



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan Semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 Agustus 2015

Jessy Selasih

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi Interactive Marketing Communications
dalam Membangun Brand Loyalty Mister Potato:
Studi Kasus pada Program Inggris Gratis Periode Mei-Desember 2014”

oleh

Jessy Selasih

telah diujikan pada hari Jumat, tanggal 14 Agustus 2015
pukul 08.00 s.d. 09.30 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Novita Damayanti, M.Si.

Penguji Ahli


Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi - UMN



*The present moment is the only moment available to us,
and it is the door to all moments.*

- Thich Nhat Hanh -

UMMN

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kepada Sanghyang Adhi Buddha karena dengan karma baik yang dimiliki, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan syarat memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, yang berjudul:

“Strategi Interactive Marketing Communications dalam Membangun Brand Loyalty Mister Potato: Studi Kasus pada Program Inggris Gratis Periode Mei- Desember 2014”

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua – Hastomo dan Antini Selasih, serta saudara-saudari – Merry Selasih, Cindy Selasih dan Chaterine Fellicia atas motivasi, masukan, dan dukungan baik secara langsung dan tidak langsung.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis tidak dapat menyelesaikannya tanpa bantuan dan dukungan yang tiada henti dari orang-orang sekitar. Pada kesempatan ini penulis ingin pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini:

1. Ibu Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom., dosen pembimbing yang selalu memberikan saran, masukan, dan motivasi kepada penulis.
2. Ibu Dr. Novita Damayanti, M.Si. serta Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si. atas masukannya selama sidang dan saat penulis melakukan revisi.
3. Ibu Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Priscilla Angelia, mantan Account Executive Yluva Brand Communication yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian mengenai program Yluva Brand Communication untuk Mister Potato Indonesia, serta memberikan informasi serta data pendukung yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
5. Leovhaty Augusta A.H.B, Head of Marketing PT Pacific Food Indonesia yang sebelumnya menjabat sebagai Brand Manager dan Brand and Trade Manager perusahaan tersebut, yang bersedia menjadi key informan dalam penelitian ini.
6. Vivi Listandary, Account Director Yluva Brand Communication yang bersedia menjadi key informan dalam penelitian ini.
7. Bapak Ujang Rusdianto, selaku informan ahli yang bersedia menjadi narasumber pendukung dalam penelitian ini.

8. Yogie Tandana yang telah memberikan motivasi tanpa henti dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Vonny Damayanti, Irene Devi, Christian Bock, dan Rudi Sanjaya, teman-teman semasa sekolah dan seperjuangan pembuatan skripsi serta tugas akhir selama penulis bekerja dan tinggal di sekitar Binus University, Jakarta Barat.
10. Veronika Hesti, Anastasia Ratih, Irene, Yessica Renata, dan Harun Kurnia, pemberi dukungan selama penulis bekerja.
11. Teman-teman, Eunike, Sherly, Ryan, Reynold, Riandy, Delvin, Tami, Dhita, Andrew, Monika, Maria, Erwanto, Jansen, Nickson untuk suka duka, cerita, dan dukungan dalam proses pembuatan skripsi berlangsung.
12. Rini, Irlia, teman-teman Sekber PMVBI Provinsi Banten, dan DDBC yang juga memberikan motivasi kepada penulis.
13. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, baik dari segi teknis penulisan hingga materi laporan. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna dan bisa menjadi referensi bagi pembacanya di masa yang akan datang.

Tangerang, 29 Agustus 2015

Jessy Selasih

**STRATEGI INTERACTIVE MARKETING COMMUNICATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND LOYALTY MISTER POTATO:**

Studi Kasus pada Program Inggris Gratis

Periode Mei-Desember 2014

Jessy Selasih

11140110005

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi Mister Potato dalam meningkatkan *brand loyalty*. Pertumbuhan industri makanan ringan yang semakin meningkat di Indonesia membuat Mister Potato menyadari bahwa pemanfaatan media online yang interaktif kini penting dalam mengembangkan bisnisnya. Melalui Program Inggris Gratis, brand asal Malaysia ini, didukung oleh konsultan *brand communication* berupaya mencapai tujuannya. Salah satunya membangun *brand loyalty* konsumen strategi *marketing communications* yang tepat.

Konsep dalam penelitian ini meliputi komunikasi, *internet marketing*, *interactive marketing communications*, *brand*, serta *brand loyalty*. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Sementara itu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam, studi dokumen, serta materi audio-visual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi program Inggris Gratis dilakukan oleh Mister Potato, dalam hal ini PT Pacific Food Indonesia, juga konsultan *brand communication*nya, Yluva Brand Communication. Strategi yang dilakukan oleh Mister Potato berdasarkan strategi oleh Chaffey dkk., meliputi menentukan peluang online, memilih pendekatan strategis, implementasi secara online, dan profiling konsumen, *monitor*, serta *improve*. Pendekatan strategis yang digunakan untuk meraih objektif, terdiri dari *online value proposition strategy*, *online targeted reach strategy*, dan *offline sales impact strategy*. Perencanaan tersebut dilaksanakan dengan baik, akan tetapi butuh evaluasi yang lebih mendalam pada bagian *profiling* dan *monitoring*.

Kata Kunci: *Brand*, *Brand Loyalty*, *Interactive Marketing Communications*,
Strategi Marketing Communications

**INTERACTIVE MARKETING COMMUNICATIONS STRATEGY
IN BUILDING BRAND LOYALTY OF MISTER POTATO:**

Case Study of Ingggris Gratis Program

May-December 2014 Period

Jessy Selasih

11140110005

ABSTRACT

This research studies about Mister Potato's interactive marketing communications strategy to build brand loyalty of the brand. While the growth of snack industry is picking up, Mister Potato realize that using online media is now important in developing their business. Through Ingggris Gratis program, this Malaysian brand, supported by their brand communication consultant tried to reach their objectives. One of them is to build brand loyalty by applying exact online strategy.

The concepts in this research are communication, internet marketing, interactive marketing communications, brand, and brand loyalty. This research uses a qualitative descriptive approach, with case study research method. Collecting data technique used are indepth interview, document study, and audio-visual materials.

The result shows that the strategy Ingggris Gratis program planned by Mister Potato, in this case PT Pacific Food Indonesia, and their brand communication consultant, Yluva Brand Communication. The strategy used in Chaffey's internet marketing strategy are defining the online opportunity, selecting the strategic approach, and delivering results online that include costumer profiling, monitoring, and improving. The strategic approaches used to reach objectives are online value proposition strategy, online targeted reach strategy, and offline sales impact strategy. The strategy is developed well, although still need deeper evaluation in profiling and monitoring.

Keywords: Brand, Brand Loyalty, Interactive Marketing Communications, Strategi Marketing Communications

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Konsep	15
2.2.1 Komunikasi	15
2.2.2 <i>Internet Marketing</i>	16
2.2.3 <i>Marketing Mix</i>	17
2.2.4 <i>Interactive Marketing Communications</i>	18
2.2.5 <i>Strategi Interactive Marketing Communications</i>	23
2.2.6 <i>Brand</i>	32

2.2.7 <i>Brand Loyalty</i>	34
2.3 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Key Informan	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Keabsahan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.7 Fokus Penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	52
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	58
4.1.2 Filosofi Perusahaan	59
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	60
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Sekilas tentang Mister Potato	61
4.2.2 Program Ngemil Eksis Pergi ke Inggris	64
4.2.3 Perencanaan Strategi <i>Interactive Marketing</i> <i>Communications</i> pada Program Inggris Gratis	68
4.2.3.1 Mendefinisikan Peluang Online	68
4.2.3.2 Memilih Pendekatan Strategis	73
4.2.3.3 Implementasi Online	76
4.3 Pembahasan	97
4.3.1 Mendefinisikan Peluang Online	97
4.3.2 Memilih Pendekatan Strategis	105
4.3.3 Implementasi Online	110
4.3.4 <i>Costumer Profiling, Monitoring, and Improve</i>	118

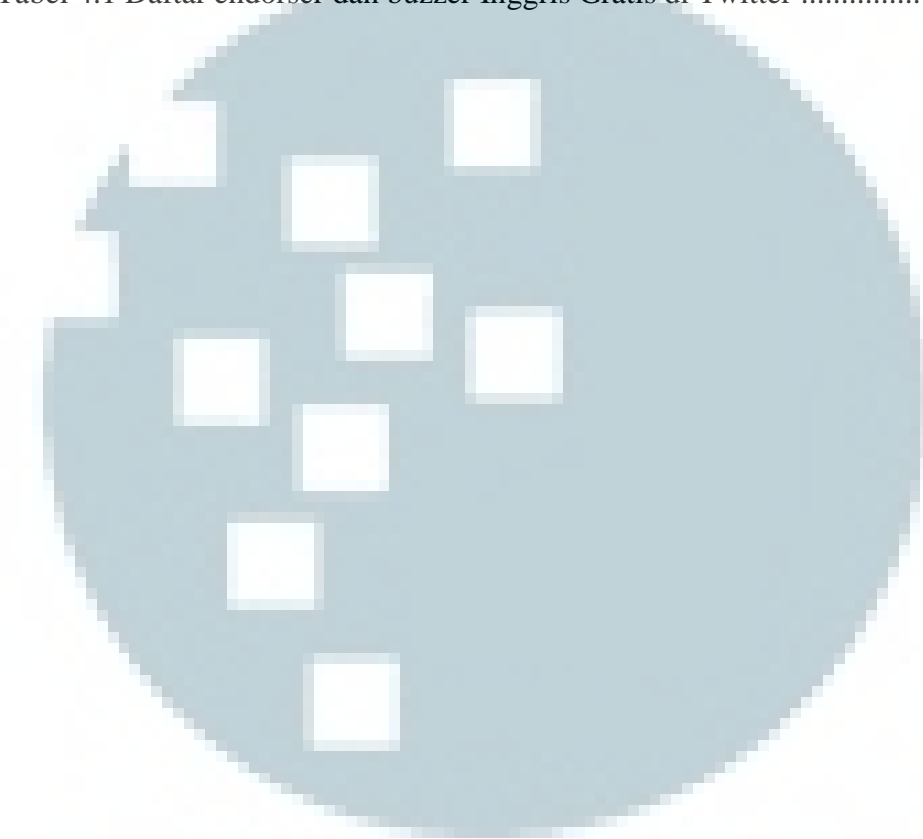
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Simpulan	121
5.2 Saran	123
5.2.1 Saran Akademis	123
5.2.2 Saran Praktis	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	



UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Daftar endorser dan buzzer Inggris Gratis di Twitter	83



UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses perkembangan strategi <i>internet marketing</i>	23
Gambar 2.2 <i>Brand Resonance Pyramid</i>	35
Gambar 2.3 <i>Subdimensions of Brand Building Blocks</i>	35
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Logo Mamee-Double Decker (M) Berhad	52
Gambar 4.2 Logo PT Pacific Food Indonesia	52
Gambar 4.3 Produk PT Pacific Food Indonesia	54
Gambar 4.4 Mister Potato Crisps	55
Gambar 4.5 Mister Potato Chip	56
Gambar 4.6 Mister Potato Waavy	56
Gambar 4.7 Mister Potato Veetos	57
Gambar 4.8 Struktur Perusahaan PT Pacific Food Indonesia	60
Gambar 4.9 Contoh #Twitterview dengan juri tengah	79
Gambar 4.10 Video interview juri Blog Competition.....	80
Gambar 4.11 Tweet @windyariestanty setelah penilaian para juri utama	81
Gambar 4.12 Tweet @windyariestanty sebagai juri dan endorser	85
Gambar 4.13 Tweet @aMazing tentang Blog Competition #InggrisGratis	86
Gambar 4.14 Tweet @aMazing tentang Foto Bercerita #InggrisGratis ...	86
Gambar 4.15 Tweet @aMazing tentang pemenang Blog Competition #InggrisGratis	88
Gambar 4.16 Feedback pengumuman pemenang Foto Bercerita #InggrisGratis	89
Gambar 4.17 Posting sharing video #InggrisGratis Tour Mister Potato ..	90
Gambar 4.18 Video InggrisGratis Tour	91
Gambar 4.19 Oleh-oleh merchandise klub sepak bola	93
Gambar 4.20 Oleh-oleh souvenir negara Inggris	93
Gambar 4.21 Oleh-oleh merchandise Harry Potter	94

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
LAMPIRAN II	TRANSKRIP WAWANCARA
LAMPIRAN III	DOKUMENTASI PENELITI BERSAMA INFORMAN
LAMPIRAN IV	POSTING FACEBOOK, TWEET, KONTEN WEBSITE
LAMPIRAN V	DAFTAR ENDORSER DAN BUZZER
LAMPIRAN VI	JURI BLOG COMPETITION
LAMPIRAN VII	TULISAN PEMENANG BLOG COMPETITION
LAMPIRAN VIII	KARYA PEMENANG FOTO BERCEKITA
LAMPIRAN IX	ITINERARY TRIP INGGRIS GRATIS
LAMPIRAN X	RIWAYAT HIDUP PENELITI

UMMN