

PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK  
PADA HARIAN JOGLOSEMAR



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran

Oleh :

DEWI MARSTYANINGRUM

NIM : F3210020

PROGRAM STUDI DIPLOMA III  
MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA

2013

ABSTRAK

PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK

PADA HARIAN JOGLOSEMAR

Oleh :

DEWI MARSTYANINGRUM

F3210020

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesadaran merek masyarakat kota Surakarta pada Harian Joglosemar yang didasarkan pada tingkatan puncak pikiran, pengingatan kembali terhadap merek, pengenalan merek dan tidak menyadari merek.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Surakarta dengan jumlah sampel adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobabilitas yaitu dengan metode pengambilan sampel yang mudah. Sumber data yang digunakan ada dua yaitu sumber data primer yang diperoleh dari kuesioner dan sekunder yang diperoleh dari PT. Joglosemar Prima Media. Untuk mengukur tingkat kesadaran merek masyarakat kota Surakarta pada Harian Joglosemar, digunakan analisis deskriptif dengan cara mengelompokkan atau memisahkan komponen yang relevan dari keseluruhan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari responden.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan Solopos merupakan surat kabar yang paling diingat dengan prosentase sebesar 40% dan surat kabar yang paling diketahui dengan prosentase sebesar 41%. Untuk pengingatan merek, harian joglosemar memperoleh prosentase terbanyak yaitu sebanyak 46%. Pada pengenalan merek, mayoritas responden yaitu sebanyak 67% mengenal Harian Joglosemar dan telah menuliskannya pada pertanyaan sebelumnya, meskipun demikian tidak sedikit responden yang belum pernah membeli Harian Joglosemar yaitu sebanyak 59%, selain itu yang tidak menyadari merek Harian Joglosemar sebesar 8%. Sumber media informasi yang dipilih responden untuk mengetahui Harian Joglosemar yaitu sebanyak 29% melalui media lainnya yang selain disebutkan pada kuesioner, yaitu loper koran.

kata kunci : kesadaran merek, puncak pikiran, pengingatan merek, pengenalan merek, tidak menyadari merek.

HALAMAN PERSETUJUAN

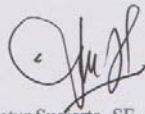
Tugas Akhir dengan judul :

PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK PADA HARIAN  
JOGLOSEMAR

Surakarta, Juni 2013

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Catur Sugiarto, SE, M.SM. M.Rech  
NIK 19830508 201302 01

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK PADA HARIAN  
JOGLOSEMAR

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir


Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta


Surakarta, Juni 2013

Tim Penguji Tugas Akhir

Ahmad Mujahid, SE, M.SC  
NIP : 320700001

  
\_\_\_\_\_  
Penguji

Catur Sugiarto, SE, M.SM. M.Rech  
NIK 19830508 201302 01

  
\_\_\_\_\_  
Pembimbing

## MOTTO

*Bahagia itu cukup sederhana, saling berbagi, bebaskan hati dari rasa benci, mudahkan dalam memaafkan dan bersyukur dengan semua hal sederhana yang kita miliki. Bagian kita adalah untuk berusaha sekuat tenaga, kemudian yakinlah Tuhan pasti berikan yang terbaik. (Merry Riana)*

3 hal dalam hidup yang paling berharga, yaitu : cinta, kepercayaan, dan persahabatan. Hal-hal yang anda ciptakan dalam benak adalah hal-hal yang akan terwujud. Pastikan pikiran anda memikirkan hanya hal-hal yang positif. (Tung

Desem Waringin)

## PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

- Kedua orang tua yang telah membimbing dan memberi masukan.
- Saudara-saudara ku, yaitu mbak tyas, mbak hani, dek nisa, dek ricky, dan dek rizal.
- Sahabat-sahabatku SMP (gisella, septika, claudia dan vivien), SMA (hana, winda, iyas, dan joti), terima kasih sudah menghibur dan menyemangati ketika lagi bingung masalah tugas akhir.
- Untuk danna riska, bayu ridlo, dan alka syamjaya, terima kasih sudah memberi kenangan manis selama tiga tahun terakhir. Khusus untuk alka, terima kasih untuk pinjaman laptop dan ngenet gratisnya.
- Yang terakhir untuk Alan candra yang selalu menanyakan kapan selesainya dan selalu mengingatkan tentang tugas akhir.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK PADA HARIAN JOGLOSEMAR. Tugas Akhir ini penulis susun sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam proses penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga laporan ini dapat terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Drs. Wisnu Untoro, MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku ketua Program Diploma III Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Catur Sugiarto, SE, M.SM. M.Rech selaku Pembimbing dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.



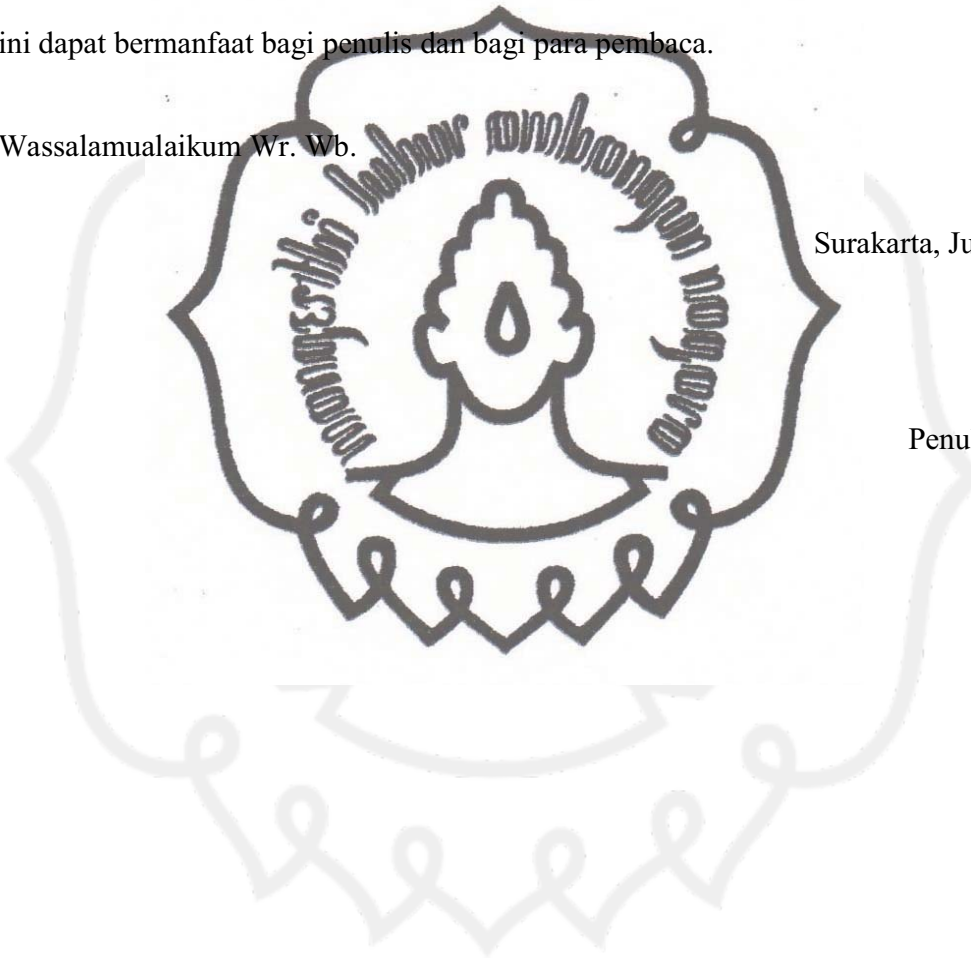
5. Idha Dwi Retnaningsih, S.Psi selaku HRD PT. Joglosemar Prima Media.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai penyempurnaan Tugas Akhir ini. Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, Juni 2013

Penulis





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat penelitian.....	4
E. Metode penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Merek .....	12

1. Definisi Merek .....	12
2. Peranan Merek .....	14
3. Manfaat Merek .....	15
B. Ekuitas Merek .....	17
1. Definisi Ekuitas Merek .....	17
2. Peran Ekuitas Merek .....	18
C. Kesadaran Merek .....	19
1. Pengertian dan Peranan Kesadaran Merek .....	19
2. Pencapaian Kesadaran Merek .....	24
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	25
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	25
1. Sejarah Perusahaan .....	25
2. Profil Perusahaan .....	30
3. Visi & Misi Perusahaan .....	31
4. Struktur Organisasi & <i>Job Description</i> .....	32
5. Rubrikasi Harian Joglosemar .....	53
B. Laporan Magang .....	54
C. Analisis Data .....	56
1. Gambaran Umum Responden .....	57

a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
b. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	58
c. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
d. Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	60
2. Analisis Deskriptif Kesadaran Merek .....	60
a. Puncak Pikiran .....	61
b. Pengingatan Merek .....	64
c. Pengenalan Merek .....	65
d. Tidak Menyadari Merek .....	66
e. Sumber Media Informasi .....	67
f. Pengalaman Pembelian .....	68
D. Pembahasan .....	69
BAB IV PENUTUP .....	71
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel III. 1 Profil Perusahaan .....	30
Tabel III. 2 Rubrikasi Harian Joglosemar .....	53
Tabel III. 3 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel III. 4 Profil Responden berdasarkan Usia .....	58
Tabel III. 5 Profil Pekerjaan Responden .....	59
Tabel III. 6 Latar Belakang Status Pernikahan .....	60
Tabel III. 7 Analisis Puncak Pikiran .....	61
Tabel III. 8 Analisis Puncak Pikiran2 .....	63
Tabel III. 9 Analisis Peningkatan Merek .....	64
Tabel III. 10 Analisis Pengenalan Merek .....	66
Tabel III. 11 Sumber Media Informasi .....	67
Tabel III. 12 Pengalaman Pembelian .....	68

## DAFTAR GAMBAR

TABEL	HALAMAN
Gambar II.1 Piramida Kesadaran Merek .....	20
Gambar II.2 Penciptaan nilai kesadaran merek .....	22
Gambar III.1 Struktur Organisasi PT. Joglosemar Prima Media.....	32

