

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
DU ANYAM DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE*
KONSUMEN**



SKRIPSI

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

oleh

STEFANIE AGNESIA VILLIANA

17 090 6191 / KOM

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DU ANYAM DALAM
MEMBENTUK *BRAND IMAGE* KONSUMEN**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh

STEFANIE AGNESIA VILLIANA

17 090 6191 / KOM

disetujui oleh :


Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

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

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Du Anyam Dalam
Membentuk *Brand Image* Konsumen

Penyusun : Stefanie Agnesia Villiana

NPM : 170906191

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

Hari/ tanggal : Jumat, 26 November 2021

Waktu : 13.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Dr. G Arum Yudarwati S.I.P., M. Mktg Comm.

Penguji Utama



Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro, T., M.I.Kom

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stefanie Agnesia Villiana

Nomor Pokok Mahasiswa : 170906191

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Implementasi Komunikasi Pemasaran Du Anyam
Dalam Membentuk *Brand Image* Konsumen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 8 November 2021

Saya yang menyatakan,



Stefanie Agnesia Villiana

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur. Damai sejahtera Allah, yang melampaui segala akal, akan memelihara hati dan pikiranmu dalam Kristus Yesus.”

Filipi 4:6-7

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat kasih karunia serta penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan hingga akhir penulisan skripsi dengan judul ***“Implementasi Komunikasi Pemasaran Du Anyam Dalam Membentuk Brand Image Konsumen”***, sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam melakukan penyusunan skripsi ini, penulis melewati berbagai dinamika yang tentunya tidak mudah untuk dihadapi. Namun, dengan banyaknya dinamika tersebut, pada akhirnya penulis berhasil menyelesaikannya. Berkat dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selama ini selalu menyertai, membimbing, mendampingi dan memberikan ketenangan dalam proses mengerjakan skripsi. Memberikan ketenangan dan selalu menunjukkan kasih-Nya baik kepada saya maupun kepada semua orang di sekitar saya secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam proses dinamika saya dalam mengerjakan skripsi.
2. Papi, Mami, dan Cing - Cing selaku keluarga inti penulis, yang selalu memberikan dukungan dan doa pada setiap revisi yang penulis kirimkan. Walaupun terpisah oleh jarak, semangat yang diberikan lewat telepon dan *videocall* dan tidak memberikan tekanan dalam proses mencapai kelulusan saya. Tidak lupa kata-kata Mami, *“gak papa ce, yang penting pasti bisa lulus, gapapa ga cepat kok”*. Penulis sangat bersyukur dan berterima kasih karena telah menjadi penyemangat utama
3. Ibu Sherly Hindra Negoro, S. I. Kom., M. I. Kom selaku dosen pembimbing penulis, yang selalu sabar memberikan masukan, membaca penulisan yang sering *typo*, serta menjadi pencerah dalam proses mengerjakan skripsi hingga selesai.

4. Stefanie Agnesia Villiana yaitu penulis sendiri, yang selalu mencoba untuk terus semangat, konsisten, dan penuh kesabaran serta kuat untuk menghadapi dinamika pengerjaan skripsi hingga akhirnya mampu menyelesaikan dengan baik dan sesuai target.
5. Keluarga besar penulis, terima kasih selalu memberikan dukungan via grup dan komentar melalui DM Instagram maupun telepon dan transferan.
6. Kawan-kawan SMA yang sudah seperti kakak, yaitu Parid, Yudhi, Thomase, dan Wildan yang menjadi penghibur serta penyemangat selama ini. Yang menerima segala cerita dan sambatan di waktu-waktu yang *random*.
7. Soka Sebelas, Kak Nico, Kak Pojan, Yoga, Depi, Trisha, Dinda, Irma, terima kasih selalu menjadi salah satu tempat bagi penulis untuk bisa bertukar cerita dan menghibur di sela-sela proses skripsi yang berat.
8. *Sister not by the blood*, Felicia, Kak Dhita, Kak Dea, Isrina dan Anyu yang selalu memberikan dukungan dengan jalan-jalan bersama, *videocall*, telepon, *chat* bahkan komentar dan DM Instagram. Penulis sangat bersyukur dengan hadirnya orang-orang tersebut selama proses perkuliahan dan skripsi ini berlangsung.
9. Teman - teman Jogja, orang-orang baik kiriman Tuhan yang dipertemukan di akhir-akhir masa proses Skripsi, Noob, Ciba, Arya, Kelley, Ian, Cory, Reynold, Syeva, Reyna, Gaby Sianturi, Ge, Kepin, Nico, Debo, Cent hingga Kak Sano dan kakak-kakak Dusbir yang menjadi tempat penulis untuk bisa bergembira dan bersenang-senang bahkan saling bertukar cerita satu sama lain.
10. Tim Eitmiles; Tarakan, Aldy, Akram, Meks, Ucil, Kak Dea, Samad, Iyo, penyemangat di waktu yang tidak bisa diprediksi, walaupun satu sama lain jarang bertemu, sehingga memberikan dukungan via teks dan memberikan energi yang baik.
11. Teman-teman penulis yang ditemui di Jogja dan semasa kuliah bahkan saat bekerja menyambi skripsi, Kelas A “Pecundang”, Benita, Serly, Mia, Gaby Gabriella yang selalu mau ditanyai oleh penulis ketika bingung, Vania, Cindy, Tinita, Migi, Acel, Olin, Monic, Kak Natan, Kak Tama, dan teman-teman lain

yang belum disebutkan, terima kasih untuk semangat, motivasi, dan berbagai cerita yang dibagikan, bahkan saran dan masukannya.

12. Teman-teman virtual, di media sosial penulis, yang menjadi tempat penulis membagikan berbagai cerita, sambat, hingga mengutarakan berbagai situasi dan perasaan, terima kasih sudah bersedia menampung dan menjadi pembaca dan *viewer* bahkan memberikan semangat melalui DM dan *reply* hingga mengirimkan paket.
13. Bapak dan Ibu penjaga kos, yang selalu memberikan dukungan dengan masakan dan juga perhatian mulai dari awal masuk kos hingga sekarang.
14. Orang-orang yang ada di organisasi maupun kepanitiaan serta civitas kampus yang penulis pernah terlibat, Koko Cici Jogja, FKMKKT, JCACC, Pasar Kangen 2021, FISTFEST, Kine, FISTCUP, Inisiasi FISIP, dan yang tidak disebutkan, yang membantu penulis menjadi semakin berkembang dan menjadi pribadi yang maju dan bertemu dengan banyak orang baru serta menambah pengalaman.
15. Orang-orang yang ada di sekitar penulis yang mungkin belum sempat disebutkan namanya, terima kasih sudah menjadi penyemangat secara langsung/ tidak langsung.
16. Pinpin dan Lulu, yaitu laptop dan motor penulis yang menjadi alat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Kedua benda ini benar-benar berjasa dalam proses penyelesaian skripsi penulis.
17. Du Anyam, sebagai wadah dan sumber data bagi penulis dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih telah menerima dan memberikan kesempatan untuk bisa bergabung dan menjadi objek penelitian penulis.

Akhir kata, penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, semoga kedepannya skripsi ini dapat dilengkapi dan disempurnakan. Semoga skripsi ini juga dapat memberikan manfaat dan berkat bagi penelitian selanjutnya dan yang membaca.

Yogyakarta, 8 November 2021


Stefanie Agnesia Villiana

STEFANIE AGNESIA V.

NPM: 17 09 06191/ KOM

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DU
ANYAM DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE* KONSUMEN**

ABSTRAK

Du Anyam merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang *social enterprise* dan melakukan pemberdayaan terhadap mama-mama yang ada di wilayah Timur Indonesia. Du Anyam bergerak dalam usaha kerajinan anyaman yang pasar utamanya adalah B2B. Kehadiran Du Anyam sebagai salah satu produk anyaman lokal menarik perhatian karena implementasi komunikasi pemasaran yang diterapkan terbilang berbeda dari perusahaan lainnya. Mengulik lebih jauh mengenai implementasi komunikasi pemasaran yang Du Anyam lakukan dalam membentuk *brand image* menjadi tujuan dari penelitian ini. Terlebih *brand image* yang dibangun pada konsumen terlihat berhasil tertanam di benak konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan proses pengumpulan data melalui wawancara terhadap dua narasumber yaitu *Head of Business Development & Marketing* serta salah satu staff *Marketing & Sales* Du Anyam. Tidak sampai di situ, penelitian ini juga dilengkapi dengan data melalui studi pustaka dan sumber dari web Du Anyam. Dalam proses menemukan hasil, maka dilakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data.

Peneliti berhasil menemukan bahwa implementasi komunikasi pemasaran Du Anyam melalui konsep *storytelling*, menampilkan cerita dibalik produk dan mama-mama penganyam menjadi implementasi komunikasi pemasaran yang efektif. Dengan menentukan target pasar yang tepat dan memahami *value* apa yang dimiliki oleh sebuah perusahaan serta memanfaatkan berbagai media komunikasi dengan tepat akan membentuk *brand image* yang tepat pada konsumen. Du Anyam mampu membentuk *brand image* positif dan menunjukkan bahwa produk anyaman yang dimiliki bukan hanya sekadar produk namun juga ada *value* yang ditawarkan, yaitu mengenai pemberdayaan dan dampak sosial terhadap komunitas yang dibina.

Kata Kunci: *Implementasi, Komunikasi Pemasaran, Brand Image, Konsumen*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	13
C. TUJUAN PENELITIAN	13
D. MANFAAT PENELITIAN.....	13
1. MANFAAT AKADEMIS	13
2. MANFAAT PRAKTIS.....	14
E. KERANGKA TEORI.....	14
1. IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN	15
2. <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK)	23
3. KONSUMEN	33
F. KERANGKA KONSEP	39
G. METODOLOGI PENELITIAN	44
1. METODE PENELITIAN	44
2. JENIS PENELITIAN	45
3. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	46
4. LOKASI PENELITIAN	47
5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	47
6. TEKNIK ANALISIS DATA	48

7. VALIDITAS DATA.....	50
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN	51
A. SEJARAH DU ANYAM.....	51
B. PROFIL PERUSAHAAN	54
C. VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	55
D. STRUKTUR ORGANISASI DARI DU ANYAM.....	56
E. LOKASI DU ANYAM.....	57
F. <i>VALUE</i> DU ANYAM.....	57
G. LOGO DU ANYAM	60
H. PENCAPAIAN DU ANYAM	60
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN	63
A. TEMUAN HASIL PENELITIAN	63
B. ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	92
BAB IV PENUTUP	118
A. KESIMPULAN	118
B. SARAN	119
1. SARAN AKADEMIS	119
2. SARAN PRAKTIS.....	120
DAFTAR PUSTAKA	121



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi Umkm Terhadap PDB Indonesia 2010-2018	3
Gambar 1.2 The Scope Of Marketing Communications	16
Gambar 1.3 <i>Brand Value Model</i> (Išoraitė, 2020)	28
Gambar 1.4 <i>Brand Value Model</i>	36
Gambar 1.5 Implementasi Komunikasi Pemasaran Du Anyam Dalam Membentuk <i>Brand Image</i> Kepada Konsumen	45
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Du Anyam	59
Gambar 2.2 <i>Social Impact</i> Du Anyam	61
Gambar 2.3 Persentase Kemajuan Yang Diperoleh Du Anyam	62
Gambar 2.4 Logo Du Anyam	63
Gambar 3.1 Implementasi Komunikasi Pemasaran Du Anyam	71
Gambar 3.2 Implementasi Komunikasi Pemasaran Du Anyam	71
Gambar 3.3 Pesan/ <i>Value</i> Du Anyam	86
Gambar 3.4 Pesan/ <i>Value</i> Du Anyam	87
Gambar 3.5 Instagram Du Anyam	92
Gambar 3.6 Website Du Anyam	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	123
Lampiran 2 Transkrip	128



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Du Anyam.....	56
--------------------------------	----

