

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INI GELATO

DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*

Oleh:

Nama: Nadila Natalia

NIM: 66200149

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Komunikasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2024

PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INI GELATO
DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE***

Diajukan oleh

Nama: Nadila Natalia

NIM: 66200149

Jakarta, 6 Maret 2024

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,



(Pauline Hasan, S.Sos. M.Si.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
2024**

ABSTRAK

Nadila Natalia/66200149/2024/Strategi Komunikasi Pemasaran INI Gelato dalam Membangun *Brand Image*/Dosen Pembimbing: Pauline Hasan, S.Sos., M.Si.

Citra menjadi salah satu aset paling penting bagi perusahaan atau organisasi, karena itu citra harus dibangun dan dijaga. Citra merek atau *brand image* menjadi salah satu jalan untuk meraih keunggulan kompetisi dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Dengan berkembangnya teknologi dan digitalisasi, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dan berkompetisi dengan tujuan membangun dan menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Dalam merancang strategi komunikasi pemasaran, perusahaan harus memahami kondisi dan situasi pasar untuk diolah menjadi peluang dalam perkembangan. INI Gelato merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan strategi komunikasi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui *brand image* INI Gelato berdasarkan indikator *brand image*. Selain itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran INI Gelato dalam membangun *brand image*.

Penelitian ini didasarkan pada teori strategi komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran. Dengan mengupas berbagai elemen dari strategi komunikasi pemasaran ini, diantaranya adalah periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung dan digital.

Subjek penelitian ini adalah *owner, manager marketing*, sosial media spesialis, dan konsumen dari INI Gelato. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan wawancara semi-terstruktur, observasi di lapangan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang didapati adalah pembentukan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh INI Gelato dengan melalui tahapan yang rinci seperti penggunaan *packaging* yang merepresentasikan INI Gelato, mengikuti jasa penyelenggara acara dalam membuka *booth*, melakukan observasi terhadap keinginan dan saran konsumen, serta memanfaatkan platform digital, seperti sosial media dan jasa pemesanan makanan melalui *e-commerce*. Dalam pembangunan *brand image*, INI Gelato juga menggunakan berbagai fasilitas digital dengan tujuan meningkatkan kualitas layanannya.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat penerapan strategi komunikasi pemasaran INI Gelato dalam membangun *brand image*. Terbukti dari berdirinya dan dikenalnya INI Gelato diantara banyak toko penjual es krim maupun gelato yang ada di Jakarta, serta ramainya pengunjung yang datang hingga saat ini.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Bisnis Makanan dan Minuman, Citra Merek

ABSTRACT

Nadila Natalia/66200149/2024/INI Gelato's Marketing Communication Strategy in Building Brand Image/Advisor: Pauline Hasan, S.Sos., M.Si.

Image becomes one of the most important assets for a company or organization, therefore the image must be built and maintained. Brand image or brand image is one way to achieve competitive advantage in maintaining consumer loyalty. With the development of technology and digitalization, companies are required to adapt and compete with the aim of building and maintaining good relationships with their consumers. In designing marketing communication strategies, companies must understand market conditions and situations to be processed into opportunities in development. INI Gelato is one of the companies that implements a marketing communication mix strategy. The purpose of this study is to determine INI Gelato's brand image based on brand image indicators. The purpose of this study is to determine INI Gelato's brand image based on brand image indicators. In addition, the purpose of this study is to determine the implementation of INI Gelato's marketing communication mix strategy in building brand image.

This research is based on the theory of marketing communication strategy, marketing communication mix. By exploring various elements of this marketing communication mix strategy, including advertising, sales promotion, events and experiences, public relations, personal sales, and direct and digital marketing.

The subjects of this study are owners, marketing managers, social media specialists, and consumers of INI Gelato. This study used qualitative research design with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were used in this study with semi-structured interviews, field observations, and documentation.

The results of the research found were the formation of marketing communication strategies carried out by INI Gelato by going through detailed stages such as the use of packaging that represents INI Gelato, following the services of event organizers in opening booths, observing consumer wants and suggestions, and utilizing digital platforms, such as social media and food ordering services through e-commerce. In building brand image, INI Gelato also uses various digital facilities with the aim of improving the quality of its services.

This research can be concluded that there is an application of INI Gelato's marketing communication mix strategy in building brand image. Evident from the establishment and recognition of INI Gelato among many ice cream and gelato selling shops in Jakarta, as well as the crowds of visitors who come to this day.

Keywords: Marketing Communication Mix, Food and Beverages Business, Brand Image.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pernyataan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan rangkaian penelitian dalam penyusunan skripsi ini yang berjudul ‘Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran INI Gelato dalam Membangun *Brand Image*’ dengan baik. Skripsi ini dilakukan untuk menyelesaikan studi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Konsentrasi Komunikasi Pemasaran, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan yang baik ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu peneliti, baik dukungan moral maupun materil, serta narasumber yang telah membantu memberikan informasi. Untuk itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Pauline Hasan S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dorongan kepada peneliti dalam meneliti dan menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms) selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi serta seluruh jajaran dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Joshua Putera, Vonnie Cecilia, Catrine Suryadi, Veronica Xie, dan Valerie Juarsa yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan pada penelitian ini.
4. Keluarga yang memberikan dukungan secara moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat melaksanakan dan menulis penelitian ini dengan baik.
5. Teman-teman lain yang telah bekerja sama dan membantu dengan hati yang tulus baik sebagai sumber informasi.

6. Serta semua pihak yang telah membantu dalam menjawab setiap pertanyaan yang disampaikan.

Peneliti menyadari bahwa di dalam hasil penelitian ini mengalami berbagai macam kekurangan dan kelemahan baik dari segi penyajian materi maupun dalam penyusunannya. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka akan masukan berupa kritik maupun saran untuk menyempurnakan penelitian ini. Besar harapan peneliti, bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 19 Februari 2023

Nadila Natalia

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Identifikasi Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teoritis	11
1. Komunikasi Pemasaran.....	11
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	15
3. <i>Integrated Marketing Communication</i>	22
4. <i>Brand Image</i>	25

5. <i>Digital Marketing</i>	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Subjek Penelitian.....	37
B. Desain Penelitian	39
C. Jenis Data	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum	46
1. Profil INI Gelato	46
2. Sejarah INI Gelato	47
3. Struktur Organisasi INI Gelato	49
B. Hasil Penelitian.....	51
1. <i>Brand Image</i> INI Gelato	52
2. Strategi Komunikasi Pemasaran INI Gelato dalam Membangun <i>Brand Image</i>	61
C. Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	94
A. Simpulan	94
B. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Penjualan Es Krim di Indonesia	4
Gambar 1. 2 Data Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu) 2022	5
Gambar 1. 3 Inovasi Rasa dari INI Gelato	7
Gambar 1. 4 Tampilan Café INI Gelato.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Logo INI Gelato.....	46
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi INI Gelato	49
Gambar 4. 3 <i>Packaging Cone</i> dan <i>Small Cup</i>	56
Gambar 4. 4 <i>Packaging Medium</i> dan <i>Large Cup</i>	57
Gambar 4. 5 <i>Packaging 16oz</i> dan <i>Mini Size</i>	57
Gambar 4. 6 <i>Store</i> INI Gelato Sunter Lantai 1	58
Gambar 4. 7 <i>Store</i> INI Gelato Sunter Lantai 1	59
Gambar 4. 8 <i>Store</i> INI Gelato Sunter Lantai 2	59
Gambar 4. 9 <i>Store</i> INI Gelato Sunter <i>outdoor</i>	59
Gambar 4. 10 Rasa Unik yang Disediakan INI Gelato	60
Gambar 4. 11 <i>Brand Guideline</i> INI Gelato	63
Gambar 4. 12 <i>Ads Content Plan</i> INI Gelato	64
Gambar 4. 13 Konten Iklan <i>Instagram Post</i> INI Gelato.....	66
Gambar 4. 14 Konten Iklan <i>Instagram Post</i> INI Gelato.....	67
Gambar 4. 15 Konten Iklan <i>Instagram Post</i> INI Gelato.....	67
Gambar 4. 16 Kolaborasi INI Gelato dengan MatchaBae.....	71
Gambar 4. 17 Tangkapan Layar Pelanggan INI Gelato atas Kolaborasi INI Gelato dengan Melts	72

Gambar 4. 18 Kolaborasi INI Gelato dengan Melts.....	72
Gambar 4. 19 <i>Spinning Wheel</i> INI Gelato.....	74
Gambar 4. 20 <i>Booth</i> INI Gelato bersama Semasa, PIM.....	77
Gambar 4. 21 INI Gelato dengan Market&Museum di <i>event</i> BrideStory, ICE BSD.....	77
Gambar 4. 22 <i>Booth</i> INI Gelato bersama Semasa di Chillax, Sudirman.....	78
Gambar 4. 23 Tangkapan Layar Pelanggan INI Gelato di Semasa, Lapangan Banteng	78
Gambar 4. 24 Tangkapan Layar Kyra Nayda	81
Gambar 4. 25 <i>Hampers</i> INI Gelato	82
Gambar 4. 26 Hampers Kolaborasi INI Gelato dengan TwoSidesCoffee	82
Gambar 4. 27 Konten TikTok INI Gelato.....	84
Gambar 4. 28 Konten Interaktif INI Gelato	85
Gambar 4. 29 Informasi Instagram INI Gelato.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 INFORMAN	100
LAMPIRAN 2 TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN	1011