

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Lebih dari 100 tahun Coca Cola dan Pepsi berdiri dengan berbagai tema *advertising campaign* yang beragam dengan harapan bahwa tema tersebut akan melekat di hati pelanggan. Keduanya pun berkompetisi tidak hanya dari segi penjualan namun bagaimana masyarakat memiliki ikatan yang kuat dengan *brand*. Kemajuan dalam bidang komunikasi pemasaran membuat keduanya berlomba meraih posisi teratas dalam kategori yang sama. Berbagai slogan yang menjadi tema *advertising campaign* terus diluncurkan bersama rangkaian implementasi yang dapat menjadi *brand experience* bagi masyarakat. Salah satunya pada tahun 2009 peluncuran tema Open Happiness milik Coca Cola dan Pepsi dengan Refresh Everything dikemas dengan bentuk berbeda.

Selama pelaksanaan *advertising campaign* Coca Cola dan Pepsi sendiri menggunakan pendekatan yang berbeda apabila Coca Cola mengangkat tema global dengan pendekatan universal. Sedangkan Pepsi yang menjadikan aksi sosial sebagai pusat implementasi lebih mengarah ke negara – negara bagian di Amerika. Bagaimana kesuksesan implementasi *advertising campaign* sehingga tema menjadi *memorable* di hati masyarakat diukur dengan menggunakan empat parameter yaitu kolaborasi komponen Integrated Marketing Communication, alat bantu *advertising campaign*, tingkat keterlibatan *audience* dalam *interactive*

internet serta penjualan dan *market share*. Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan parameter di atas maka dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan menjawab tujuan penelitian ini dalam beberapa poin yakni :

1. Implementasi *advertising campaign* Coca Cola dan Pepsi pada tahun 2009 – 2011 menggunakan bauran komunikasi pemasaran IMC dengan porsi yang berbeda. Apabila Coca Cola menggabungkan semuanya dengan porsi yang sama dalam implementasi maka Pepsi lebih banyak memanfaatkan *customer relationship* dan *public relation*.
2. Alat bantu *advertising campaign* yang tidak digunakan Coca Cola adalah *voice talent* dan *spokesperson* sedangkan Pepsi tidak memanfaatkan *animated character* dalam implementasinya. Coca Cola mengoptimalkan penggunaan alat bantu di semua media dan Pepsi mengandalkan *interactive media* selama *advertising campaign*.
3. Tingkat keterlibatan *audience* dalam *interactive internet* khususnya *social media* pada saat implementasi lebih banyak diperoleh Coca Cola tetapi tidak pada website. Berbeda dengan Pepsi yang meraih keterlibatan *audience* tinggi di dalam website refresheverything.com.
4. Posisi *market share* Coca Cola tetap berada di no 1 mulai dari tahun 2009 – 2011 di Amerika dan global. Pepsi menempati posisi 2 pada tahun 2009 dan merosot di posisi 3 tahun 2010 dan 2011 di bawah Diet Cola. Dari segi penjualan PepsiCo memperoleh pendapatan

lebih besar daripada Coca Cola tetapi kontribusi produk CSD Pepsi pada pendapatan tidak sampai 50% secara global. Produk CSD Coca Cola memberikan kontribusi penghasilan lebih dari 50% selama tahun 2009 – 2011.

B. Saran

1. Teoritis

Di dalam prosesnya terdapat beberapa kekurangan dari penelitian ini yaitu pengumpulan data dan pengambilan kesimpulan. Kesulitan dalam pengumpulan data dirasakan penulis karena penelitian ini menggunakan studi dokumentasi. Proses studi dokumentasi membutuhkan waktu karena luasnya bentuk – bentuk implementasi terutama perusahaan global sehingga perlu dikerucutkan lagi pembahasan mengenai *advertising campaign* misalnya berdasarkan media yang digunakan atau negara persebarannya. Website official dari *brand* Pepsi telah ditutup sehingga pencarian harus dari berbagai sumber. Terlebih lagi tidak semua website memiliki kredibilitas sehingga sangat berperan ketika penulis mengambil kesimpulan. Pengambilan kesimpulan pun memerlukan perbandingan dari berbagai sumber, oleh sebab itu disarankan menggunakan website yang kompeten atau artikel yang ditulis oleh kontributor yang memiliki peranan dalam *social media marketing*.

2. Praktis

Dari sisi praktis hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan mengimplementasikan tema dalam *advertising campaign* dengan menggunakan media, komponen *Integrated Marketing Communication* dan alat bantu *advertising campaign*. Pendekatan yang dilakukan kedua *brand* dalam penelitian ini diharapkan menjadi referensi baik bagi praktisi maupun akademisi. Keberhasilan Coca Cola menjadikan tema Open Happiness melekat pada produknya merupakan kesuksesan dalam mengelola setiap komponen dalam *advertising campaign*. Sehingga jika ingin tema produk diingat oleh masyarakat alangkah baiknya pendekatan yang dilakukan berada di semua level media maupun komponen yang lain. Melalui penelitian ini besar harapan penulis bahwa penelitian ini bisa menjadi masukan untuk penelitian berikutnya mengenai implementasi *advertising campaign* menurut kompetitor.

LAMPIRAN



INSTRUMEN PENELITIAN

Secara keseluruhan penelitian ini menggunakan teknik studi dokumen mengenai implementasi *advertising campaign* oleh Coca Cola “Open Happiness” dan Pepsi “Refresh Everything”. Terdapat dua jenis data yang akan digunakan dalam penelitian yang akan dipaparkan secara detail di bawah ini.

1. Implementasi *advertising campaign*

Proses analisis data dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data – data berupa implementasi *advertising campaign* Open Happiness dan Refresh Everything melalui media. Beberapa data yang akan digunakan dalam analisis yakni :

- a. Data mengenai implementasi *advertising campaign* Coca Cola dan Pepsi serta media yang digunakan ditambah dengan negara – negara yang menjadi persebaran implementasi *advertising campaign* Open Happiness dan Refresh Everything.
- b. Komponen bauran komunikasi pemasaran dalam IMC sebagai alat bantu dalam menganalisis implementasi *advertising campaign* seperti Promotions, Public Relations and publicity, Internet/Interactive, Direct Marketing dan Event and Customer relationship marketing. Ditambah dengan Music, Voice Talent, Animated Characters, Spokesperson / Celebrities, Story Lines / Situations / Catchphrases dan Design and tagline yang digunakan.

2. Kompetitor

- a. Interaksi audience dan berapa banyak yang menyukai Coca Cola dan Pepsi di jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter serta jumlah “likes” dan “views” yang diperoleh video yang diupload di Youtube terutama untuk program *advertising campaign* Open Happiness dan Refresh Everything.
- b. Tingkat penjualan produk secara global pada saat *advertising campaign* dilaksanakan. Sumber data akan diperoleh melalui review di berbagai artikel yang terdapat di situs – situs marketing global seperti jurnal marketing seperti *New York Time Bussiness Journal*, case studi yang mengangkat *advertising campaign* Open Happiness dan Refresh Everything seperti possible.com, mashable.com situs milik Beverage World, Beverage Digest, The Wall Street Journal, Advertising Age, Ad Week dan Brand Week, pendapat ahli marketing dan Worldwide Interactive Marketing

Interactive media Coca Cola Open Happiness

Facebook

Coca-Cola

Wall Info Coca-Cola Feeds Photos Discussions >> +

share happiness
Celebrate your love for Coca-Cola
"Coca-Cola ♥s U."
Added by Alice Reeves Sanders

Find Us On: Twitter MySpace YouTube Bebo Share refreshing feeds

A new spin on an old classic. Check out our new "Spin the Coke Bottle" app for the iPhone and iPod Touch. Click here and get lucky!

Open Happiness

Yeah yeah yeah Coca-Cola

RECORD PLAY SHARE

Fan Highlights

Photos Videos

Twitter

twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

CocaCola

Following Lists

@Raeuberdatschi Wow, that's a very impressive collection! ^LS
13 minutes ago from CoTweet in reply to Raeuberdatschi

@ATL_Mouseketeer Thanks for the retweet, Lisa! ^LS
about 1 hour ago from CoTweet in reply to ATL_Mouseketeer

@ohmyerica Great mashup, Erica! Hope you enjoy the app! ^LS
about 4 hours ago from CoTweet in reply to ohmyerica

@JoannaKing Thx for tweeting the pic, Joanna! That artist has some serious skill! ^LS
about 4 hours ago from CoTweet in reply to JoannaKing

@kevincaolle Certainly, we love meeting new Twitter friends!!! ^GJ
about 14 hours ago from CoTweet in reply to kevincaolle

Happy 2 nd birthday Coca-Cola Conversations (@coke_archives)!
<http://CokeURL.com/464t> ^OP
about 17 hours ago from CoTweet

Name Coca-Cola
Location Atlanta, GA
Web <http://www.thecoc...>
Bio Official tweets of Coke & The Coca-Cola Company

6,694 following 15,545 followers 790 tweets

Favorites

Lists

- @CocaCola/country-latinamerica
- @CocaCola/country-germany
- @CocaCola/theccacolacompany
- @CocaCola/bottle
- @CocaCola/brand
- @CocaCola/country-middleeast

View all

Actions

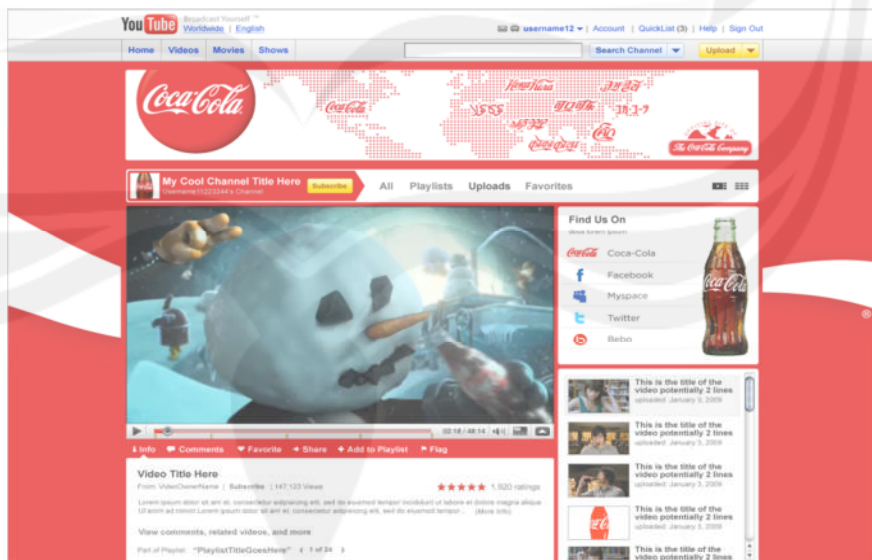
- message CocaCola
- block CocaCola
- report for spam

Following

MySpace



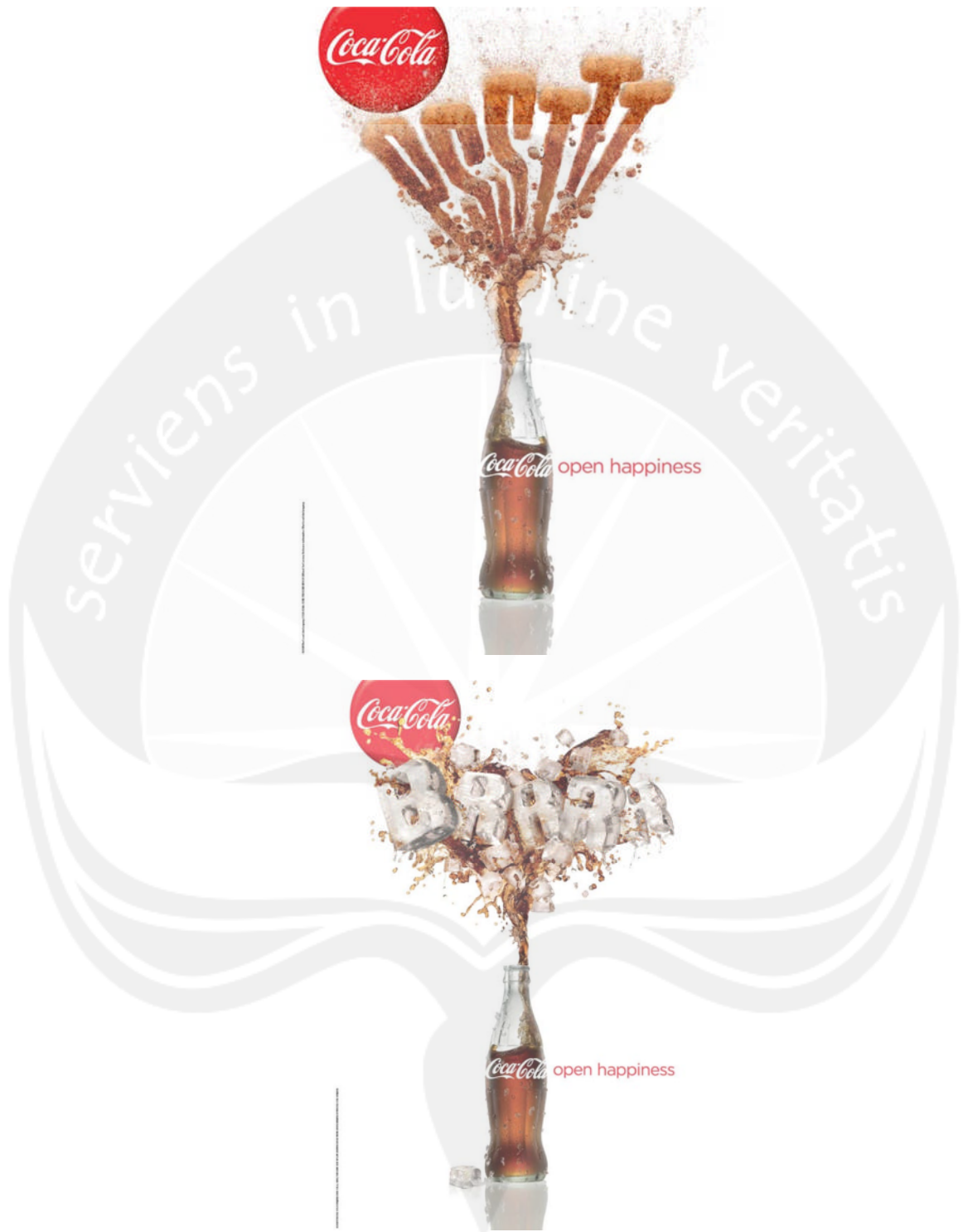
Channel YouTube



Iklan print, outdoor dan packaging Coca Cola Open Happiness

Iklan print





Sumber : theinspirationroom.com (2/7/13)

In store (packaging)



Sumber : hannahdagenhart.theworldrace.org (4/7/13)

Summer 2010



Sumber : aestheticsofjoy.com (4/7/13)

FIFA World Cup 2010



Sumber : designyoutrust.com (4/7/13)



Sumber : flickriver.com (4/7/13)

Winter Olympic 2010 Vancouver



Sumber : lovelypackage.com (4/7/13)

Anniversary 125 years Coca Cola



Sumber : linda4mktgcc.blogspot.com (4/7/13)



Sumber : n-bolton1114-dc.blogspot.com (4/7/13)

Outdoor Advertisement



Sumber : flickr.com (4/7/13)



Sumber : ortapinc.com (4/7/13)



Sumber : arenacreative.com (4/7/13)



Sumber : sweetfacesartistry.wordpress.com (4/7/13)



Sumber : ortapinc.com (4/7/13)



Sumber : flickr.com (4/7/13)

Interactive Media Pepsi Refresh Project

Website Pepsi Refresh Project

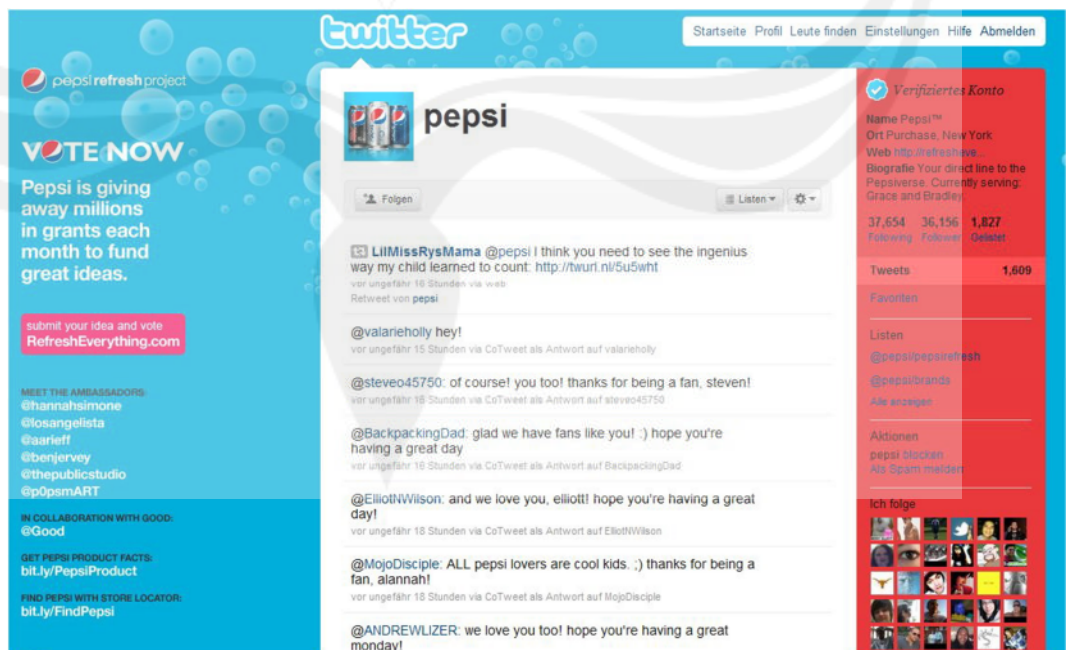


Sumber : jasontusman.me (2/7/13)

Facebook Pepsi Refresh Project



Twitter



Iklan print, outdoor dan packaging Pepsi Refresh Project

Iklan print



Sumber : jasontusman.me (2/7/13)

Iklan outdoor Pepsi Refresh Everything





Sumber : johnfdwight.com (2/7/13)



Sumber : trendhunter.com (2/7/13)



Sumber : trendhunter.com (2/7/13)



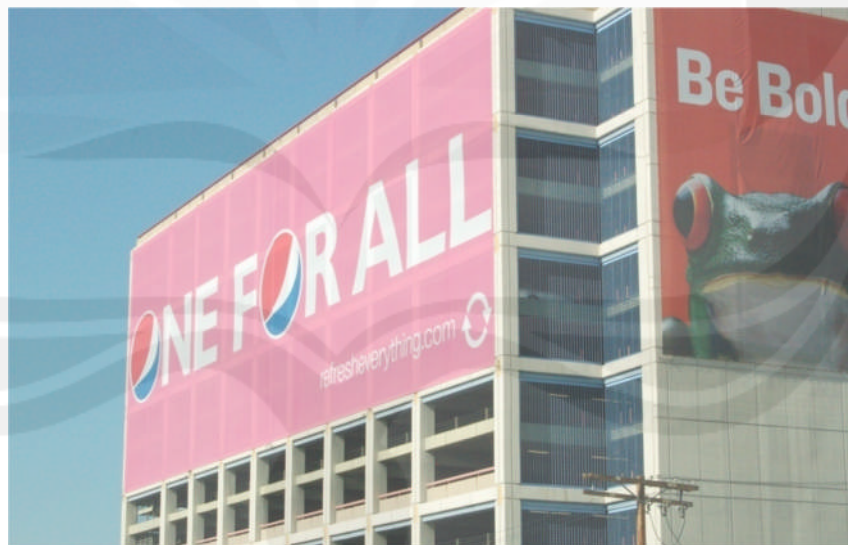
Sumber : jasongooljar.com (2/7/13)



Sumber : freerepublic.com (2/7/13)



Sumber : jasongooljar.com (2/7/13)



Sumber : flickr.com (2/7/13)



Sumber : amandasinele.com (2/7/13)

In Store (Packaging)

Influencer can



Sumber : johnfdwight.com (2/7/13)



Sumber : johnfdwight.com (2/7/13)

Summer 2009



Sumber : cargocollective.com (2/7/13)

Power Vote

Which Pepsi Product Did You Buy?

Choose from the products below to find your Power Vote code location.



20 oz bottle
Pepsi, Diet Pepsi or Pepsi MAX



2 liter bottle
Pepsi, Diet Pepsi or Pepsi MAX



12-can package
Pepsi, Diet Pepsi or Pepsi MAX



20-can package
Pepsi, Diet Pepsi or Pepsi MAX



24-can package
Pepsi, Diet Pepsi or Pepsi MAX

Sumber : thebarkinglot.net (2/7/13)

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Altstiel, Tom & Jean Grow. *Advertising Strategy : Creative Tactics From The Outside/In*. USA : Sage Publications, Inc. 2006

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana : Jakarta. 2007

E. Belch, George dan Michael A. Belch. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. 7th Edition. New York : McGraw Hill. 2007

Fill, Chris. 1999. *Marketing Communications: Contexts, Contents and Strategies*. 2nd Edition. Prentice Hall Europe. (p. 302)

Gilson, Christopher & Harold W. Berkman. *Advertising : Concepts & Strategies*. USA : Rand McNally. 1980

Kertajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 : Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 1996

_____. Hermawan. *Hermawan Kertajaya on Positioning*. Bandung : Mizan Media Utama. 2004

- _____. Hermawan. *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Bandung : Mizan Media Utama. 2006
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12 Jilid 2. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang. 2007
- Kotler, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang. 2007
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Bandung : PT Kencana Prenada Media Group. 2008.
- Liliweri, Alo. *Dasar – Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. 1992
- Moleong, Lexy. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 1996
- _____. Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung 1990.
- Shimp, Terrence. A. *Periklanan Promosi – Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Erlangga. 2003

MAJALAH

Marketing. No. 01/XIII/Januari 2013

MKTG. 1st ed. Asia – Pacific Ed. Australia : Cengage Learning. 2009

INTERNET

0-1

1stwebdesigner.com/inspiration/coca-cola-advertising-history/ akses pada 13/6/2013

24ahead.com/pepsi-refresh-everything-dear-mr-president-fizzles akses pada 23/7/13

A

adage.com akses pada 26 Juni 2013

adforum.com/award/showcase/6650278/2013/ad/34484362 akses pada 1/7/13

aestheticsofjoy.com/tag/joywashing/ akses pada 4/7/13

ameawards.com/winners/2013/index.php?&keywordSearch=PHILIPPINES akses pada 1/7/13

americanartarchives.com/pepsi.htm akses pada 13/6/13

amandasinele.com/Pepsi-Refresh-Launch akses pada 2/7/13

appies.sg/campaign.htm akses pada 1/7/13

arenacreative.com/blog/graphic-design/less-is-more-when-it-comes-to-good-billboard-designs/ akses pada 4/7/13

B

b4esummit.com/2011/08/pepsi-drops-super-bowl-ads-in-favor-of-cause-marketing/
akses pada 2/7/13

beth.typepad.com/beths_blog/2010/03/congratulations-invisible-people-tv-for-winning-the-pepsi-sxsw-challenge.html akses pada 4 /7/13

brandchannel.com akses pada 1 Juli 2013

brandingstrategyinsider.com/cola-rivals-fig akses pada 20/10/2012

businessinsider.com akses pada 5/5/2013

C

cloud1.microstrategy.com/MicroStrategy/servlet/mstrWeb?RRUId=1377958&authMode=8&connMode=8&aliveDenyGuest=true&evt=3135&src=mstrWeb.3135&documentID=094CE39211E0DFA994D800802F47D90F¤tViewMedia=8&server=na01lisp01c101&project=RedRocket&port=10121 akses pada 13/6/13

cloud9media.files.wordpress.com/2009/11/route_map-small.jpg akses pada 1/7/13

cocacoladvertising.blogspot.com/2011/03/endorsers-of-coke.html akses pada 13/6/13

cargocollective.com/Coca-cola akses pada 13/6/2013

cargocollective.com/JonathanG/Pepsi-Wordplay-Bottles akses pada 2/7/13

cocolacompany.com akses pada 3/5/2013

coca-colacompany.com/press-center/image-library/expedition-206-finale-9 akses pada 1/7/13

coca-colacompany.com › Stories akses pada 10/7/13

creativecooler.blogspot.com/2010/09/pepsis-successful-csr-program.html akses pada 2/7/13

creativeguerrillamarketing.com akses pada 27 Juni 2013

D

dahnjacob.com/2011/12/the-ofw-project-salu-salo-ngayong-pasko/ akses pada 1/7/13

deborahdachinger.com akses pada 2/7/13

definition6.com akses pada 1/7/13

designyoutrust.com/2010/04/coca-cola-%E2%80%9C2010-fifa-world-cup%E2%80%9D-collector-cans/ akses pada 4/7/13

digitaldeliftp.com/Images/cocacola/things-go-better-with-Coke-Boys-Life-1966.png akses pada 13/6/2013

digitaldeliftp.com/LookAround/advertspot_cocacola6.htm akses pada 13/6/13

E

en.wikipedia.org/wiki/South_by_Southwest akses pada 4 /7/13

energyfiend.com akses pada 27 Juli 2013

etsy.com/listing/121070390/pepsi-cola-original-1965-vintage-print akses pada 13/6/2013

examiner.com/city-guide-in-los-angeles/rebecca-mcquigg-rigal akses pada 2/7/13

eyblaster.com akses pada 3/5/2013

F

[flickr.com/photos/jasonliebigstuff/2334603288/in/set-](https://www.flickr.com/photos/jasonliebigstuff/2334603288/in/set-72157604121044706/lightbox/)

[72157604121044706/lightbox/](https://www.flickr.com/photos/jasonliebigstuff/2334603288/in/set-72157604121044706/lightbox/) akses pada 13/6/2013

[flickr.com/photos/nationalmuseumofamericanhistory/6303037267/](https://www.flickr.com/photos/nationalmuseumofamericanhistory/6303037267/) akses pada

13/6/2013

[flickr.com/photos/runway27r/3609205894/](https://www.flickr.com/photos/runway27r/3609205894/) akses pada 4/7/13

[flickr.com/photos/24805971@N05/5299751724/](https://www.flickr.com/photos/24805971@N05/5299751724/) akses pada 4/7/13

[flickr.com/photos/atwatervillage/3257585398/](https://www.flickr.com/photos/atwatervillage/3257585398/) akses pada 2/7/13

[flickr.com/photos/roitberg/4758160772/](https://www.flickr.com/photos/roitberg/4758160772/) akses pada 4/7/13

[foodtechie.com/2009/01/evolution-of-pepsi-in-advertisements.html](http://www.foodtechie.com/2009/01/evolution-of-pepsi-in-advertisements.html) akses pada

13/6/2013

[followingdata.com](http://www.followingdata.com) akses pada 13/6/2013

G

[gmdist.com/2012/12/11/pepsi-slogans-and-logos-throughout-the-years/](http://www.gmdist.com/2012/12/11/pepsi-slogans-and-logos-throughout-the-years/) akses pada

10/7/13

[good.com](http://www.good.com) akses pada 2/7/13

H

hannahdagenhart.theworldrace.org/?filename=cocacola-open-happiness akses pada

4/7/13

huffingtonpost.com/ben-jervey/ akses pada 2/7/13

I

ibelieveinadv.com akses pada 26/6/13

intent.com akses pada 2/7/13

invisiblepeople.tv/blog/about/ akses pada 4 /7/13

iowaadguy.files.wordpress.com/2011/04/pepsi-refresh-website.jpg akses pada 2/7/13

J

Jasongooljar.com/2009/01/20/pepsi-does-not-represent-my-generation/#.UfdM2dJHK0g akses pada 2/7/13

jasontusman.me/ akses pada 2/7/13

johnfdwight.com/Pepsi-Refresh-Project akses pada 2/7/13

josecardelli.blogspot.com akses pada 27/6/13

K

Kamus Besar Bahasa Indonesia, bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php akses pada 5/2/2013

kylafullenwider.com/about/ akses pada 2/7/13

L

leaderscausingleaders.com/wordpress/2011/08/mallika-chopra/ akses pada 2/7/13

linda4mktgcc.blogspot.com/2011/05/happy-125th-birthday-coca-cola.html akses pada 4/7/13

lovelypackage.com/coca-cola-2010-winter-olympics/ akses pada 4/7/13

M

marketingweek.co.uk/when-it-comes-to-social-media-coke-is-it/3025201.article akses pada 23/7/13

mashable.com/2010/03/04/pepsi-refresh-sxsw/ akses pada 4 /7/13

mediapost.com/publications/article/98425/#axzz2VtYdoGK akses pada 13/6/13

pdfpedia.com akses pada 13/6/2013

multivu.prnewswire.com/mnr/pepsirefreshproject/41854/ akses pada 3/7/13

N

n-bolton1114-dc.blogspot.com/2013/04/ougd501-theory-to-practice-coca-cola-ad.html akses pada 4/7/13

nishithsblog.wordpress.com/category/social-media-campaigns/ akses pada 1/7/13

O

opinionator.blogs.nytimes.com/category/allison-arieff/ akses pada 2/7/13

ortapinc.com/blog/?p=600 akses pada 4/7/13

P

philstar.com/business/2012/11/18/867957/mccann-ad-coca-cola-tops-digital-media-awards akses pada 1/7/13

Q

quintly.com/blog/2013/03/social-media-duel-coca-cola-vs-pepsi/ akses pada 13/6/13

S

scheisskatze.deviantart.com/art/coke-creatures-124017686 akses pada 4 /7/13

scienceofthetime.com akses pada 27 Juni 2013

seriouseats.com akses pada 1/7/13

shareable.net/users/ben-jervey#sthash.rmzIXNGy.dpuf akses pada 2/7/13

sixplusone.be akses pada 27/6/13

soft-drinks.wikispaces.com/Modern+Marketing+Strategies+of+Coca-Cola+-+Radinka akses pada 13/6/2013

socialbakers.com/blog/1194-which-soda-giant-dominates-america-on-facebook akses pada 13/6/2013

solarnavigator.net akses pada 13/6/2013

spikes.asia/winners/2012/digital/entry.cfm?entryid=2317&award=3 akses pada 1/7/13

sweetfacesartistry.wordpress.com/2011/02/06/coca-cola-open-happiness-x-celebrating-125-years/ akses pada 4/7/13

T

thebarkinglot.net/pepsi-refresh akses pada 2/7/13

theinspirationroom.com/daily/2009/coca-cola-heist/ akses pada 4 /7/13

theinspirationroom.com/daily/2009/emmy-awards-outstanding-commercials/ akses pada 4 /7/13

theinspirationroom.com/daily/2009/coca-cola-open-happiness/ akses pada 10/7/13

trendhunter.com/trends/obama-inauguration-pepsi-refresh-everything-ads-billboards akses pada 2/7/13

W

web.blogads.com/blog/2012/04/17/coke-crushes-pepsi-in-most-social-media-metrics/#axzz2aRfqkDfv akses pada 26 /7/13

whyopenedmatters.org akses pada 2/7/13

wikipedia.org/cola_wars akses pada 20/10/2012

worldofcoca-cola.com/coca-colahistory.htm akses pada 13/6/13