

ABSTRAK

Strategi branding yang inovatif dan kreatif merupakan cara yang perlu ditempuh perusahaan untuk membantu upaya pemasaran produknya. Strategi branding dengan komunikasi pemasaran terpadu atau biasa disebut *Integrated Marketing Communication* (IMC) merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk membantu perusahaan dalam melakukan branding produk. Kehadiran Peralite oleh Pertamina sejak 2015 lalu merupakan wujud nyata yang menarik untuk dianalisis strateginya dalam membranding produk barunya tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi branding IMC dalam membangun *brand awareness* Peralite yang dilakukan PT Pertamina MOR IV dan bagaimana *brand awareness* Peralite setelah adanya penerapan strategi branding IMC. Strategi branding IMC menggunakan elemen bauran IMC yaitu iklan, promosi penjualan, humas & publikasi, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara yang dilaksanakan pada 20-24 September 2017 dengan dua narasumber dari pihak internal perusahaan, yaitu dengan public relations officer dan marketing, serta empat narasumber dari eksternal perusahaan, yaitu konsumen Pertamina. Hasil yang diperoleh adalah peneliti menemukan strategi branding Peralite yang dilakukan PT Pertamina MOR IV dibagi dalam 5 kategori, yaitu rencana strategi branding Peralite, kegiatan branding Peralite, peran strategi branding Peralite, pesan yang disampaikan dalam branding Peralite, serta media yang digunakan dalam branding Peralite. Kategori strategi branding yang dilakukan Pertamina MOR IV menerapkan strategi dengan menggunakan elemen bauran IMC yang dapat membangun *brand awareness*. Strategi branding IMC yang paling dominan dalam membangun *brand awareness* Peralite adalah iklan. Iklan merupakan cara yang paling banyak dilakukan untuk membangun *brand awareness* Peralite. Peneliti menemukan adanya *brand awareness* yang meningkat seiring dengan popularitas Peralite di kalangan konsumen setelah pihak Pertamina gencar melakukan promosi. *Brand awareness* tersebut diantaranya adalah pengetahuan masyarakat mengenai Peralite yang merupakan produk Pertamina beserta keunggulan-keunggulannya (berkualitas, terjangkau, ramah lingkungan) dan simbol-simbol yang identik dengan produk Peralite.

Kata kunci: Strategi Branding, *Integrated Marketing Communication*, *Brand Awareness*

ABSTRACT

Innovative and creative branding strategy is a process that need to be conducted by companies in order to enhance the marketing of their products. Branding strategy using Integrated Marketing Communication (IMC) can be seen as one of the strategy that can be implemented by the companies to achieved their goal. The production of Peralite by Pertamina since 2015 is an interesting example to be analyzed, in terms of branding strategy that implemented in this particular product. This research aim to understand how IMC branding strategy in establishing Peralite brand awareness done by Peretamina MOR IV and how the Peralite brand awareness after IMC branding strategy has been implemented. IMC branding strategy. IMC branding strategy conducted with elemen bauran IMC such as advertisement, sales promotion, public relation & publication, personal sales, and direct marketing. This research conducted in qualitative methods. Data used in this research gathered through an interview conducted in 20-24 September 2017 with two internal interviewees that is the public relation and marketing officer and four external interviewees that is Pertamina consumers. The result of this research conclude that the Peralite branding strategy conducted by PT Pertamina MOR IV is divided in 5 category, that is planning Peralite branding strategy, Peralite branding strategy activity, the role of Peralite branding strategy, massages delivered through Peralite branding strategy, and media used in Peralite branding strategy. Branding strategy conducted by Pertamina MOR IV included in a category that implement elemen bauran IMC that can create brand awareness. The most dominan IMC branding strategy that used in establish Peralite brand awareness is advertisement. Advertisement is the most common way conducted to establish Peralite brand awareness. Atuhor found that the brand awareness is increasing in line with Peralite popularity after Pertamina conduct an intense promotion. Such brand awareness, among others are, the knowledge of people towards Peralite as a Pertamina products together with its features (quality, affordable, environment fiendly) and symbol which identic with Peralite as a product.

Keywords: *Branding Strategy, Integrated Marketing Communication, Brand Awareness*