

**POLA PENCIPTAAN *BRAND EQUITY* MELALUI
MEDIA FILM**

**(Studi Kasus Tentang Pola Penciptaan *Brand Equity* Paddle Pop Melalui
Film Animasi Paddle Pop Kombatei)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.I.Kom)

Disusun oleh :

CATUR PAMUNGKAS

03 09 02310 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN

POLA PENCIPTAAN *BRAND EQUITY* MELALUI MEDIA FILM
(Studi Kasus Tentang Pola Penciptaan *Brand Equity* Paddle Pop Melalui
Film Animasi Paddle Pop Kombatei)

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (satu)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

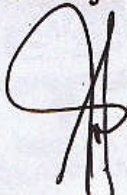
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh :

Catur Pamungkas

03 09 02310

Disetujui oleh :



F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : POLA PENCIPTAAN *BRAND EQUITY* MELALUI MEDIA
FILM

(Studi Kasus Tentang Pola Penciptaan *Brand Equity* Paddle Pop
Melalui Film Animasi Paddle Pop Kombatei)

Penyusun : Catur Pamungkas

NIM : 03 09 02310

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari / Tanggal : 11 Juli 2011

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran

Tim Penguji

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, MA.
Penguji I

Dhyah Ayu Retno W., M.Si.
Penguji II



[Handwritten signature of F. Anita Herawati]

[Handwritten signature of Y. Bambang Wiratmojo]

[Handwritten signature of Dhyah Ayu Retno W.]

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Alasan pasti akan selalu ada.
Waktu tetap akan selalu berjalan.
Jika bukan sekarang, kapan?
Jika bukan kamu, siapa?”*

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk mereka
yang selalu menyebut namaku dalam setiap doa mereka.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Catur Pamungkas

NIM : 03 09 02310

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : POLA PENCIPTAAN *BRAND EQUITY* MELALUI MEDIA
FILM

(Studi Kasus Tentang Pola Penciptaan *Brand Equity* Paddle Pop
Melalui Film Animasi Paddle Pop Kombatei)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir ini benar-benar saya
kerjakan sendiri.

Tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, bukan pencurian karya
milik orang lain, bukan hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya, ataupun
segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis
tugas akhir saya secara otentik dan orisinal.

Pernyataan ini sungguh saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada
tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik
dalam institusi ini.

Yogyakarta, 23 Juli 2011

Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
PAJAK PEMERINTAH RI
TGL
BBFC/AF402657766
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP
Catur Pamungkas

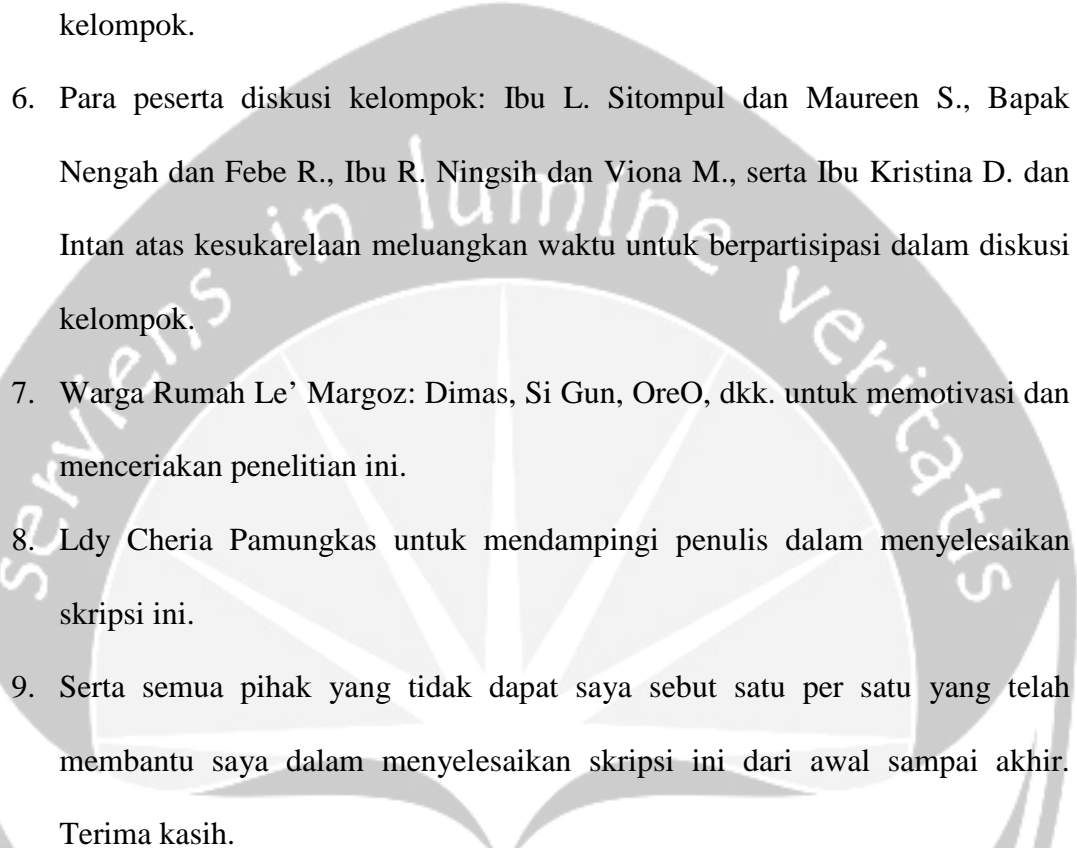
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam proses penyusunannya, penulis benar-benar belajar dalam memahami masalah-masalah penelitian hingga akhirnya skripsi ini dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial. Sebagai sebuah harapan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang ingin menjadikannya sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit untuk terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan kontribusinya, baik material maupun spiritual khususnya kepada:

1. Tuhanku, Yesus yang telah merestui semua doa dan harapan anak-Nya.
2. Ibu Anita Herawati selaku dosen pembimbing, terima kasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis dari awal sampai akhir.
3. Bpk. Bambang dan Ibu Ayu selaku penguji hasil penelitian ini untuk memberi masukan dan koreksi.
4. Babe, Mak Nyak, dan keluarga besar Martomo SA untuk semua doa, dukungan, dan selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan studi.

- 
5. Majelis gereja GKI Karet Tangerang atas bantuan dalam menyediakan tempat, waktu, dan fasilitas pendukung untuk pengumpulan data dalam diskusi kelompok.
 6. Para peserta diskusi kelompok: Ibu L. Sitompul dan Maureen S., Bapak Nengah dan Febe R., Ibu R. Ningsih dan Viona M., serta Ibu Kristina D. dan Intan atas kesukarelaan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam diskusi kelompok.
 7. Warga Rumah Le' Margoz: Dimas, Si Gun, OreO, dkk. untuk memotivasi dan menceriakan penelitian ini.
 8. Ldy Cheria Pamungkas untuk mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
 9. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebut satu per satu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal sampai akhir.
Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Kerangka Teori.....	4
1. <i>Brand</i>	4
2. <i>Brand Equity</i>	5
3. Film.....	16
4. Film Animasi.....	31
5. Pola Penciptaan.....	34

F.	Kerangka Konsep.....	35
G.	Metodologi Penelitian	
	1. Jenis Penelitian.....	66
	2. Sifat Penelitian.....	67
	3. Metode Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	68
	a. Data Primer.....	69
	b. Data Sekunder.....	72
	4. Teknik Analisis Data.....	73
	5. Uji Keabsahan Data.....	75

BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A.	Latar Belakang Pembuatan Film.....	77
B.	Sinopsis Film Paddle Pop Kombatei.....	85
C.	Tokoh-Tokoh Dalam Film Paddle Pop Kombatei.....	91

BAB III. HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA

A.	Temuan Data.....	97
	A.1. Film secara umum.....	98
	A.2. <i>Brand Awareness</i>	102
	A.3. <i>Brand Associations</i>	104
	A.4. <i>Perceived Quality</i>	108
	A.5. <i>Brand Loyalty</i>	109

B.	Analisis Data.....	112
	B.1. Film secara umum.....	113
	B.2. <i>Brand Awareness</i>	116
	B.3. <i>Brand Associations</i>	120
	B.4. <i>Perceived Quality</i>	124
	B.5. <i>Brand Loyalty</i>	127

BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN

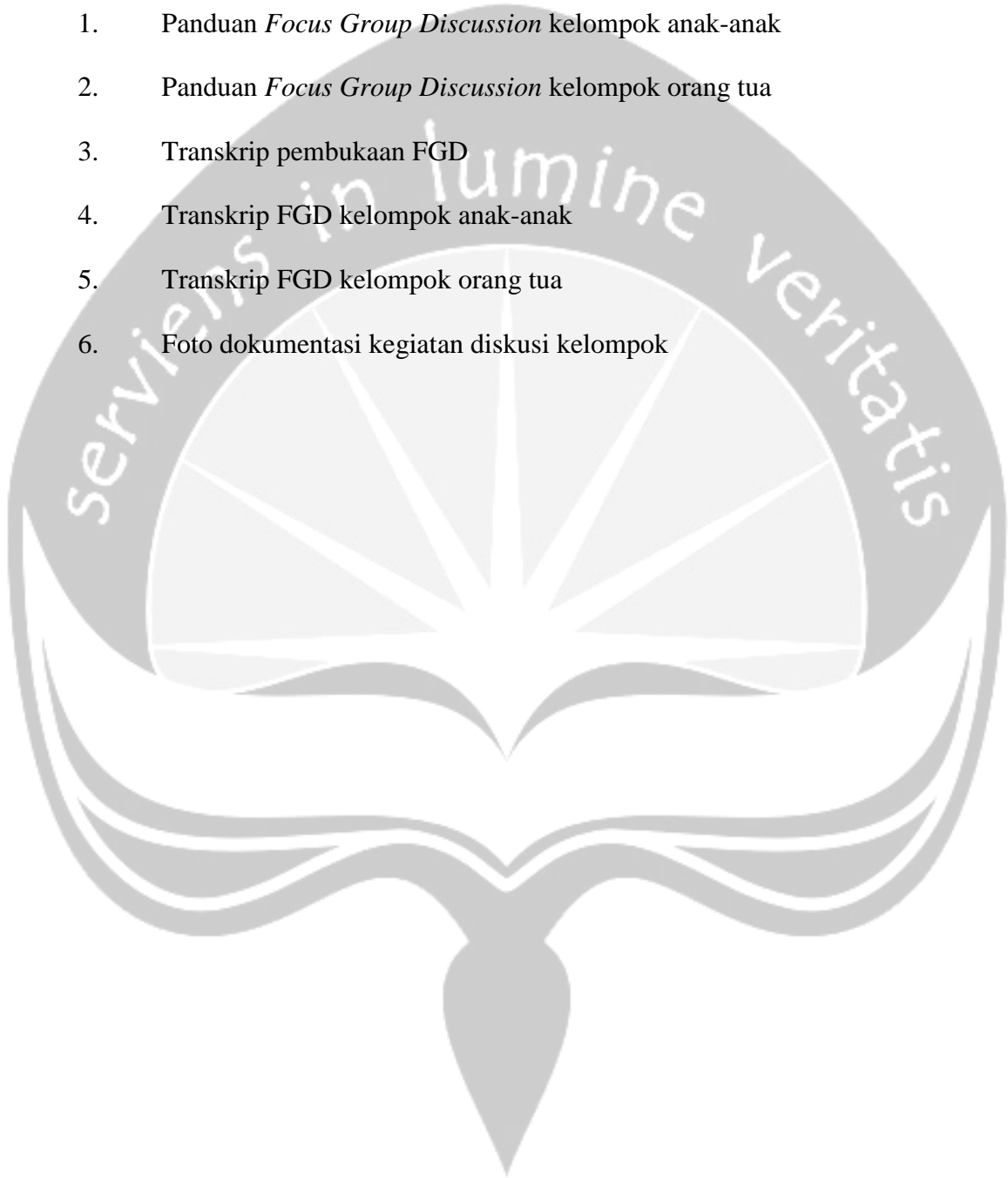
A.	Kesimpulan.....	136
	1. Film secara umum.....	136
	2. Pola Penciptaan <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Film.....	137
	3. Pola Penciptaan <i>Brand Associations</i> Melalui Media Film.....	137
	4. Pola Penciptaan <i>Perceived Quality</i> Melalui Media Film.....	138
	5. Pola Penciptaan <i>Brand Loyalty</i> Melalui Media Film.....	138
B.	KRITIK.....	140
C.	SARAN.....	141
	DAFTAR PUSTAKA.....	142
	LAMPIRAN.....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Bagan Kerangka Konsep.....	65
Gambar 2.	Paddle Pop Lion.....	91
Gambar 3.	Liona.....	92
Gambar 4.	Fahn.....	92
Gambar 5.	Master Long.....	92
Gambar 6.	Kaow Tom.....	92
Gambar 7.	Yuki.....	93
Gambar 8.	Shadow Master.....	93
Gambar 9.	Black Dragon.....	93
Gambar 10.	Tiger Khan.....	94
Gambar 11.	Cobra King.....	94
Gambar 12.	Lady Fox.....	94
Gambar 13.	The Croc.....	95
Gambar 14.	Pola Penciptaan Ekuitas Merek Melalui Media Film.....	133

DAFTAR LAMPIRAN

1. Panduan *Focus Group Discussion* kelompok anak-anak
2. Panduan *Focus Group Discussion* kelompok orang tua
3. Transkrip pembukaan FGD
4. Transkrip FGD kelompok anak-anak
5. Transkrip FGD kelompok orang tua
6. Foto dokumentasi kegiatan diskusi kelompok



ABSTRAK

Ekuitas merek dapat diciptakan melalui berbagai media, salah satunya adalah media film. Paddle Pop melalui film animasi Paddle Pop Kombatei, mengkomunikasikan pesan-pesan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan dan bahkan meningkatkan ekuitas merek Paddle Pop. Film ini mencoba meningkatkan kesadaran merek, memperluas asosiasi merek, menciptakan persepsi positif terhadap merek, dan memberikan kepercayaan untuk bisa menjadi loyal terhadap merek Paddle Pop. Penelitian ini akan menggunakan teori-teori yang terkait dengan topik, yaitu teori ekuitas merek yang akan dikaitkan dengan teori film untuk menemukan sebuah pola penciptaan ekuitas merek. Penelitian ini bersifat studi kasus tentang merek Paddle Pop yang menggunakan media film untuk tujuan ekuitas merek. Metode pengumpulan data sendiri akan menggunakan FGD sebagai data primer dan studi literatur dan pustaka sebagai data sekunder.

Film Paddle Pop Kombatei merupakan film hasil produksi kolaborasi dari beberapa negara seperti Indonesia, Thailand, Singapura. Film ini memiliki nilai cerita yang mengajarkan kebaikan, pantang menyerah, keberanian, dan banyak nilai-nilai moral lainnya. Selain itu film ini dapat menjadi representasi merek Paddle Pop karena memiliki kepribadian, identitas, serta juga termasuk kebijakan-kebijakan perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menemukan banyak data yang menarik. Kesadaran merek dapat diciptakan, asosiasi merek dapat diperluas dalam pemaknaan konsumen, persepsi positif terhadap merek Paddle Pop, dan menumbuhkan kepercayaan terhadap merek Paddle Pop itu sendiri. Data penelitian menunjukkan konsumen sulit memaknai peran sentral produk akan tetapi konsumen memaknai bahwa sang tokoh utama yang menjadi penggerak cerita.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ekuitas merek dapat diciptakan melalui unsur-unsur pembentuk film seperti narasi, tokoh, dan unsur sinematik. Loyalitas konsumen sebagai inti dari ekuitas merek berada dalam arti percaya dan yakin terhadap kepribadian, nilai-nilai, perilaku merek Paddle Pop sehingga konsumen loyal terhadap Paddle Pop.

Keyword: ekuitas merek, film, pola persepsi