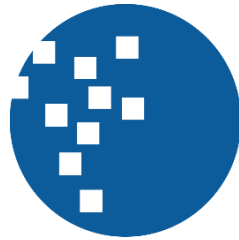


ANALISIS STRATEGI SUSTAINABLE MARKETING

COMMUNICATION DR. SOAP

(Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Abigail Demitha Sutramurni

00000014452

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2022

ANALISIS STRATEGI SUSTAINABLE MARKETING

COMMUNICATION DR. SOAP

(Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Abigail Demitha Sutramurni

00000014452

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Abigail Demitha Sutramurni

Nomor Induk Mahasiswa : 00000014452

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

ANALISIS STRATEGIS SUSTAINABLE MARKETING DR. SOAP DALAM MENINGKATKAN SUSTAINABILITY BRAND AWARENESS (Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Maret 2022



(Abigail Demitha Sutramurni)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Analisis Strategi Sustainable Marketing Communication Dr. Soap

(Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)

Oleh

Nama : Abigail Demitha Sutramurni

NIM : 00000014452

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Maret, 2022

Pembimbing



(Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si)

0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si)

0308117706

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Analisis Strategi Sustainable Marketing Communication Dr. Soap (Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)

Oleh

Nama : Abigail Demitha Sutramurni

NIM : 00000014452

Program Studi : Ilmu komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari , 21 Maret 2022

Pukul 00.00 s/d 00.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M. Si
0320079201

Penguji

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
0306027102

Pembimbing

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si
0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M. Si
030811770

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Abigail Demitha Sutramurni

NIM : 00000014452

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/Laporan Magang (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Strategi Sustainable Marketing Communication Dr. Soap (Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Maret 2022

Yang menyatakan,



(Abigail Demitha Sutramurni)

U N I V E R S I T
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: “Analisis Strategi Sustainable Marketing Communication Dr. Soap (Studi Kasus Program Kampanye Dr. Soap)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si. sebagai Dosen Penguji, yang telah banyak membantu saya selama proses pengerjaan revisi dan telah banyak meluang waktu hingga saya bisa menyelesaikannya.
6. Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M. Si Selaku Ketua Sidang Ilmu Komunikasi, yang telah membimbing dalam proses penyelesaian revisi hingga pada akhir.
7. Orang Tua dan keluarga saya khususnya kepada kakak perempuan saya Diana Sutradewi yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Kepada teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Terimakasih atas support dan motivasinya untuk saya bisa selesaikan tesis ini.
9. Kepada Pimpinan Perusahaan Dr. Soap Indonesia Ci Eunike Selomith yang telah membantu dalam penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
10. Terimakasih terutama kepada Tuhan yesus karna sudah memberikan kekuatan dan kesabaran dalam membuat tesis ini, berkat Tuhan penulis bisa lulus tepat waktu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 28 Maret 2022



(Abigail Demitha Sutramurni)

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

BERKELANJUTAN DR. SOAP

(STUDI KASUS PROGRAM KAMPANYE DR. SOAP)

(Abigail Demitha Sutramurni)

ABSTRAK

Perubahan iklim di Indonesia sering terjadi seiring berjalannya waktu bahkan pergantian tahun. Terdapat berbagai jenis perubahan iklim yang sering terjadi seperti banjir, tanah longsor, tsunami, dan gempa. Perubahan iklim ini bisa terjadi akibat berbagai faktor diantaranya tumpukkan sampah, penebangan pohon atau hutan dan lainnya. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran berkelanjutan dalam setiap program kampanye yang dilakukan Dr. Soap; Penelitian ini berfokus terhadap metode dan konsep teori komunikasi pemasaran keberlanjutan dalam buku Diane Martin dan John Schouten; Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus; Dengan memakai konsep strategi komunikasi pemasaran keberlanjutan berdasarkan buku Diane martin dan John Schouten pada tahap strategi komunikasi, Dr. Soap telah menggunakan alat komunikasi Iklan, Hubungan Masyarakat, Sponsor, Surat Langsung, Pameran, Merchandise, Kemasan, Media Sendiri dan Media sosial; Berdasarkan hasil wawancara dan pengumpulan data dapat disimpulkan bahwa pada strategi komunikasi yang telah dijalankan oleh Dr. Soap kini sudah mencapai 32.23rb konsumen dan 21.170rb pelanggan setia.

Kata kunci: Dr. Soap; Komunikasi Pemasaran Berkelanjutan; Perubahan Iklim; Strategi Komunikasi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

SUSTAINABLE MARKETING COMMUNICATION ANALYSIS

STRATEGY DR. SOAP

(CASE STUDY CAMPAIGN PROGRAM DR. SOAP)

(Abigail Demitha Sutramurni)

ABSTRACT

Climate change in Indonesia often occurs over time and even at the turn of the year. There are various types of climate change that often occur such as floods, landslides, tsunamis, and earthquakes. This climate change can occur due to various factors, including piles of garbage, felling trees or forests and others. The purpose of this research is to determine the sustainable marketing communication strategy in each program campaign carried out by Dr. Soap; This research focuses on the methods and concepts of marketing communication theory in the books of Diane Martin and John Schouten; This research uses descriptive qualitative research with case study research methods; By using the concept of marketing communication built on the book of Diane Martin and John Schouten in the communication strategy stage, Dr. Soap has used the communication tools of Advertising, Public Relations, Sponsorship, Direct Mail, Exhibitions, Merchandise, Packaging, Own Media and Social Media; the results of interviews based on data collection can be revealed that the communication strategy that has been carried out by Dr. Soap has now reached 32.23k consumers and 21.170k loyal customers.

Keywords: *Climate Change; Communication Strategy; Dr. Soap; Sustainable Marketing Communication.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	7
1.6 Keterbatasan Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI/ KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	14
2.2.1 Sustainability	14
2.2.2 Sustainable Marketing	17
2.2.3 Sustainable marketing communication	27
2.3 Alur Penelitian	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Paradigma Penelitian	48
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	49

3.3	Metode Penelitian	51
3.4	Key Informan dan Informan.....	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1	Data Primer	55
3.5.2	Data Sekunder	55
3.6	Keabsahan Data.....	56
3.7	Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Subjek/ Objek Penelitian.....	60
4.2	Hasil Penelitian	65
4.2.1	Identify Marketing Opportunities	65
4.2.2	Selected A Target Market and Market Position	68
4.2.3	Plan and implement a marketing mix, including	69
4.2.4	Monitor, adapt and repeat as necessary	85
4.3	Pembahasan	87
4.3.1	Strategi Sustainable Marketing Communication Dr. Soap	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		91
5.1.	Simpulan	91
5.2.	Saran	91
5.2.1	Saran Akademis	91
5.2.2	Saran Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA		94
TRANSKRIP WAWANCARA.....		101
TRANSKRIP WAWANCARA.....		107
TRANSKRIP WAWANCARA.....		141



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Partisipan dan informan.....	15



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Persentase Sampah terbesar di Dunia.....	3
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	47
Gambar 4.1 Iklan Dr. Soap (SEO dan Google Ads).....	73
Gambar 4.2 Instagram Ads.....	74
Gambar 4.3 Media Kompas.....	76
Gambar 4.4 Media Tribunnews.....	76
Gambar 4.5 Instagram Stories.....	77
Gambar 4.6 Sponsorship Dr. Soap.....	78
Gambar 4.7 Direct Mail Dr. Soap.....	79
Gambar 4.8 Exhibition Offline Dr. Soap.....	80
Gambar 4.9 Exhibition Dr. Soap.....	81
Gambar 4.10 Merchandising Dr. Soap.....	82
Gambar 4.11 Serabut Kelapa Dr. Soap.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir.....	98
Transkrip Wawancara – 1.....	101
Transkrip Wawancara – 2.....	107
Transkrip Wawancara – 3.....	141

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA