

**KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM UPAYA  
MEMBENTUK *BRAND AWARENESS*  
(Studi Kasus pada Mie Ayam Level Mas No, Semarang)**



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

Oleh:

**PUTU AYU WIDI SEFTYANING WIRATSARI**

**180906593**

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

2024

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM UPAYA MEMBENTUK**

***BRAND AWARENESS***

**(Studi Kasus pada Mie Ayam Level Mas No, Semarang)**

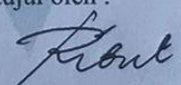
**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

**PUTU AYU WIDI SEFTYANING WIRATSARI**  
180906593

Disetujui oleh :

  
**Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D.**

Dosen Pembimbing

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

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Membentuk *Brand Awareness*  
(Studi Kasus pada Mie Ayam Level Mas No, Semarang)

Penyusun : Putu Ayu Widi Seftyaning Wiratsari

NPM : 180906593

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu 12 Juni 2024

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

**Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom**

Penguji Utama

**Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D.**

Penguji I

**Dr. Dhyah Ayu Retno W., S.Sos., M.Si.**

Penguji II

**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., MA**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Putu Ayu Widi Seftyaning Wiratsari  
Nama : 18 090 6593  
NPM : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam  
Judul Karya Tulis : Membentuk *Brand Awareness* (Studi Kasus  
pada Mie Ayam Level Mas No, Semarang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 29 Mei 2024  
Saya yang menyatakan



Putu Ayu Widi Seftyaning Wiratsari

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, peneliti diberi kelancaran untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Membentuk *Brand Awareness* (Studi Kasus pada Mie Ayam Level Mas No, Semarang)”** sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama penulisan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan Adik yang selalu mendukung dan percaya bahwa peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
2. Bapak Nobertus Ribut, dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat dan solusi terbaik kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
3. Nia Amandha Dewi yang selalu menemani peneliti selama mengerjakan skripsi, memberikan semangat, menghibur dengan segala kelucuannya. *I'm your Patrick, you're my Spongebob, let's be friends forever.*
4. Angela Merici, Vattaya Zahra, Dominico Almo, Natasha Rose, Khadziya Maharani, Julia Tara, Puspita Erlina, Risky Rachmandalena, Dena, Galuh, Salsa, seluruh sahabat peneliti yang selalu yakin akan kemampuan peneliti dalam mengerjakan skripsi.

5. Bernadeta Putri, Arya Bagas, Laksmay Alshika, Riana Dwiyani, Pande Putu Devia, Nindya Pintaanika, Erika Kawengian, Katharina Kintan, Monica Ratna, Adis, Aurelia Xena, Ading, Daffa, Tata Radita, Sansan, teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 yang selalu menjadi *support system* dalam mengerjakan tugas kuliah hingga skripsi.
6. Tezza Hillary, Windy Elprida, Stephanie Pascalita, Brigitta Martiana, Erica Sutandi, Cindy Ellen, Yohanes Paulus, seluruh rekan kerja yang tidak pernah lelah mengingatkan peneliti untuk mengerjakan skripsi.
7. Ario Setya, Ayodya Putra, Nabila Pratiwi (Signatura), Tubagus Abdan (Daily Favor), Candra (Wohng *Coffee*), Ayuujn (Satu Lokasi) selaku sahabat dan barista di kedai kopi tempat peneliti mengerjakan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan sehingga peneliti memohon maaf dan menerima kritik serta saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna, baik bagi peneliti dan pembaca.

Yogyakarta, 27 Mei 2024



Putu Ayu Widi Seftyaning Wiratsari

Putu Ayu Widi Seftyaning Wiratsari

No. Mhs: 180906593

## **ABSTRAK**

Usaha makanan dan minuman (F&B) merupakan lini bisnis yang sangat diminati oleh para pengusaha, sehingga menciptakan persaingan ketat antara berbagai merek. Dalam situasi pasar yang kompetitif ini, penting bagi merek F&B untuk membangun kesadaran merek (*brand awareness*) agar produk atau jasa yang dipasarkan dikenal dan diingat oleh konsumen. Komunikasi pemasaran yang baik dan tepat sasaran menjadi kunci dalam mencapai tujuan ini.

Penelitian ini berfokus pada Mie Ayam Level Mas No, sebuah merek mie ayam goreng level yang berdiri sejak tahun 2012 di kota Semarang dan tetap bertahan meskipun menghadapi persaingan ketat dari merek serupa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mengumpulkan data berupa kata-kata dan gambar untuk menganalisis bagaimana Mie Ayam Level Mas No menerapkan komunikasi pemasaran dalam upaya membentuk *brand awareness*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mie Ayam Level Mas No telah menerapkan bauran promosi yang meliputi promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan penjualan pribadi. Namun, periklanan sebagai komponen yang juga penting dari bauran promosi belum diterapkan secara maksimal. Oleh karena itu, peningkatan pada aspek periklanan perlu dilakukan untuk memperkuat kesadaran merek dan mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif.

Kata kunci: kesadaran merek, komunikasi pemasaran, makanan dan minuman, Mie Ayam Level Mas No.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori .....	8
1. Komunikasi Pemasaran .....	8
2. <i>Brand Awareness</i> .....	10
F. Kerangka Konsep.....	13



G. Metodologi Penelitian .....	14
1. Jenis Penelitian .....	14
2. Subjek Penelitian .....	14
3. Objek Penelitian.....	14
4. Teknik Pengumpulan Data.....	15
5. Teknik Analisis Data .....	16
BAB II DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN .....	18
A. Deskripsi Mie Ayam Level Mas No.....	18
B. Profil Narasumber.....	18
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....	23
A. Temuan Data .....	23
B. Analisis Data.....	39
BAB IV PENUTUP .....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	50
MATRIKS WAWANCARA.....	52
LAMPIRAN .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Warung Mie Level Mas No di Semarang.....	18
Gambar 2.2 Sajian Mie Ayam Goreng Level Mas No.....	19
Gambar 2.3 Menu Mie Ayam Level Mas No.....	20
Gambar 2.4 Foto Adistya Ratu.....	21
Gambar 2.5 Foto Mega Galuh.....	22
Gambar 2.6 Tampilan akun Instagram Mie Ayam Level Mas No.....	29
Gambar 2.7 Tampilan akun Twitter Mie Ayam Level Mas No.....	30

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Matriks Wawancara.....	52
---------------------------------	----

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	13
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN ADISTYA RATU.....	54
LAMPIRAN II TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN MEGA GALUH.....	58
LAMPIRAN III HASIL TURNITIN.....	61