

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI BRAND COMMUNICATION MENANTEA DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY

Nabillah Rosita

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76271&lokasi=lokal>

Abstrak

Menantea adalah toko minuman teh buah lokal yang menggunakan konsep modern fushion tea. Dalam membangun dan mengkomunikasikan identitas mereknya, Menantea menggunakan strategi brand communication kepada masyarakat. Strategi brand communication ialah strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk membentuk merek di mata khalayak secara kreatif, inovatif, dan efektif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi brand communication Menantea dalam membangun brand identity. Peneliti menggunakan teori informasi organisasi dari Karl Weick, teori ini membahas tentang organisasi dalam menerima informasi yang berada di lingkungan organisasi serta proses pengurangan informasi yang belum jelas kebenarannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan metode penelitian studi kasus. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data dan informasi. Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti yaitu Menantea menggunakan strategi raw unfiltered marketing dalam komunikasi mereknya untuk menciptakan identitas Menantea sebagai perusahaan teh buah yang terbuka dan update informasi. Di sisi lain, Menantea memiliki hambatan dalam mengkomunikasikan mereknya, seperti masyarakat yang masih bergantung dengan personal branding Jerome, dan kurangnya komunikasi internal. Hal ini mempengaruhi manajemen atau pengaturan dalam membuat strategi brand communication.