lulus bersama.
9. DBL Academy yang bersedia menjadi objek penelitian dari penulis. Semoga apa yang menjadi hasil dari skripsi penulis dapat menjadi terbaik bagi DBL Academy.
10. Spesial juga terimakasih untuk Mbak Nabilla, Mas Fuad, dan Mas Alfian yang bersedia diganggu setiap saat oleh penulis. Semoga tulisan skripsi saya tidak mengecewakan untuk kalian.

11. Ayu Widiastuti, Siti Nurjana atau Ijem, Gabriella Garnis, Michelle Januardi telah menemani penulis untuk menulis skripsi ini. Terimakasih banyak sudah mau mendengarkan curhatan penulis selama kerja praktik. Sukses untuk kalian semua.

Penulis sangat berharap kepada para pembaca untuk bersedia memberikan kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan hasil yang positif bagi kita semua. Terima kasih.

Surabaya, 7 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Batasan Masalah.....	9
I.4 Tujuan Penelitian.....	9
I.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
II.1 Kajian Teori.....	11
II.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	11
II.1.2 Tahapan Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	14

II.1.3 Integrated Marketing Communications Tools.....	18
II.1.4 <i>Brand Awareness</i> sebagai Tujuan Komunikasi Pemasaran	22
II.1.5 Studi Kasus sebagai Metode.....	26
II.2 Bagan Kerangka Konseptual.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
III.2 Metode Penelitian.....	29
III.3 Subjek Penelitian.....	30
III.4 Objek Penelitian.....	30
III.5 Unit Analisis.....	30
III.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
III.7 Teknik Analisis Data.....	32
III.8 Teknik Triangulasi Data.....	33
BAB IV.....	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
IV.1 GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN.....	36
IV.1.1 Sejarah Perusahaan.....	36
IV.1.2 Visi dan Misi DBL Academy.....	37
IV.1.3 Logo Perusahaan.....	38
IV.2 PROFIL NARASUMBER.....	40
IV.2.1 Nabilla Abubakar Supervisor Marketing Communications DBL Academ.....	40
IV.2.2 Hasan Fuad Eksekutor Aktivitas Event DBL Academy.....	41
IV.2.3 Alfian Yasir Coach DBL Academy.....	42
IV.3 HASIL DAN TEMUAN DATA.....	43
IV.3.1 Karakter Segmentasi Sebagai Lokasi Roadshow Basketball Clinic.....	43

IV.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran DBL Academy Melalui Roadshow Basketball Clinic.....	55
IV.3.2.1 Tahapan Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran DBL Academy.....	55
IV.3.2.2 Kegiatan Promosi Dengan Cara Interaktif.....	60
IV.3.2.3 Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Roadshow Basketball Clinic.....	68
IV.3.2.4 Word Of Mouth sebagai Kekuatan Promosi DBL Academy.....	74
IV.3.2.5 Indikator Keberhasilan Roadshow Basketball Clinic.....	79
IV.3.3 IMC Tools Yang Digunakan DBL Academy.....	82
IV.3.3.1 Follow-up Orang Tua Siswa Sebagai Penjualan Langsung DBL Academy.....	84
IV.3.3.2 Instagram sebagai Pemasaran Internet.....	89
IV.3.3.3 Voucher Potongan Harga Sebagai Promosi Penjualan.....	91
IV.3.4 Konten Promosi di Instagram.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
V.1 Kesimpulan.....	97
V.2 Saran.....	98
V.2.1 Saran Akademis.....	98
V.2.2 Saran Praktis.....	99
Daftar Pustaka.....	100
Lampiran.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. IMC Untuk Membangun Ekuitas Merk	5
Gambar II.1. Tingkatan Brand Awareness	25
Gambar IV.1. Logo Perusahaan DBL Indonesia	38
Gambar IV.2. Logo Perusahaan DBL Academy	39
Gambar IV.3. Struktur Organisasi DBL Academy	40
Gambar IV.4. Profile Nabilla Abubakar-Marketing Communications	41
Gambar IV.5. Profile Hasan Fuad-Eksekutor Even DBL Academy	42
Gambar IV.7. Salah Satu Tahapan Measurement	44
Gambar IV.8. Level Beginner untuk Stages Starter	45
Gambar IV.9. Alur Proses Penerimaan Siswa baru DBL Academy	47
Gambar IV.10. Kegiatan DBL Academy-Internal Competitions	49
Gambar IV.11. Kegiatan DBL Academy-Mini Camp	49
Gambar IV.12. Kegiatan Roadshow Disekolah Al-Azhar 11	64
Gambar IV.13. Kegiatan Roadshow Basketball Clinic Di SD At-Taqwa64	
Gambar IV.14. Kegiatan Basketball Clinic Di SD Muhammadiyah IV	65
Gambar IV.15. Kegiatan Basketball Clinic Di SD Raudatul Jannah	65
Gambar IV.16. Unggahan DBL Academy di Akun Instagram @dblacademy	72
Gambar IV.17. Konsistensi Warna yang digunakan DBL Academy Diunggah Melalui Instagram	73
Gambar IV.18. Unggahan DBL Academy Melalui Instagram dengan Fitur Instasory dan Highlight	73
Gambar IV.19. Contoh Voucher Potongan Harga DBL Academy	92
Gambar IV.20. Konten Instagram DBL Academy	95
Gambar IV.21. Konten Instagram DBL Academy	95

ABSTRAK

Patricia Anggraeni Pratiwi, NRP 1423014007. Strategi Komunikasi Pemasaran *DBL Academy* Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Program *Basketball Clinic*

DBL Academy merupakan sekolah basket yang memiliki kurikulum Internasional atau WBA. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran dari DBL Academy dalam membangun kesadaran konsumen atau *brand awareness* melalui suatu program kegiatan *basketball clinic*. Terdapat enam tahapan strategi komunikasi pemasaran yang hanya digunakan lima tahapan oleh DBL Academy yaitu (*Review of the Marketing Plan*), Analisis Situasi Program Promosi (*Promotional Program Situation Analysis*), Analisis Komunikasi (*Analysis of the Communications Process*), Pengembangan Program komunikasi Pemasaran (*Developing the Integrated Marketing Communications Program*), Pemantauan, Evaluasi, dan Pengendalian (*Monitoring, Evaluation, and Control*).

Hasil dari penelitian ini adalah secara keseluruhan DBL Academy telah melakukan beberapa tahapan-tahapan yang telah dilakukan untuk membangun *brand awareness* khalayak dengan kegiatan-kegiatan yang tepat pada sasaran target DBL Academy yaitu anak-anak dan orang tua siswa.

Kata kunci: Strategi, Strategi Pemasaran, *Brand Awareness*, DBL Academy.

ABSTRACT

Patricia Anggraeni Pratiwi, NRP 1423014007. Marketing Communication Strategy of DBL Academy to develop brand awareness through basketball clinic.

DBL academy is a basketball school that has international curriculum or WBA. This research focus on marketing communication strategy of DBL academy to develop brand awareness through basketball clinic event. DBL Academy use five of six steps of marketing communication strategy there are Review of the marketing plan, Promotional program situation analysis, Analysis of the communication process, Developing the integrated marketing communication program, Monitoring, evaluation, and control.

The result of this research is DBL academy has done few of those steps of marketing communication strategy to develop their brand awareness by creating a right-on-target event for children and parents of the student.

Keyword: *Strategy, Marketing Strategic, Brand Awareness, DBL Academy*