

**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN WORD OF MOUTH DALAM
MENDAPATKAN BRAND TRUST
(Studi Kasus pada Komunikasi Pemasaran Word of Mouth di Ganevo
Management)**

UNIVERSITAS ANDALAS

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Andalas

Oleh:

Muhammad Tio Fadillah
1810862033

Pembimbing:

Dr. Sarmiati, M. Si
Ilham Havifi, M.I.Kom



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK

PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* DALAM MENDAPATKAN BRAND TRUST (Studi Kasus pada Komunikasi Pemasaran *Word of Mouth* di Ganevo Management)

Oleh :
Muhammad Tio Fadillah
1810862033

Pembimbing :
Dr. Sarmiati , M. Si
Ilham Havifi, M.I.Kom

Komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang tercipta oleh pihak penawar produk atau jasa kepada pihak pengguna dan calon pengguna produk atau jasa yang ditawarkan yang berguna untuk pengembangan produk atau jasa yang ditawarkan kedepannya. Penelitian ini akan membahas salah satu komunikasi pemasaran *word of mouth*. Salah satu fungsi dari komunikasi pemasaran *word of mouth* adalah membuat sebuah *brand* mendapatkan perhatian dari masyarakat. Penelitian ini menganalisis bagaimana komunikasi pemasaran *word of mouth* dari agensi Ganevo Management dalam menimbulkan *brand trust*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan akan dianalisis melalui pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran *word of mouth* yang terjadi di Ganevo Management menimbulkan *brand trust* kepada calon konsumen sehingga mempengaruhi tindakan dari calon konsumen untuk menggunakan jasa Ganevo Management. *Brand trust* yang diciptakan oleh Ganevo menggunakan beberapa strategi yaitu publikasi rutin media sosial, promosi dengan aktif mengikuti perlombaan, promosi dengan bekerja sama bersama *brand* terkenal, promosi dengan *event*, dan evaluasi rutin bersama konsumen. Strategi Ganevo tersebut menjadi faktor penting dalam menimbulkan *brand trust* dan juga menjadi faktor penting dalam terciptanya komunikasi pemasaran *word of mouth*. Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan observasi lapangan dan wawancara menunjukkan bahwa *brand trust* ditimbulkan akibat komunikasi pemasaran pada Ganevo Management yang berhasil dengan strategi yang mereka terapkan.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, *word of mouth*, agensi, dan *brand trust*.

ABSTRACT

THE PROCESS OF WORD OF MOUTH MARKETING COMMUNICATION IN BUILDING BRAND TRUST

*(A Case Study of Word of Mouth Marketing Communication at Ganevo
Management)*

By :

**Muhammad Tio Fadillah
1810862033**

Supervisors :

**Dr. Sarmiati , M. Si
Ilham Havifi, M.I.Kom**

Marketing communication is the communication initiated by product or service providers to users and potential users, which is essential for the future development of the offered products or services. This research focuses on one aspect of marketing communication, namely word of mouth. One of the functions of word-of-mouth marketing communication is to garner attention for a brand among the public. This study analyzes how word-of-mouth marketing communication by Ganevo Management agency fosters brand trust. It employs a constructivist paradigm and is examined through a case study approach. The research findings demonstrate that word-of-mouth marketing communication at Ganevo Management generates brand trust among potential consumers, influencing their decisions to engage with Ganevo Management's services. Ganevo creates brand trust through several strategies, including regular social media publications, active participation in competitions, collaboration with renowned brands, hosting events, and regular customer evaluations. These strategies play a crucial role in establishing brand trust and facilitating word-of-mouth marketing communication. Field observations and interviews support the conclusion that brand trust is a result of successful marketing communication at Ganevo Management driven by their implemented strategies.

Keyword : Marketing Communication, Word of Mouth, Agency, and Brand Trust.

