

**STRATEGI KOMUNIKASI PT RIA BUSANA DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS DI MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**



OLEH:

IFSHAN MAULANA SASMITA

NIM: 0603163001

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

2021

**UIN
SUMATERA UTARA
MEDAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PT RIA BUSANA DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS DI MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Medan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**IFSHAN MAULANA SASMITA
NIM: 0603163001**

Pembimbing I

Dra. Retno Sayekti, M.LIS

NIDN: 2028126902

Pembimbing II

Dra. Zubriah, M.A

NIDN: 2009066301

**UIN
SUMATERA UTARA
MEDAN**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA]

2021

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth. Dekan
Cq. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara Medan
Di Medan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa proposal skripsi saudara :

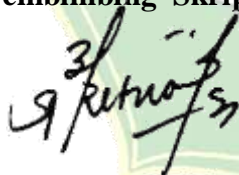
Nama : Ifshan Maulana Sasmita
NIM : 0603163001
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pt Ria Busana Dalam Membangun Brand Awareness Di Medan

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai gagasan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Dengan ini kami berharap Skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, Agustus 2021

Pembimbing Skripsi 1



Dra. Retno Sayekti, M.LIS

NIDN. 2028126902

Pembimbing Skripsi 2



Dra. Zuhriah, MA

NIDN. 2009066301

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **“Strategi Komunikasi Pt Ria Busana Dalam Membangun Brand Awareness Di Medan”** an Ifshan Maulana Sasmita NIM 0603163001 program studi Ilmu Komunikasi telah dipertahankan dan dinyatakan lulus dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara pada tanggal 18 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Medan, 18 Agustus 2021

Ketua Panitia Munaqasyah


Sekretaris Panitia Munaqasyah



Dr. Muhammad Alfikri S.Sos, M.Si
NIDN. 2023038301


Dr. Solihah Titin Sumanti, M.Ag
NIDN. 2013067301

Penguji Skripsi I

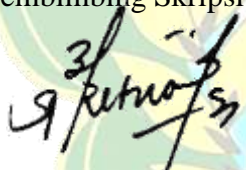
Penguji Skripsi II



Dr. Anang Anang Azhar, MA
NIDN. 0104107401


Dr. Abdul Rasyid, MA
NIDN. 2002046401


Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II


Dra. Retno Sayekti, M.LIS
NIDN. 2028126902


Dra. Zuhriah, MA
NIDN. 2009066301

Mengetahui,
Dekan FIS UINSU


Dr. Maraimbang, MA
NIDN. 2029066903

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ifshan Maulana Sasmita
Nim : 0603163001
Tempat/Tanggal Lahir : Banten, 12 Juli 1998
Pekerjaan : Mahasiswa

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Komunikasi Pt Ria Busana Dalam Membangun Brand Awareness Di Medan**” benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasa yang telah dijelaskan darimana sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, Agustus 2021
Yang membuat pernyataan



Ifshan Maulana Sasmita

NIM. 0603163001

UIN
SUMATERA UTARA
MEDAN

ABSTRAK

Nama : Ifshan Maulana Sasmita

Nim : 0603163001

Judul : Strategi Komunikasi PT Ria Busana Dalam membangun Brand Awareness di Medan

Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah teori *Hypodermic* atau *bullet of theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dimana yang dimaksud mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara personal maupun kelompok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi yang berjalan di PT. Ria Busana dalam membangun *Brand awareness* dinilai cukup berjalan dengan baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan pada saat di toko dengan melakukan penyambutan yang baik, memiliki berapa media sosial dalam membangun *brand* di kalangan media sosial, kenyamanan dan keamanan yang didapat juga baik, sehingga *customer* merasa nyaman berbelanja di PT Ria Busana cabang Medan. Hanya saja kedepannya harus ditingkatkan lagi mulai dari fasilitas, komunikasi untuk promosi, dan informasi yang disampaikan.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, PT Ria Busana, dalam Membangun *Brand Awareness*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan anugerah dan rahmat yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagaimana yang diharapkan. Tidak lupa shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang haq lagi sempurna bagi manusia dan merupakan contoh tauladan dalam kehidupan manusia menuju jalan yang diridhoi Allah SWT.

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi PT Ria Busana Dalam membangun Brand Awareness di Medan”. Disusun dalam rangka memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan.

Penulis telah berupaya dengan segala upaya yang dilakukan dalam penyelesaian skripsi ini. Namun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa, hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Kiranya isi skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya.

Pada awalnya sungguh banyak hambatan yang penulis hadapi dalam penulisan skripsi ini. Namun berkat adanya pengarahan, bimbingan dan bantuan yang diterima

akhirnya semuanya dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan motivasi baik dalam bentuk moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat dan Doa, terkhusus kedua orangtua penulis yang sangat luar biasa yaitu Ibunda Neti Budiarti dan Ayahanda Otong Sasmita atas semua nasihat dalam segala hal serta doa tulus dan limpahan kasih sayang yang tiada henti selalu tercurahkan untuk kesuksesan penulis dalam segala kecukupan yang diberikan serta senantiasa memberikan dorongan secara moril maupun materil sehingga penulis mampu menghadapi segala kesulitan dan hambatan yang ada dan pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Untuk itu penulis juga dengan sepuh hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. KH. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor UIN Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Alfikri, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, MA selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara.
5. Ibu Dra. Retno Sayekti, M.LIS selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak sekali bimbingan dan arahan kepada saya sebagai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Zuhriah, MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak sekali bimbingan dan arahan kepada saya sebagai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Bapak Nurzaman Pamungkas selaku Store Manager di PT Ria Busana Cabang Medan, atas informasi yang diberikan selama melakukan penelitian
8. Orang-orang terdekatku dari SEMBRENGET yang telah sama sama berjuang untuk mau menyelesaikan Skripsi dan saling mendukung selama penulisan skripsi ini.

9. Kepada Keluarga besar Sasada Kopi juga yang telah memberikan banyak hal dan pelajaran sehingga menjadi motivasi selama dalam penulisan ini.
10. Untuk teman teman Humas maupun Ikom B yang selama ini menjadi teman seperjuangan dari Awal hingga akhir, dan seluruh anak Ilmu Komunikasi angkatan 2016.

Sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan dari semua pihak, baik itu bantuan secara moril dan materi, memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebagaimana mestinya, tanpa adanya bantuan dari semua pihak, mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan secara maksimal. Semoga kita mendapatkan balasan dari Allah SWT atas perbuatan baik yang kita lakukan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, April 2021

Penulis



Ifshan Maulana Sasmita

NIM. 0603163001

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI PT RIA BUSANA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI MEDAN	1
ABSTRAK.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
BAB I.....	4
PENDAHULUAN	4
A. LATAR BELAKANG MASALAH	4
B. RUANG LINGKUP PENELITIAN	7
C. RUMUSAN MASALAH.....	8
D. TUJUAN PENELITIAN.....	8
E. MANFAAT PENELITIAN	9
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	9
BAB II.....	11
TINJAUAN TEORITIS	11
A. DEFINISI KOMUNIKASI	11
1. Komunikator/Sumber.....	11
2. Penerima/Komunikan:	12
3. Encoding dan Decoding:.....	12
4. Kerangka Pengalaman	12
5. Perubahan.....	12
6. Pesan:	13
7. Feedback	13
B. STRATEGI KOMUNIKASI	15
C. BRAND	19
D. IKLAN	21
E. PENELITIAN TERDAHULU.....	22

F. KERANGKA TEORITIK.....	23
BAB III METODE.....	26
PENELITIAN	26
A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN	26
B. LOKASI PENELITIAN.....	27
C. SUMBER DATA.....	27
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	28
E. INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA.....	29
F. TEKNIK ANALISIS DATA	30
G. TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA	31
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN	32
A. DESKRIPSI UMUM.....	32
1. Profil PT Ria Busana	32
2. Visi Perusahaan.....	34
3. Misi Perusahaan.....	34
4. Nilai-Nilai Perusahaan.....	34
B. Temuan Hasil Penelitian	35
1. Bagaimana cara PT Ria Busana dalam membangun <i>brand awareness</i> kepada masyarakat kota Medan	35
2. Upaya yang dilakukan PT Ria Busana dalam membangun loyalitas pelanggan kepada masyarakat kota Medan.....	40
3. Cara PT Ria Busana dalam mengatasi faktor penghambat yang dialami saat membangun <i>brand awareness</i> di masyarakat kota Medan	42
C. Pembahasan	43
BAB V	48
PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil wawancara.....	51
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun sosial media PT Ria Busana (screenshot Instagram PT Ria Busana).....56

Gambar 3. Akun Sosial Media Facebook PT Ria Busana (Screenshot Akun Sosial medai
Facebook PT Ria Busana).....58

PT. RIA INDAH MANDIRI.....64

Jln Gatot Subroto No. 191 – 201 Medan Telp. : 061-4579574, Fax. : 061-4579574..... 64

“Strategi Komunikasi PT Ria Indah Mandiri dalam membangun Brand Awarenes di Medan” .. 64

