

STRATEGI *BRANDING* MINYAK GORENG SARI
MURNI DALAM MEMBANGUN EKUITAS MEREK

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada
program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

OLEH
ORYZA NASRUL
BP. 1420869008

Pembimbing

Dr. Mulyanti Syas, M.Si

Dr. Yevita Nurti, M.Si



PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2018

ABSTRAK

STRATEGI BRANDING MINYAK GORENG SARI MURNI DALAM MEMBANGUN EKUITAS MEREK

Oleh :

Oryza Nasrul

1420869008

UNIVERSITAS ANDALAS

Pembimbing :

Dr. Mulyanti Syas, M.Si

Dr. Yevita Nurti, M.Si

Minyak Goreng Sari Murni telah dikenal masyarakat Sumatera Barat sebagai minyak goreng kualitas premium dengan harga terjangkau. Minyak Goreng Sari Murni merupakan salah satu produk minyak goreng asli Sumatera Barat. Selain mencari market yang luas, branding produk menjadi penting untuk pencapaian jangka panjang brand. Desain, pesan, promosi serta komunikasi brand Minyak Goreng Sari Murni dirancang sedemikian rupa sehingga mencirikan nilai produk berkualitas dan diperuntukan untuk semua golongan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis branding yang dilakukan Minyak Goreng Sari Murni dalam membangun Ekuitas Merek.

Penelitian ini menggunakan teori doktrin brand strategy dan juga teori ekuitas merek. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dalam pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sementara untuk melihat validitas data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber .

Berdasarkan hasil penelitian diketahui Minyak Goreng Sari Murni melakukan strategi *branding*, yaitu *brand assessment* dengan *positioning* Sari Murni sehingga kemasan memiliki motif, warna dan model yang unik, *brand promise* dengan pemilihan kelapa sawit berkualitas premium, *brand blue print* melalui rencana yang disiplin dan detail, *brand culturalization* melalui harga yang murah , dan *brand advantage* dengan membangun opini. Yang mana semua strategi tersebut dilakukan oleh semua karyawan. *Brand awareness*, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek dimana semua bagian ekuitas merek ini memberikan pengaruh yang bagus bagi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Minyak Goreng Sari Murni, branding, doktrin brand strategy, ekuitas merek