

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penulisan .....	6
1.4 Manfaat Penulisan .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi .....	8
2.2 Communication Mix.....	8
2.3 Types of Budgets .....	10
2.4 Metrics .....	11
2.5 Segmenting, Targeting, Positioning (STP).....	12
2.6 Bauran Pemasaran .....	13
2.7 Keputusan Pembelian .....	13
2.8 Brand Awareness .....	14
2.9 AIDA Model.....	15
2.10 Analisis Industri .....	15
2.11 Market Potential .....	17

2.12	Competitive Profile Matrix.....	17
2.13	Analisis SWOT.....	18
2.14	Analisis TOWS Matrix.....	18
BAB III.....		19
METODOLOGI PENELITIAN.....		19
3.1	Desain Penelitian.....	19
3.2	Jenis Penelitian.....	19
3.3	Jenis Data.....	20
3.4	Populasi dan Sampel.....	20
3.4.1	Populasi.....	20
3.4.2	Sampel.....	21
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6	Metode Analisis Data.....	25
3.7	Kerangka Analisis.....	26
BAB IV.....		27
GAMBARAN UMUM USAHA.....		27
4.1	Profil Bisnis dan Identitas Perusahaan.....	27
4.1.1	Filosofi.....	27
4.1.2	Logo Perusahaan.....	27
4.2	Visi Misi.....	28
4.3	Nilai - Nilai Perusahaan.....	28
BAB V.....		29
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		29
5.1	Analisis Eksternal.....	29
5.1.1	Analisis Industri.....	29
5.1.2	Ukuran, Permintaan, dan Pertumbuhan Pasar.....	33
5.1.3	Analisis Pesaing.....	36
5.1.4	Analisis Competitive Profile Matrix.....	72
5.2	Analisis Pelanggan.....	74
5.2.1	Brand Awareness Untold Stories Cap.....	75
5.2.2	Keputusan Pembelian Produk Topi.....	80

5.2.3	Rangkuman Analisis Pelanggan .....	89
5.2.3	Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Analisis Pelanggan .....	90
5.3	Analisis Internal .....	90
5.3.1	Current Marketing Strategy Untold Stories Cap .....	90
5.4	Objektif Komunikasi .....	105
BAB VI	.....	106
RUMUSAN STRATEGI DAN PEDOMAN IMPLEMENTASI..... 106		
6.1	Analisis SWOT .....	106
6.2	Analisis TOWS Matrix .....	107
6.3.1	Kriteria Alternatif Strategi TOWS .....	110
6.3	Strategi Terpilih .....	110
6.3.1	Kriteria Strategi Terpilih .....	110
6.4	Implementasi Strategi .....	111
6.4.1	Communication Mix Untold Stories Cap 2018 - 2020.....	112
6.4.2	Timeline Kegiatan Communication Mix Untold Stories Cap .....	119
6.4.3	Budget Communication Mix Untold Stories Cap.....	121
6.4.4	Evaluasi Objektif Komunikasi .....	122
BAB VII	.....	123
KESIMPULAN DAN SARAN .....		
7.1	Kesimpulan dan Saran .....	123
7.1.1	Kesimpulan.....	123
7.1.2	Saran .....	124
DAFTAR PUSTAKA .....		
LAMPIRAN.....		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Prospek Bisnis <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 2 <i>Components of Promotions</i> .....	9
Gambar 3 <i>Porter's Five-Forces</i> .....	16
Gambar 4 Contoh <i>Competitive Profile Matrix</i> .....	17
Gambar 5 Kerangka Analisis .....	19
Gambar 6 Tabel Populasi dan Sampel, Krejcie dan Morgan.....	22
Gambar 7 Logo Untold Stories Cap .....	27
Gambar 8 Flexfit Yupoong .....	32
Gambar 9 SES Jabodetabek A & B .....	35
Gambar 10 Logo Aye Denim.....	37
Gambar 11 Segmentasi Aye Denim.....	38
Gambar 12 Produk Topi Aye Denim.....	40
Gambar 13 Pelaksanaan <i>Sales Promotions</i> Aye Denim .....	41
Gambar 14 <i>Database Marketing</i> Aye Denim .....	41
Gambar 15 <i>Direct Mail</i> Aye Denim .....	42
Gambar 16 Instagram <i>Business</i> Aye Denim .....	43
Gambar 17 Facebook <i>Pages</i> Aye Denim.....	43
Gambar 18 Line <i>@business</i> Aye Denim .....	44
Gambar 19 <i>Store</i> Aye Denim.....	44
Gambar 20 <i>Authorized Retailers</i> Aye Denim .....	45
Gambar 21 <i>Brightspot Market</i> .....	46
Gambar 22 <i>Wall of Fades</i> .....	47
Gambar 23 <i>Pop Up Market</i> .....	47
Gambar 24 Logo Shout Cap .....	48
Gambar 25 Segmentasi Shout Cap .....	49
Gambar 26 Produk Topi Shout Cap.....	50
Gambar 27 Jenis Topi Shout Cap .....	51

Gambar 28 <i>Preview Topi Shout Cap</i> .....	52
Gambar 29 <i>Offline Advertising Poster Shout Cap</i> .....	52
Gambar 30 Kupon Kode <i>Discount Voucher Shout Cap</i> .....	53
Gambar 31 <i>Shout Cap Premiums</i> .....	53
Gambar 32 <i>Shout Cap Story Contest</i> .....	54
Gambar 33 <i>Diskon Ongkos Kirim Shout Cap</i> .....	54
Gambar 34 <i>Database Marketing Shout Cap</i> .....	55
Gambar 35 <i>Shouters Meetup</i> .....	55
Gambar 36 <i>Twitter Shout Cap</i> .....	56
Gambar 37 <i>Instagram Shout Cap</i> .....	56
Gambar 38 <i>Line @business Shout Cap</i> .....	57
Gambar 39 <i>Facebook Pages Shout Cap</i> .....	57
Gambar 40 <i>Kegiatan Sponsorship Shout Cap</i> .....	58
Gambar 41 <i>Booth Shout Cap di Stand Up Comedy Festival</i> .....	59
Gambar 42 <i>Booth Merchandise Shout Cap di Java Jazz Festival</i> .....	59
Gambar 43 <i>Logo Crooz</i> .....	60
Gambar 44 <i>Segmentasi Crooz</i> .....	61
Gambar 45 <i>Trucker Hat Crooz</i> .....	63
Gambar 46 <i>Snap Button Fastening</i> .....	63
Gambar 47 <i>Snapback Crooz</i> .....	63
Gambar 48 <i>Baseball Cap Crooz</i> .....	64
Gambar 49 <i>Dads Cap Crooz</i> .....	64
Gambar 50 <i>Pemberian Diskon Produk Crooz</i> .....	66
Gambar 51 <i>Free Ongkir Produk Crooz</i> .....	66
Gambar 52 <i>Sponsorship Marketing Crooz</i> .....	66
Gambar 53 <i>Twitter Crooz</i> .....	67
Gambar 54 <i>Instagram Crooz</i> .....	67
Gambar 55 <i>Facebook Pages Crooz</i> .....	68
Gambar 56 <i>Youtube Crooz</i> .....	68
Gambar 57 <i>Store Crooz</i> .....	69
Gambar 58 <i>Authorized Dealer Crooz</i> .....	70

Gambar 59 Jakcloth .....	70
Gambar 60 Urban Bazaar .....	71
Gambar 61 Crooz on Zalora .....	71
Gambar 62 Website Crooz .....	72
Gambar 63 Logo Untold Stories Cap .....	77
Gambar 64 Foto Produk Untold Stories Cap .....	79
Gambar 65 Presentase Dimana Seseorang Membeli Topi.....	82
Gambar 66 Presentase Pencarian Informasi Topi yang Akan Dibeli .....	82
Gambar 67 Presentase Tingkat Kepentingan Faktor Desain .....	83
Gambar 68 Presentase Tingkat Kepentingan Faktor Harga.....	84
Gambar 69 Presentase Tingkat Kepentingan Faktor Merek .....	84
Gambar 70 Presentase Tingkat Kepentingan Faktor Kualitas .....	85
Gambar 71 Presentase Orang yang Tertarik Membeli <i>Premium Baseball Cap</i> .....	86
Gambar 72 Presentase Kisaran Harga yang Cocok Untuk <i>Premium Baseball Cap</i> ..	87
Gambar 73 <i>It's cool being different</i> .....	93
Gambar 74 <i>Same shit, different day</i> .....	93
Gambar 75 <i>Do nothing club</i> .....	94
Gambar 76 <i>Professional Dreamer</i> .....	94
Gambar 77 <i>Packaging</i> Produk Untold Stories Cap .....	95
Gambar 78 <i>Baseball Cap</i> Polos Flexfit .....	95
Gambar 79 <i>Cool &amp; Dry</i> .....	96
Gambar 80 <i>Permacurve</i> .....	97
Gambar 81 <i>Pro-formance</i> .....	97
Gambar 82 <i>Ever-Fresh</i> .....	98
Gambar 83 <i>Ultrafibre</i> .....	98
Gambar 84 Teknologi Topi Flexfit Cocok dengan Berbagai Macam Aktivitas .....	99
Gambar 85 Pelaksanaan Promosi Kode Unik.....	100
Gambar 86 Instagram <i>Business</i> Untold Stories Cap.....	101
Gambar 87 Line <i>@business</i> Untold Stories Cap .....	101
Gambar 88 Lapak Berjualan di Kaskus dan Facebook.....	102
Gambar 89 Instagram Untold Stories Cap .....	103

Gambar 90 Instagram <i>Sponsored Advertising</i> .....	114
Gambar 91 Untold Stories Cap <i>Photo Contest</i> dengan <i>Hashtag</i> .....	115
Gambar 92 Contoh <i>Sponsored Consumers</i> Untold Stories Cap .....	117
Gambar 93 Contoh <i>Patch</i> .....	124
Gambar 94 <i>Snapback</i> Flexfit .....	125
Gambar 95 <i>Trucker Hat</i> Flexfit .....	126
Gambar 96 <i>Dad Hat</i> Flexfit .....	126

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perkembangan Teknologi di Indonesia Tahun 2016 .....	1
Tabel 2 Hasil Riset <i>Brand Awareness</i> Untold Stories Cap.....	5
Tabel 3 Hasil Penjualan Untold Stories Cap .....	5
Tabel 4 Jenis Data.....	20
Tabel 5 Metode Analisis Data .....	25
Tabel 6 Kelebihan dan Kekurangan Produk Penutup Kepala.....	31
Tabel 7 <i>Porter's Five-Forces</i> .....	33
Tabel 8 <i>Market Potential</i> Untold Stories Cap .....	33
Tabel 9 Peluang dan Ancaman Ukuran, Permintaan, dan Pertumbuhan Pasar .....	36
Tabel 10 <i>Segmenting</i> Denim.....	37
Tabel 11 Daftar Produk Aye Denim .....	39
Tabel 12 <i>Segmenting</i> Shout Cap.....	48
Tabel 13 <i>Segmenting</i> Crooz.....	60
Tabel 14 Harga Produk Topi Crooz.....	65
Tabel 15 Analisis <i>CPM</i> .....	72
Tabel 16 Kekuatan dan Kelemahan Analisis <i>CPM</i> .....	74
Tabel 17 Data Demografi Responden Untold Stories Cap.....	75
Tabel 18 <i>Brand</i> Topi Internasional.....	75
Tabel 19 <i>Brand</i> Topi Lokal .....	76
Tabel 20 Presentase Jawaban Logo .....	77
Tabel 21 Presentase Pendapat Seseorang Mengenai Merek Untold Stories Cap .....	78
Tabel 22 Presentase Jumlah Jawaban yang Pernah Melihat Produk USC .....	79
Tabel 23 Frekuensi Seseorang Membeli Topi .....	80
Tabel 24 <i>Post Purchase Evaluation</i> Topi.....	81
Tabel 25 Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Analisis Pelanggan .....	90
Tabel 26 <i>Segmenting</i> Produk Untold Stories Cap .....	91
Tabel 27 Daftar Produk Untold Stories Cap.....	92
Tabel 28 Daftar Harga Produk Untold Stories Cap .....	99



Tabel 29 Kode Unik Promosi .....	100
Tabel 30 Hasil Penjualan Untold Stories Cap .....	104
Tabel 31 Kekuatan dan Kelemahan Analisis Internal .....	105
Tabel 32 Analisis <i>SWOT</i> Untold Stories Cap .....	106
Tabel 33 Analisis <i>TOWS Matrix</i> Untold Stories Cap .....	108
Tabel 34 <i>Timeline</i> Kegiatan <i>Communication Mix</i> Untold Stories Cap per Tahun ..	119
Tabel 35 Anggaran <i>Communication Mix</i> Untold Stories Cap Tahun 2018.....	121
Tabel 36 Anggaran <i>Communication Mix</i> Untold Stories Cap Tahun 2019 & 2020	121

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto - Foto .....	132
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara Evaluasi Saat Pembelian Produk Topi	135
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Alief Febriandy .....	136
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Andika Putra Ramadhan.....	137
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Kevin Kurniawan .....	138
Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Gifari Furqon .....	139
Lampiran 7 Transkrip Wawancara dengan Jasika .....	140
Lampiran 8 Transkrip Wawancara dengan Eldi Darmawan.....	141
Lampiran 9 Transkrip Wawancara dengan Farid Akbar .....	142
Lampiran 10 Transkrip Wawancara dengan Callistha Anindita.....	143
Lampiran 11 Transkrip Wawancara dengan Khadijah Takbiradzani .....	144
Lampiran 12 Transkrip Wawancara dengan Andika Suwandy .....	145
Lampiran 13 Penghitungan Bobot <i>CPM</i> dan <i>Market Potential</i> .....	146
Lampiran 14 Kuesioner <i>Brand Awareness</i> dan Keputusan Pembelian .....	148