

**BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN ARKITEK PRINT UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KOTA BOGOR**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
VINA DEVIANI
044116376**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
AGUSTUS 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skrripsi yang disusun oleh:

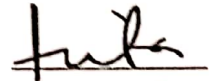
Nama : Vina Deviani
NPM : 044116376
Judul : Bauran Komunikasi Pemasaran Anakidz Print Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* di Kota Bogor

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

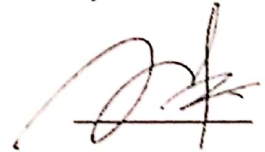
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Tiara Puspaindra, M.Si
NIK. 1.0815 033 671



Pembimbing II : Ismail Taufik Rusfien, M.Si
NIK. 1.1215 047 681



Pembaca : Qoute Nuraini C, M.I.Kom
NIK. 1.0113.001 608



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 07 Agustus

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

VINA DEVIANI. 044116376. 2020. *Bauran Komunikasi Pemasaran Ankidz Print Untuk Meningkatkan Brand Awareness Di Kota Bogor*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Tiara Puspanidra dan Ismail Taufik Rusfien

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana perusahaan percetakan bernama Ankidz Print melakukan promosi produk dan nama perusahaan mereka dilihat dari bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan Ankidz Print untuk meningkatkan *brand awareness* di masyarakat dan melihat bauran komunikasi pemasaran mana yang paling efektif digunakan untuk meningkatkan ketadaran merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis dan metode data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam hal ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menekankan pada bauran komunikasi pemasaran yang dimiliki Ankidz Print dapat membentuk kesadaran merek. Ankidz Print melakukan bauran komunikasi pemasaran dengan baik sehingga Ankidz Print diakui di masyarakat sekitar, khususnya Bogor. Bauran yang digunakan termasuk periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran interaktif. Bauran komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk Ankidz Print gunakan yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan personal dan pemasaran interaktif.

Kata Kunci : *Ankidz Print, Brand Awareness, Bauran Komunikasi Pemasaran.*