

**BRAND ASSOCIATION PERMEN DAVOS ROLL PACK
PADA KONSUMEN**

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang *Brand Association* Permen Davos Roll Pack
pada Konsumen di Desa Kandangampang Kabupaten Purbalingga)



SKRIPSI

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

oleh

**Marcy
06 0902937/KOM**

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

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

***BRAND ASSOCIATION* PERMEN DAVOS ROLL PACK
PADA KONSUMEN**

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang *Brand Association* Permen Davos Roll Pack
pada Konsumen di Desa Kandangampang Kabupaten Purbalingga)


SKRIPSI

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

disusun oleh :

Marcy
06 0902937/KOM

dipersetujui oleh :


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

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *BRAND ASSOCIATION* PERMEN DAVOS ROLL
PACK PADA KONSUMEN (Studi Deskriptif Kualitatif
tentang *Brand Association* Permen Davos Roll Pack pada
Konsumen di Desa Kandangampang Kabupaten
Purbalingga)
Penyusun : Marcy
NIM : 06 0902937/KOM

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

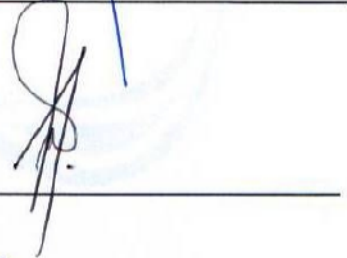
Hari / Tanggal : 4 Juli 2014
Pukul : 09.00 WIB – 10.00 WIB
Tempat : Ruang Pendaran Lantai 1 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji Utama



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



Desideria Cempaka Wijaya Murti, M.A.
Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Marcy
Nomor Mahasiswa : 06 0902937
Program Studi : Komunikasi
Judul Karya Tulis : Brand Association Permen Davos Roll Pack Pada Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Brand Association Permen Davos Roll Pack pada Konsumen di Desa Kandangampang Kabupaten Purbalingga)

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 hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/ keserjanaan.

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

Yogyakarta, Juni 2014

Saya yang menyatakan



Marcy

HALAMAN MOTTO

*Lebih baik terlambat
daripada tidak sama sekali*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang maha baik karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang selalu membantu, mendukung dan memberi semangat untuk menyelesaikan karya tulis ini.

1. Tuhan Yesus yang selalu mendengarkan doaku.
2. Ibu F.Anita Herawati, SIP., M.Si.. selaku dosen pembimbing.
3. Seluruh Dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial & Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta.
4. Segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan pelayanan selama penulis duduk di bangku kuliah.
5. Papa, Mama, atas doa dan kesabarannya dalam memberikan dukungan kepada penulis.
6. Masyarakat di Desa Kandangampang Kabupaten Purbalingga yang telah bersedia menjadi nara sumber penelitian.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namun telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, Juni 2014

Mercy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kerangka Konsep	4
F. Metodologi Penelitian	9
1. Metode Penelitian	9
2. Subjek penelitian	10
3. Metode Pengumpulan Data	12
4. Metode Analisis Data	12
5. Metode Keabsahan Data.....	13
BAB II Temuan dan Analisis Data	14
A. Deskripsi Nara Sumber	14
B. Temuan Data	15
1. <i>Awareness</i> terhadap Permen Davos	15

2. <i>Brand Association</i> Permen Davos	18
3. Manfaat Permen Davos	20
4. Kesiediaan mengkonsumsi Permen Davos sampai sekarang	22
C. Pembahasan	23
BAB III Penutup	26
A. Kesimpulan	26
B. Saran	26
Daftar Pustaka	28
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Subjek penelitian.....	11
Tabel 2. Deskripsi Nara Sumber	14
Tabel 3. Orang yang Pertama Kali Mengenalkan Permen Davos.....	15
Tabel 4. Ringkasan Orang yang Pertama Kali Mengenalkan Permen Davos	16
Tabel 5. Pengalaman pertama kali sewaktu pertama kali Mengonsumsi permen Davos.....	18
Tabel 6. Kesiediaan mengonsumsi Permen Davos sampai sekarang.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Wawancara

Lampiran 2. Hasil Wawancara

Lampiran 3. Foto Penelitian

ABSTRAKSI

Produk permen Davos yang sudah bertahan sejak 83 tahun yang lalu, tentunya memiliki kesan tersendiri dalam kaitannya dengan kebiasaan, gaya hidup, manfaat, atribut produk, geografis, dan harga, dimata konsumennya, sehingga membentuk respon yang baik dan loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui brand association Permen Davos Roll Pack dimata konsumen. Konsep yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah konsep tentang *brand*, *brand equity* dan *brand association*. Pemahaman tentang *brand association* adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek.

Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Jumlah nara sumber yang digunakan yakni sebanyak 20 orang masyarakat di Kandang Gampang yang dipilih berdasarkan usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa *brand association* yang dimiliki oleh permen Davos adalah enak, pedas, manis, *semriwing*, murah, menyegarkan dan melegakan tenggorokan. Manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi permen Davos adalah melegakan tenggorokan sewaktu batuk, menyegarkan tenggorokan, menurunkan rasa kantuk, menyegarkan nafas, pengganti rokok, obat masuk angin dan menghilangkan bau mulut.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa *brand association* dapat dikelompokkan menjadi tiga (3) yakni: Harga = murah, Rasa = mint, pedas, *semriwing* dan enak, Fungsi = menyegarkan nafas, melegakan tenggorokan, menghilangkan bau mulut dan menghilangkan rasa kantuk serta pengganti rokok. Berdasarkan hal kesimpulan tersebut, maka bagi pihak akademis hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar tentang *brand association* permen Davos sehingga peneliti lain sudah dapat mengembangkan penelitian yang hendak menghubungkan antara persepsi *brand association* terhadap variabel lain. Bagi perusahaan saat akan melakukan melakukan perluasan merek (*basis for extension*) diharapkan memperhatikan hal tersebut. Contoh jika ingin membuat permen bagi anak kecil diharapkan rasa mintnya dikurangi.

Kata Kunci: *Brand Association*, *Semriwing*, Harga, Rasa dan Fungsi