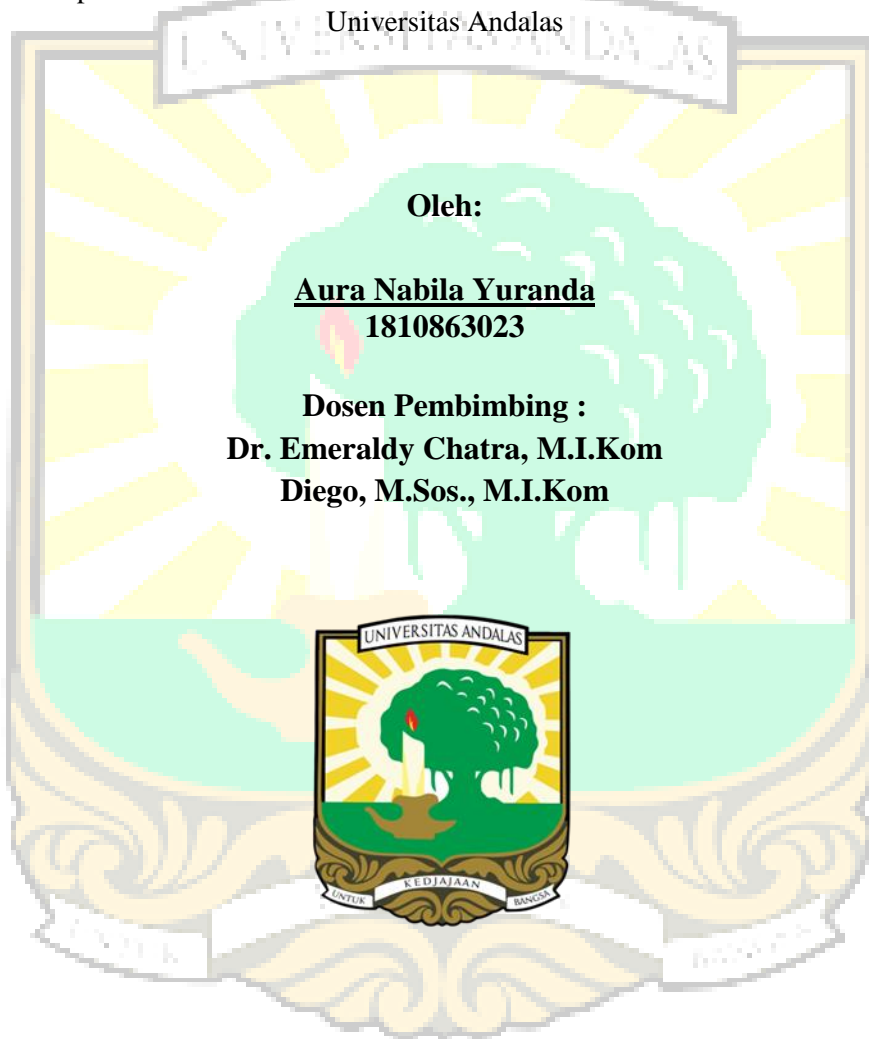


**Komunikasi Pemasaran Gerai Prabumi dalam Membangun
Brand Awareness Produk Ramah Lingkungan**

SKRIPSI

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



Oleh:

Aura Nabila Yuranda
1810863023

Dosen Pembimbing :
Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Diego, M.Sos., M.I.Kom

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

Komunikasi Pemasaran dalam Membangun *Brand Awareness* Produk Ramah Lingkungan pada Gerai Prabumi

Oleh:

Aura Nabila Yuranda
1810863023

Dosen Pembimbing :

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Diego, M.Sos., M.I.Kom

Jumlah sampah terus mengalami peningkatan di Kota Padang sebagai akibat dari tingginya konsumsi produk sekali pakai. Permasalahan tersebut membuat Gerai Prabumi hadir di Kota Padang sebagai toko ramah lingkungan yang diharapkan dapat menekan jumlah timbulan sampah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi pemasaran yang dilakukan Gerai Prabumi dalam membangun *brand awareness* pada produk ramah lingkungan dan menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan Gerai Prabumi dalam membangun *brand awareness* pada produk ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma *post-positivisme*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yakni reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Peneliti melakukan analisis dengan menggunakan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang terdiri dari delapan elemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gerai Prabumi telah menerapkan kegiatan komunikasi pemasaran yakni Prabumi *Sustain Market*, publikasi media massa, kolaborasi pada *event*, pemanfaatan media sosial, *creative workshop*, dan edukasi produk ramah lingkungan. Selanjutnya, lima elemen dari teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam membangun *brand awareness* telah diterapkan oleh Gerai Prabumi yakni *event & experience*, *word of mouth*, *interactive marketing*, *personal selling*, dan *public relations*.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Brand Awareness*, Produk Ramah Lingkungan, Gerai Prabumi.

ABSTRACT

Marketing Communication in Building Brand Awareness of Environmentally Friendly Products at Gerai Prabumi

By:

Aura Nabila Yuranda

1810863023

Supervisors:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Diego, M.Sos., M.I.Kom

The amount of waste continues to increase in Padang City as a result of the high consumption of disposable products. This problem makes Prabumi Store present in Padang City as an environmentally friendly store that is expected to reduce the amount of waste generation. This research aims to describe the marketing communication carried out by Gerai Prabumi in building brand awareness on environmentally friendly products and analyze the marketing communication carried out by Gerai Prabumi in building brand awareness on environmentally friendly products. This research uses qualitative research with a descriptive approach and a post-positivism paradigm. Data collection methods were conducted through interviews, observation, and documentation. Researchers analyzed data using Miles and Huberman's data analysis techniques, namely data reduction, data presentation, conclusion drawing, and verification. Researchers analyzed using Integrated Marketing Communication (IMC) theory which consists of eight elements. The results showed that Prabumi outlets have implemented marketing communication activities, namely Prabumi Sustain Market, mass media publications, collaboration on events, utilization of social media, creative workshops, and education on environmentally friendly products. Furthermore, five elements of the Integrated Marketing Communication (IMC) theory in building brand awareness have been applied by Prabumi outlets, namely events & experiences, word of mouth, interactive marketing, perso

Keywords: Marketing Communication, Brand Awareness, Environmentally Friendly Products, Gerai Prabumi.