

***BRAND BUILDING PADA HOME INDUSTRY DI
MAGELANG***

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Implementasi *Brand Building*
Menurut Duane Knapp pada Harmoni Brownies)**



SKRIPSI

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

oleh

JULIUS BENNY PATERA NUGRAHA

09 09 03709 / kom

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

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

***Brand Building pada Home Industry di Magelang (Studi Deskriptif
Kualitatif Tentang Implementasi Brand Building Menurut Duane
Knapp pada Harmoni Brownies)***

SKRIPSI

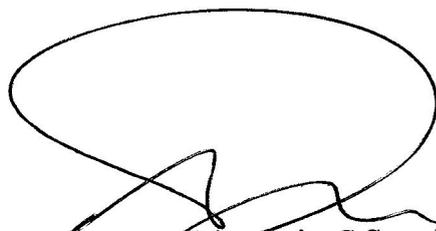
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

JULIUS BENNY PATERA NUGRAHA

09 09 03709 / KOM

disetujui oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Dosen Pembimbing

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

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Brand Building* pada *Home Industry* di Magelang (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Implementasi *Brand Building* Menurut Duane Knapp pada Harmoni Brownies)

Penyusun : Julius Benny Patera Nugraha

NIM : 09 09 03709

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 14 Oktober 2014

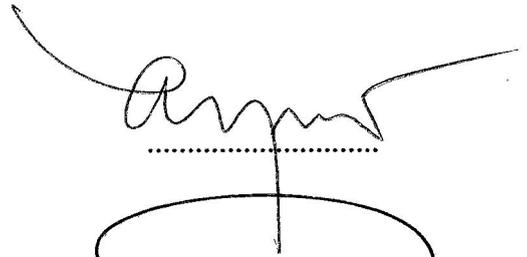
Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang II Pendadaran FISIP

TIM PENGUJI

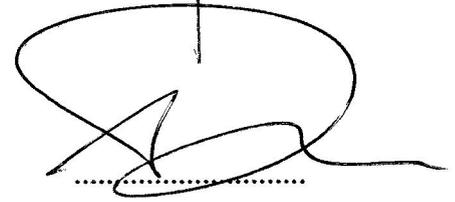
Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama



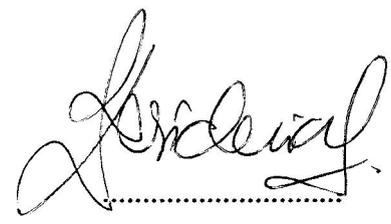
Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Penguji I



Desideria Cempaka W. M., M.A.

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Julius Benny Patera Nugraha
Nomor Mahasiswa : 09 09 03709
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : *Brand Building Pada Home Industry Di Magelang (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Implementasi Brand Building Menurut Duane Knapp pada Harmoni Brownies)*

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, 6 Oktober 2014

Saya yang menyatakan,



Julius Benny Patera Nugraha

***Brand Building* pada *Home Industry* di Magelang (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Implementasi *Brand Building* Menurut Duane Knapp pada Harmoni Brownies)**

ABSTRAK

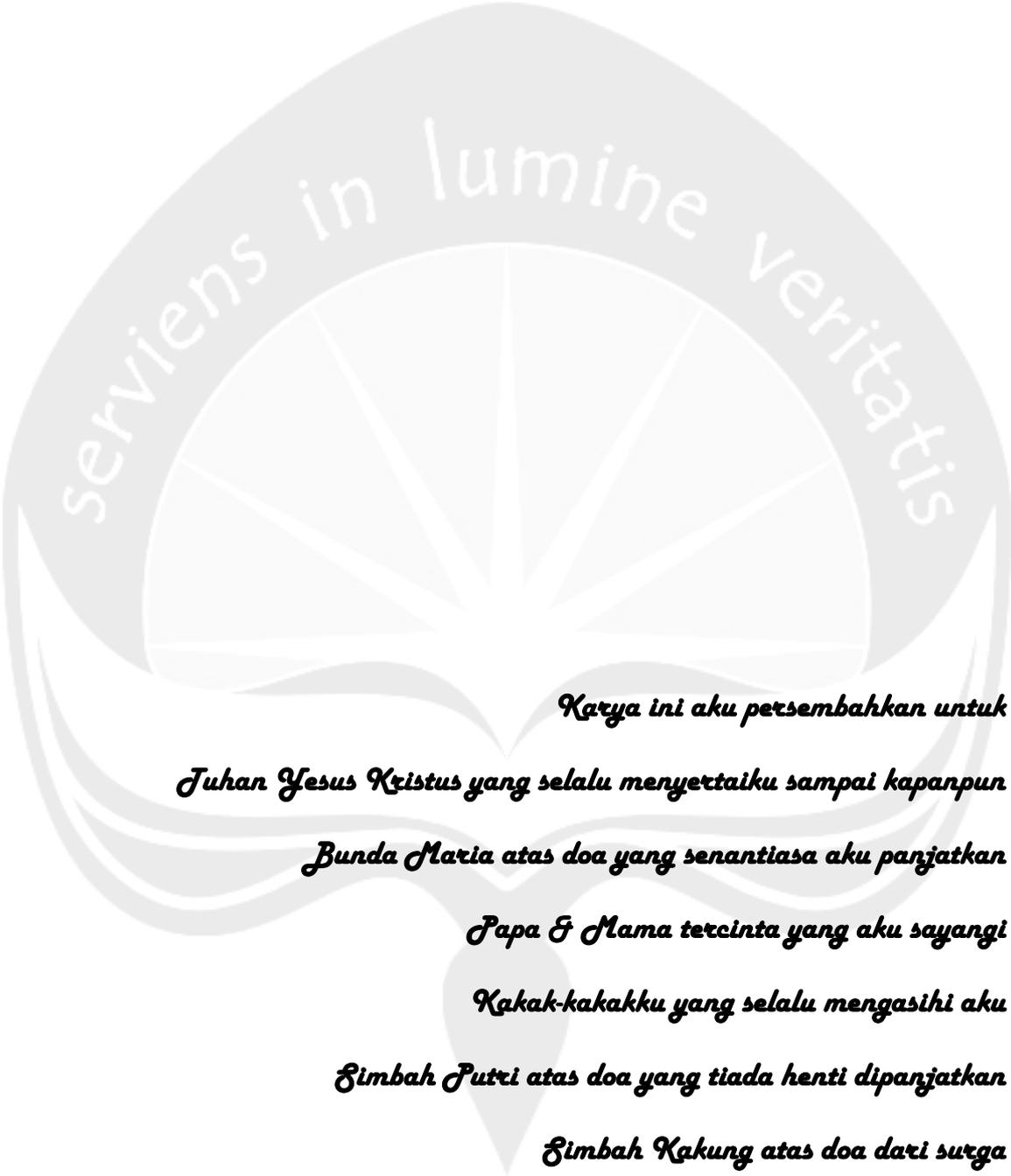
Brownies merupakan camilan ringan yang sudah dikenal di masyarakat. Berbagai produsen brownies muncul menawarkan produk brownies yang berbeda atau khas. Harmoni Brownies merupakan merek brownies yang menawarkan brownies yang berbeda dengan brownies yang lainnya. Penelitian ini menggunakan konsep teori doktrin *brand strategy* milik Duane Knapp. Teori ini menekankan pada proses *brand building* yang meliputi *brand assessment*, *brand promise*, *brand blueprint*, *brand culturalization* dan *brand advantage*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *brand building* yang dilakukan oleh Harmoni Brownies sebagai sebuah *home industry*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan obyek penelitian secara mendalam dengan pengumpulan data yang juga dilakukan secara mendalam. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi non partisipan. Wawancara dilakukan dengan pemilik Harmoni Brownies untuk mengetahui perkembangan merek dan strategi yang digunakan oleh Harmoni Brownies. Wawancara juga dilakukan dengan pedagang perantara dan konsumen Harmoni Brownies untuk membandingkan keabsahan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses membangun merek oleh Harmoni Brownies ini telah menggunakan berbagai media promosi. Media-media tersebut merupakan strategi Harmoni Brownies untuk mempertahankan minat beli konsumennya. Produk yang dibuat pun memiliki kekhasan sehingga konsumen mengenal merek ini karena keunikan dan kualitas produknya. Didukung oleh berbagai *event* atau pameran serta media promosi tersebut, Harmoni Brownies berusaha membangun merek ini agar lebih dikenal.

Harmoni Brownies belum memiliki sebuah strategi terstruktur atau rencana yang sistematis. Adanya ketidakkonsistenan dalam melakukan sebuah tahapan *brand building* seperti dalam hal desain grafis untuk media promosi. Saran bagi Harmoni Brownies perlu lebih dikembangkan untuk pengenalan merek secara merata. Pengenalan merek melalui media sosial dan beriklan di majalah marketing dapat membantu merek dikenal lebih luas.

Kata kunci : *brand*, implementasi *brand building*, doktrin *brand strategy*



serviens in lumine veritatis

*Karya ini aku persembahkan untuk
Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai aku sampai kapanpun
Bunda Maria atas doa yang senantiasa aku panjatkan
Papa & Mama tercinta yang aku sayangi
Kakak-kakakku yang selalu mengasihi aku
Simbah Putri atas doa yang tiada henti dipanjatkan
Simbah Kakung atas doa dari surga
Sahabat-sahabatku atas dukungan yang diberikan
Semua pihak yang telah mendukungku*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas segala berkat dan bimbinganNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini dengan topik *Brand Building* pada *Home Industry* di Magelang (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Implementasi *Brand Building* Menurut Duane Knapp pada Harmoni Brownies) guna melengkapi tugas akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar S.I.Kom pada program studi ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis juga menghaturkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam proses ini :

1. Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. selaku dosen pembimbing, yang telah berkenan membimbing penulis dengan sabar selama proses pembuatan laporan skripsi ini
2. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. sebagai penguji utama dan Ibu Desideria Cempaka W. M., M.A. sebagai penguji II yang telah banyak memberikan saran atas perbaikan laporan skripsi ini.
3. Untuk staff TU dan karyawan FISIP UAJY, terima kasih atas dukungan dan kemudahan yang diberikan, selama penulis menjalani kuliah sampai penyusunan skripsi ini selesai. (*Matur nuwun Bapak & Ibu....Berkah Dalem*)
4. Pihak Harmoni Brownies, sebagai tempat yang dijadikan penulis untuk obyek penelitian penulisan skripsi ini.
5. Mas Petrus Eko Riyadi, selaku *owner* Harmoni Brownies. Terima kasih atas informasi yang diberikan dan kesediaan waktu untuk rela diwawancara oleh penulis. (*nuwun nggih Mas Eko...*)
6. Para pedagang perantara di Pasar Rejowinangun Magelang, terima kasih atas kesediaan waktu untuk diwawancara oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini. (*Matur Nuwun nggih Bu Basar kaliyan Bu Enggar...*)

7. Teristimewa untuk keluargaku, untuk Papa, Mama, Mas Khrisna, Simbah Putri Chatarina Sutini serta Mas Bayu dan Mbak Dita di Balikpapan, yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan penulis setiap saat. Matur nuwun.
8. Untuk Simbah Kakung, Alm. Yohanes Maria Vianney Roesdi Mitro Utomo (*terima kasih atas doa yang telah dipanjatkan dari surga...Matur Nuwun Mbah..*)
9. Untuk sahabat-sahabatku, Made Ervan, Syhmporianus Marshall, Chris Raharjo dan Martha Kaesarina, atas dukungan yang diberikan dan segala sharing yang sangat berkesan selama ini. Matur nuwun cah...
10. Untuk Made Ervan, Rebekka Risma, Martha Kaesarina dan Yudha Pramaditya, terima kasih atas waktu satu tahun yang berharga untuk berproses bersama dalam kepengurusan harian. (*Nuwun cah, atas proses suka dan dukanya....*)
11. Untuk keluarga besar Paduan Suara Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, terima kasih atas proses dan pengalaman yang luar biasa bertemu dan mengenal teman-teman semua. Tetaplah berprestasi di event apapun & nikmati prosesnya.....Viva PSM UAJY !
12. Untuk Paduan Suara St. Joseph Choir, terima kasih telah menjadi wadah bagi penulis dalam mengembangkan diri dan bersosialisasi dalam tugas pelayanan
13. Untuk Vokal Grup, Mas Khrisna, Mas Eko, Oscar, Yose & Mbak Nenny, terima kasih atas pengalaman pentas dan pelayanan bersama...(*lumayan buat ngisi kas....hehehe....ditunggu job-job berikutnya...*)
14. Untuk teman-teman 2009, pengalaman yang berkesan telah mengenal teman-teman semua selama kuliah. Bagi yang sudah lulus, sukses selalu...Sing durung lulus, ndang dirampungke....Semangat Bro & Sis !

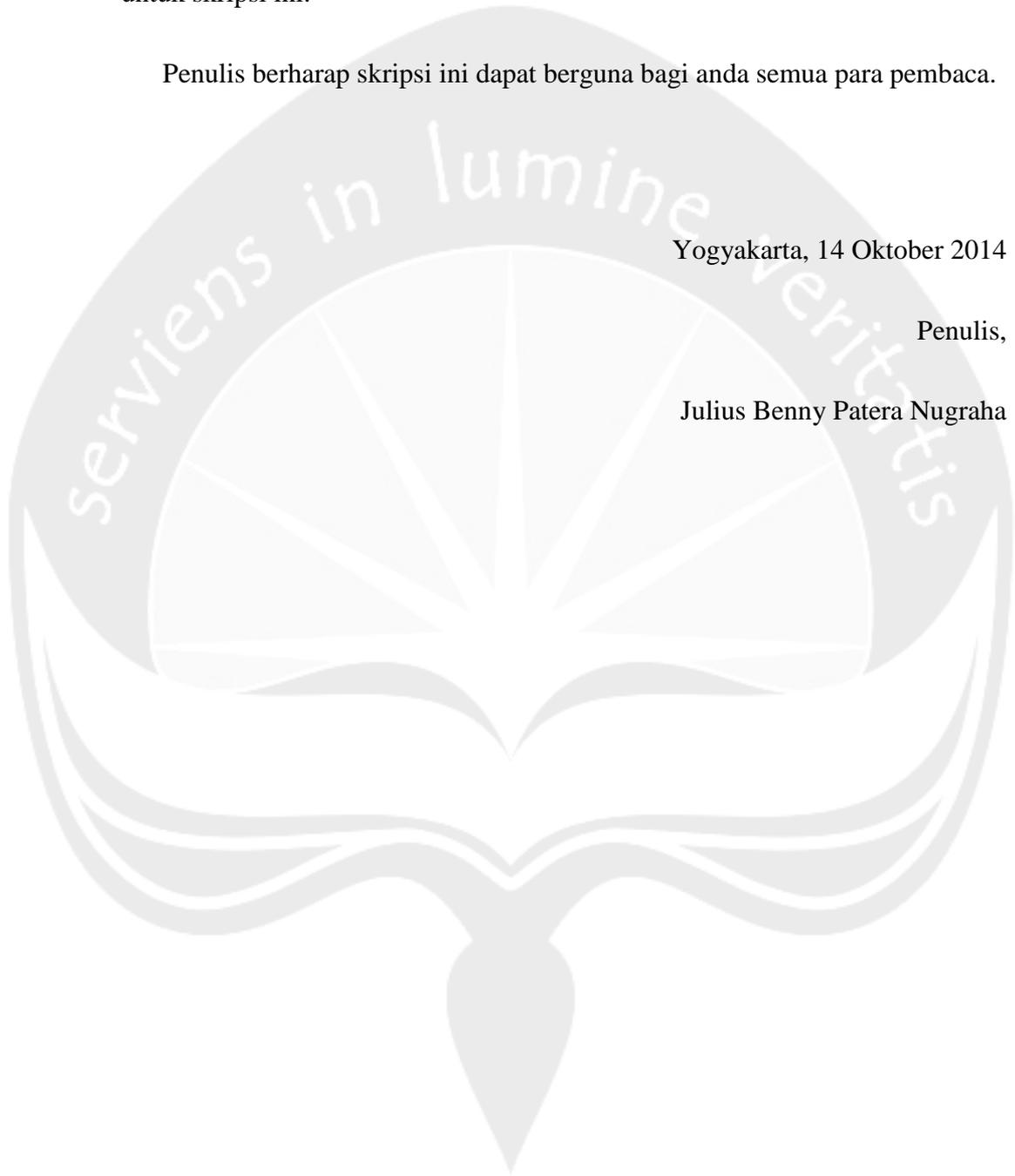
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi anda semua para pembaca.

Yogyakarta, 14 Oktober 2014

Penulis,

Julius Benny Patera Nugraha



DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Abstrak	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan masalah	8
C. Tujuan penelitian	8
D. Manfaat penelitian	8
E. Kerangka teori	9
F. Kerangka konsep	37
G. Metodologi penelitian	40
1. Metode penelitian	40
2. Lokasi penelitian	40
3. Subyek penelitian	41
4. Sumber data	41
5. Teknik pengumpulan data	42
6. Teknik analisis data	43

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Gambaran Harmoni Brownies	47
B. Varian Produk Harmoni Brownies	54

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan penelitian	60
1. Proses re-branding Harmoni Brownies	60
2. Proses Pengembangan merek untuk meningkatkan minat beli konsumen	66
B. Analisis Hasil penelitian	79

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA	105
-----------------------	------------

LAMPIRAN	107
-----------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo dan Merek Amadeus Brownies	4
Gambar 1.2 Logo dan Merek Harmoni Brownies	4
Gambar 1.3 Manfaat Produk dan Pilihan Konsumen	34
Gambar 2.1 Profil Pemilik Harmoni Brownies	51
Gambar 2.2 Profil Karyawan Harmoni Brownies	52
Gambar 2.3 Profil Karyawan Harmoni Brownies	52
Gambar 2.4 Profil Karyawan Harmoni Brownies	53
Gambar 2.5 Varian Brownies coklat	54
Gambar 2.6 Varian Brownies kacang	55
Gambar 2.7 Varian Brownies cocochips	55
Gambar 2.8 Varian Brownies keju	56
Gambar 2.9 Varian Brownies almond	57
Gambar 2.10 Kegiatan Pameran oleh Harmoni Brownies di Surabaya tahun 2014	58
Gambar 3.1 Merek Awal Brownies (2007-2012)	61
Gambar 3.2 Merek Baru Brownies (2012-sekarang)	65
Gambar 3.3 Banner sebagai Media Promosi Harmoni Brownies	68
Gambar 3.4 Katalog Harmoni Brownies	70
Gambar 3.5 Kartu Nama Harmoni Brownies	72
Gambar 3.6 Kemasan Mika Harmoni Brownies	76
Gambar 3.7 Kemasan Plastik Harmoni Brownies	77
Gambar 3.8 Kemasan Paper cup Harmoni Brownies	77

Gambar 3.9 Laman Facebook Harmoni Brownies

78

Gambar 3.10 Desain Grafis Media Promosi Harmoni Brownies

90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran No 1 : matriks penelitian

Lampiran No 2 : *interview guide*

Lampiran No 3 : transkrip wawancara

