

**PERBANDINGAN IMPLEMENTASI *ADVERTISING*
*CAMPAIGN***

**(Studi Dokumen tentang Perbandingan Implementasi Kampanye
Coca Cola “Open Happiness” Versus Pepsi “Refresh Everything”
Periode 2009 – 2011)**



SKRIPSI

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

Oleh

FRANCISCA HANNA FEBRIANTI

08 09 03619 / Kom

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

Perbandingan Implementasi *Advertising Campaign* (Studi Dokumen tentang Implementasi Kampanye Coca Cola “Open Happiness” Versus Pepsi “Refresh Everything” Periode 2009 – 2011)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Komunikasi

Disusun oleh :

FRANCISCA HANNA FEBRIANTI

No. Mhs : 08 09 03619/KOM

Disetujui oleh :

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

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

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perbandingan Implementasi *Advertising Campaign*
(Studi Dokumen tentang Implementasi Kampanye Coca Cola
"Open Happiness" Versus Pepsi "Refresh Everything" Periode
2009 –2011)

Penyusun : Francisca Hanna Febrianti

NIM : 08 09 03619

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/tanggal : Rabu/14 Agustus 2013

Pukul : 16.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP., M.Si

Penguji I

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

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Francisca Hanna Febrianti

No Mahasiswa : 08 09 03619

Judul Karya Tulis : **PERBANDINGAN IMPLEMENTASI *ADVERTISING* CAMPAIGN (STUDI DOKUMEN TENTANG PERBANDINGAN IMPLEMENTASI KAMPANYE COCA COLA “OPEN HAPPINESS” VERSUS PEPSI “REFRESH EVERYTHING” PERIODE 2009 – 2011)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis akhir ini benar – benar saya kerjakan sendiri.

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

Bila di kemudian hari ada dugaan kuat ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan saya, saya bersedia menjalani proses verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 30 Juli 2013

Saya yang menyatakan,



Francisca Hanna Febrianti

FRANCISCA HANNA FEBRIANTI

No.Mhs: 08 09 03619

**IMPLEMENTASI *ADVERTISING CAMPAIGN* BERDASARKAN
KOMPETITOR
(Studi Dokumen Tentang Pelaksanaan Kampanye Coca Cola “Open Happiness”
Versus Pepsi “Refresh Everything” Periode 2009 – 2011)**

ABSTRAK

Advertising campaign merupakan serangkaian bentuk iklan melalui berbagai media dan berpusat pada satu tema dalam satu waktu. Tujuan utama dari *advertising campaign* adalah menyampaikan pesan dalam suatu tema yang diluncurkan kepada masyarakat sehingga tema tersebut menjadi ciri khas produk. Peluncuran tema *campaign* oleh Coca Cola dan Pepsi yang merupakan rival dalam kategori *beverage* merupakan obyek dari penelitian ini. Kesuksesan sebuah tema *advertising campaign* dilihat dengan menggunakan parameter yaitu komponen Integrated Marketing Communication, alat bantu *advertising campaign*, tingkat keterlibatan *audience* serta tingkat penjualan dan *market share*.

Penelitian implementasi *advertising campaign* menurut kompetitor ini menggunakan metode studi dokumen. Dokumen yang dijadikan sumber data pada penelitian diambil dari berbagai situs yang menyediakan bentuk – bentuk implementasi termasuk artikel yang memiliki keterkaitan dengan tema *advertising campaign* Coca Cola Open Happiness dan Pepsi Refresh Everything.

Hasil yang diperoleh setelah membandingkan implementasi *advertising campaign* antara tema Open Happiness dan Refresh Everything adalah pelaksanaan tema Open Happiness lebih berhasil daripada Refresh Everything. Kesimpulan tersebut diambil melalui parameter yang digunakan. Coca Cola meraih banyak *audience* dalam *interactive media*, penjualan meningkat dan *market share* tetap berada pada posisi 1 skala global karena mengintegrasikan semua komponen secara optimal. Pepsi sendiri lebih banyak mengkomunikasikan pesan tema melalui *customer relationship marketing* dan *interactive media*. Penggunaan semua komponen *advertising campaign* yang tidak seimbang mengantarkan Pepsi mengalami kejatuhan *market share* di tahun 2010 dan 2011 di bawah Diet Cola.

Penelitian ini memberikan beberapa saran dari segi akademis bahwa perlu adanya pengurangan dalam mempelajari implementasi *advertising campaign* menurut kompetitor dan penggunaan artikel disarankan menggunakan website yang kompeten. Sedangkan dari segi praktis kesuksesan sebuah tema *advertising campaign* akan diraih jika penyampaian pesan berada di semua level sehingga menjangkau masyarakat secara luas.

Kata Kunci : *Advertising Campaign*, Kompetitor, Open Happiness, Refresh Everything.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang tragis adalah orang yang seumur hidupnya tidak pernah mengerahkan seluruh kemampuan maksimalnya.

~Arnold Bennet~

Skripsi ini dipersembahkan kepada Tuhan dan orang – orang terdekat yang saya cintai serta banyak memberi pelajaran sepanjang perjalanan saya yaitu :

1. Orangtua tercinta papa Cornelius Sri Purwanto yang telah mengantarkan saya kemanapun sejak saya *playgroup* sampai sekarang, orang yang tidak bosan bosannya memotivasi saya dan selalu berada di kursi penonton untuk memberikan saya semangat di waktu saya jatuh dan rasa senang luar biasa ketika saya berhasil. Papa orang yang tidak saja melihat saya sebagai anak tetapi juga sahabat yang dipercaya untuk berbagi. Mama Yustina Dure yang memberi kehangatan dan sangat mencintai saya serta rela mengorbankan semua termasuk kerinduannya agar saya dapat sekolah di kota lain. Semangat dan cinta kasih mama yang membuat saya dapat kuliah di Yogyakarta. Tidak ada sedetikpun terlewatkan dalam hidup tanpa dukungan dari mama dan papa kepada saya.
2. Om Esen dan Om Kornelius selalu memberikan motivasi dan perhatian besar kepada saya seperti anaknya sendiri. Terima kasih karena rajin menghubungi saya selama di Yogyakarta.

3. Billy Yafeth Korah yang mendampingi saya saat ini dan saya harap menjadi yang terakhir. Semangat dan kasih sayangnya membuat saya memiliki harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Keluarga besar Billy terutama tante Ika dan Om Yoseph yang memberikan dukungan serta semangat selama pengerjaan skripsi.
4. Sahabat – sahabat saya orang yang selalu memberikan pelajaran dan memandang saya secara objektif Ruben Misael Walangare, Carolina Nopitri dan Polonius Dosi Miten. Teman – teman kontrakan yang selalu menyemangati saya Daniel Alberto Walangare dan Febe Rewina Karenzki. Kakak – kakak tercinta baik yang ada di Samarinda terutama kak Aji Susanto maupun di kampung.
5. Kakek dan nenek baik dari pihak mama maupun papa yang telah berada di surga. Terima kasih karena telah membesarkan kedua orangtua saya sehingga menjadi orangtua terhebat di dunia bagi saya.
6. Seluruh keluarga besar saya baik di Kalimantan dan Jawa yang memberikan motivasi selama kuliah.
7. Seluruh pihak yang membantu saya baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu terima kasih telah memberikan pengalaman di dalam hidup saya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Bapa di Sorga, karena berkat kasih karunia dan kesempatan yang diberikan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selama proses penyelesaian skripsi penulis mendapatkan banyak pengalaman, pengetahuan maupun kesulitan tetapi berkat bantuan orang – orang yang berada di sekitar penulis maka skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pembaca baik dari kalangan akademisi maupun praktisi mengenai bagaimana implementasi *advertising campaign* menurut kompetitor.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu F. Anita Herawati, SIP.,M.Si selaku dosen pembimbing yang bersedia menjadi pembimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Berbagai arahan dan masukan dari ibu sangat membantu dalam pembuatan laporan ini. Mohon maaf jika selama ini saya lalai dalam mengumpulkan revisi serta terima kasih saya yang sebesar - besarnya atas waktu dan kesabaran ibu dalam mendampingi saya.
2. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si dosen penguji 1 saya yang telah memberi masukan atas seluruh hasil kerja saya dalam skripsi ini. Pertanyaan dan saran yang telah diberikan sangat membantu memoles skripsi ini menjadi lebih baik dan berguna.

3. Ibu Dhyah Ayu Retno W, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji 2 saya yang telah mengkritisi tugas akhir saya serta masukan selama ujian membuat saya tidak berpuas diri dan bersemangat melakukan revisi.
4. Kedua orangtua saya yang selalu bersemangat dan menjadikan saya sebagai harapan keluarga. Atas motivasi dan dukungan serta cintanya yang besar kepada saya membuat saya selalu bersemangat dan lebih menghargai diri saya sendiri serta seluruh proses belajar yang saya jalani.
5. Seluruh keluarga besar saya yang ada di kampung di hulu Mahakam, terima kasih atas semangatnya ketika saya pulang. Dukungan untuk sekolah lebih tinggi menjadi semangat saya dalam menyelesaikan kuliah.
6. Billy Yafeth Korah terima kasih atas penyertaannya selama penyelesaian skripsi ini. Kesabaran dan lapang dada darimu membuat saya tabah selama proses tugas akhir.
7. Seluruh teman – teman saya baik di kampus maupun kost yang selama ini turut menyemangati saya. Banyak terima kasih kepada keluarga baru saya di kontrakan Dusun Karangnongko Maguwo karena mendukung dan menyemangati saya selama pengerjaan skripsi.

Yogyakarta, 30 Juli 2013

Francisca Hanna Febrianti

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstraksi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Grafik	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7

D.	Manfaat Penelitian	7
E.	Kerangka Teori	8
	E.1. <i>Advertising Campaign</i>	11
	E.2. Kompetitor	28
F.	Kerangka Konsep	30
	F.1. Implementasi <i>Advertising Campaign</i>	30
	F.2. Kompetitor	34
G.	Metodologi Penelitian	35
	G.1. Metode Penelitian	35
	G.2. Jenis Penelitian	37
	G.3. Obyek Penelitian	37
	G.4. Teknik Pengumpulan Data	37
	G.5. Tahap – Tahap Penelitian	38

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A.	Sejarah Kompetisi Coca Cola vs Pepsi	41
B.	<i>Advertising Campaign</i> Coca Cola “Open Happiness” dan Pepsi “Refresh Everything”	60

BAB III HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Temuan Data 62

A.1. Implementasi *Advertising Campaign* Coca Cola “Open Happiness” 62

A.2. Implementasi *Advertising Campaign* Pepsi “Refresh Everything” 86

B. Analisis Data 111

B.1. Tema *Advertising Campaign* 111

B.2. *Advertising Campaign* Melalui Media 115

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 151

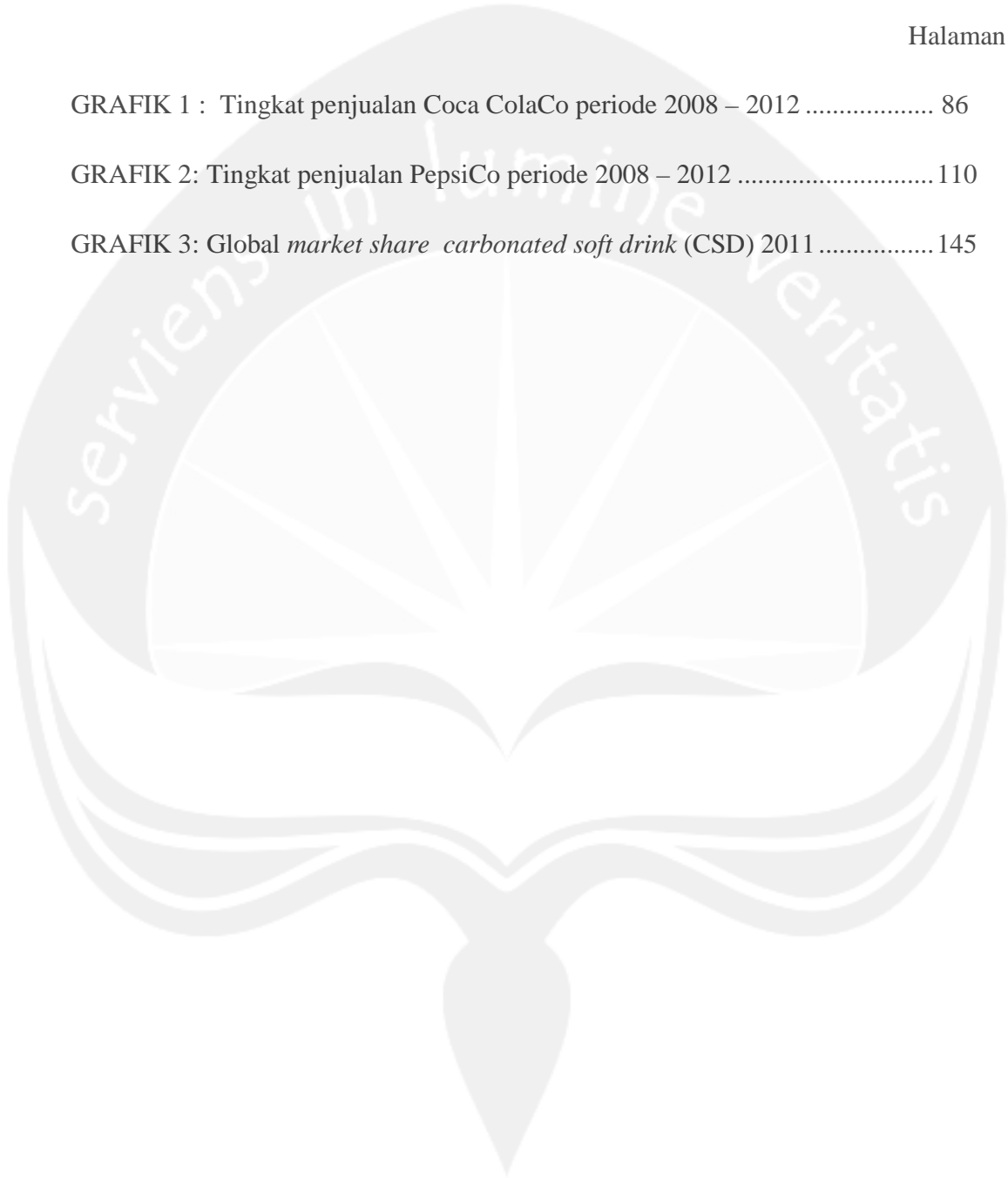
B. Saran 153

DAFTAR PUSTAKA 155

LAMPIRAN

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
GRAFIK 1 : Tingkat penjualan Coca ColaCo periode 2008 – 2012	86
GRAFIK 2: Tingkat penjualan PepsiCo periode 2008 – 2012	110
GRAFIK 3: Global <i>market share carbonated soft drink (CSD)</i> 2011	145



DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL 1	: Cola Wars	5
TABEL 2	: Klasifikasi Media	19
TABEL 3	: Media dalam Advertising Campaign	31
TABEL 4	: Komponen dalam Kompetisi	35
TABEL 5	: Data Total Fans Facebook Coca Cola periode Januari 2013.....	58
TABEL 6	: Data Total Fans Facebook Pepsi periode Januari 2013	59
TABEL 7	: Data Total Follower Coca Cola Pepsi periode Februari – Maret 2013	59
TABEL 8	: Komponen Integrated Marketing Communication dalam implementasi <i>advertising campaign</i>	130
TABEL 9	: Komponen kompetisi dalam <i>advertising campaign</i>	131
TABEL 10	: Alat bantu <i>advertising campaign</i> dalam implementasi.....	132
TABEL 11	: Top 10 Soft Drink	147

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 1 : The Soda Wars	41
GAMBAR 2 : Resep Original Coca Cola	44
GAMBAR 3 : Resep Original Pepsi.....	44
GAMBAR 4 : Hilda Clark sebagai Brand Endorser Coca Cola tahun 1900	45
GAMBAR 5 : Iklan Pepsi Cola Pertama dalam kemasan 12oz.....	46
GAMBAR 6 : Iklan Cetak Coca Cola “Coke Time”	48
GAMBAR 7 : Iklan Pepsi Cola “Come Alive! You’re in the Pepsi Generation”	49
GAMBAR 8 : Iklan Pepsi Cola “Come Alive! You’re in the Pepsi Generation”	49
GAMBAR 9 : Iklan Pepsi Cola “Come Alive! You’re in the Pepsi Generation”	49
GAMBAR 10 : Iklan Coca Cola “Things Go Better With Coke”	50
GAMBAR 11 : Iklan Coca Cola “Things Go Better With Coke”	50
GAMBAR 12 : Iklan Pepsi “You’ve Got A Lot To Live, Pepsi’s Got A Lot To Give” Tahun 1969	51
GAMBAR 13 : Iklan Coca Cola “It’s The Real Thing” Tahun 1969	51

GAMBAR 14	: Pin Coca Cola	52
GAMBAR 15	: Nilai Saham Coca Cola dan Pepsi dari tahun 1970 – 2010	53
GAMBAR 16	: Annual Revenue Coca Cola dan Pepsi By Product 2012	53
GAMBAR 17	: Beberapa Brand yang dimiliki oleh Coca Cola	54
GAMBAR 18	: Beberapa Brand yang dimiliki oleh Pepsi.....	54
GAMBAR 19	: Selebriti Endorser Coca Cola.....	55
GAMBAR 20	: Selebriti Endorser Pepsi.....	56
GAMBAR 21	: Perubahan Logo Coca Cola dan Pepsi	57
GAMBAR 22	: Penyanyi dan pencipta lagu Open Happiness	63
GAMBAR 23	: Potongan adegan Happiness Vending Machine di London	68
GAMBAR 24	: Potongan adegan Hug Me Machine di BGSU Singapura.....	70
GAMBAR 25	: Potongan adegan Hug Me Machine di BGSU Singapura.....	70
GAMBAR 26	: Potongan adegan Hug Me Machine di BGSU Singapura.....	70
GAMBAR 27	: Potongan adegan Hug Me Machine di BGSU Singapura.....	70
GAMBAR 28	: Potongan adegan Friendship Machine	71
GAMBAR 29	: Potongan adegan Friendship Machine	71
GAMBAR 30	: Potongan adegan Friendship Machine	71
GAMBAR 31	: Potongan adegan Friendship Machine	71
GAMBAR 32	: Happiness Vending Machine For Couple di Istanbul	72
GAMBAR 33	: Happiness Vending Machine For Couple di Istanbul	72

GAMBAR 34	: Happiness Vending Machine For Couple di Istanbul	72
GAMBAR 35	: Happiness Vending Machine For Couple di Istanbul	72
GAMBAR 36	: Potongan adegan Happiness Truck di Indonesia	74
GAMBAR 37	: Potongan adegan Happiness Truck di Indonesia	74
GAMBAR 38	: Potongan adegan Happiness Truck di Indonesia	74
GAMBAR 39	: Potongan adegan Happiness Truck di Indonesia	74
GAMBAR 40	: Potongan adegan OFW Project	75
GAMBAR 41	: Potongan adegan OFW Project	75
GAMBAR 42	: Tiga tim dalam kompetisi Expedition 206.....	77
GAMBAR 43	: Rute negara – negara yang dikunjungi oleh tim THE MIX.....	78
GAMBAR 44	: Expedition 206 di Jakarta, Indonesia	79
GAMBAR 45	: Expedition 206 di Jakarta, Indonesia	79
GAMBAR 46	: TIM The MIX mengakhiri Expedition 206 di Atlanta.....	80
GAMBAR 47	: Potongan adegan iklan Heist.....	82
GAMBAR 48	: Potongan adegan iklan Heist.....	82
GAMBAR 49	: TVC ad summer 2009 Coca Cola creatures	83
GAMBAR 50	: Tampilan website Dear Mr. President.....	88
GAMBAR 51	: Webcam Banner Dear Mr President	90
GAMBAR 52	: Pepsi Refresh Project Millions In Grants.....	91
GAMBAR 53	: Spokesperson Pepsi Refresh Project Health Mallika Chopra ...	95

GAMBAR 54	: Spokesperson Pepsi Refresh Project Arts & Culture Rebecca McQuigg	96
GAMBAR 55	: Spokesperson Pepsi Refresh Project Food & Shelter Allison Arieff.....	97
GAMBAR 56	: Spokesperson Pepsi Refresh Project The Planet Ben Jervey	98
GAMBAR 57	: Spokesperson Pepsi Refresh Project Neighborhoods Kyla Fullenwider	99
GAMBAR 58	: Spokesperson Pepsi Refresh Project Education Liz Dwyer.....	100
GAMBAR 59	: Celebrity Spokesperson Kevin Bacon dan Demi Moore dalam Pepsi Refresh Celebrity Challenge	101
GAMBAR 60	: Tampilan website If I Can Dream dalam Pepsi Refresh Project	102
GAMBAR 61	: DeSorm Power dalam Pepsi Challenge	103
GAMBAR 62	: Beck Bennet dan Lisa Nova dalam Pepsi Challenge	104
GAMBAR 63	: Pepsi Refresh Project SXSW Challenge Winner Mark Horvath.....	106
GAMBAR 64	: Pepsi Refresh Project SXSW Challenge Winner Mark Horvath.....	106
GAMBAR 65	: Potongan adegan iklan TVC Pepsi Refresh Project 2010.....	107
GAMBAR 66	: Potongan adegan iklan TVC Pepsi Refresh Project 2010.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Instrumen Penelitian
- LAMPIRAN 2 : Artis dan Lirik Lagu Open Happiness
- LAMPIRAN 3 : Interactive Media Coca Cola Open Happiness
- LAMPIRAN 4 : Iklan Print, Outdoor dan Packaging Coca Cola Open Happiness
- LAMPIRAN 5 : Interactive Media Pepsi Refresh Everything
- LAMPIRAN 6 : Iklan Print, Outdoor dan Packaging Pepsi Refresh Everything