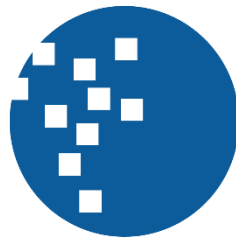


**STRATEGI SKIN GAME DALAM  
MEMBANGUN BRAND IDENTITY**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**YULIANI HEMA**

**00000027536**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2022**

# **STRATEGI SKIN GAME DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**YULIANI HEMA**

**0000027536**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

**i**

Strategi Skin Game..., Yuliani Hema, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yuliani Hema  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000027536  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

### **STRATEGI SKIN GAME DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY**

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, 16 Juni 2022



Yuliani Hema

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 PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan Judul  
**STRATEGI SKIN GAME DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY**

Oleh

Nama : Yuliani Hema

NIM : 00000027536

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Juni 2022  
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



*Digitally signed by Agustinus  
Rusdianto Berto  
Date: 2022.07.14 08:29:04*

**Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.**

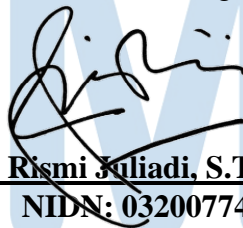
**NIDN: 0313088403**



**Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.**

**NIDN: 0405099105**

Pembimbing



**Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.**

**NIDN: 0320077401**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



**Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.**

**NIDN 0308117706**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliani Hema  
NIM : 00000027536  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : Skripsi

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

### **STRATEGI SKIN GAME DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 14 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Yuliani Hema)

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

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

**“STRATEGI SKIN GAME DALAM MEBANGUN BRAND IDENTITY”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

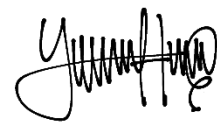
Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini.
4. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah bersabar, meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan, memberikan arahan, motivasi, kritik, dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si. dan Nicky Stephani, S.Sos., M.Si. sebagai dosen penguji siding skripsi yang banyak memberikan masukan terhadap penelitian saya.
6. Mama dan papa, yang telah membiayai, mendukung proses perkuliahan dari awal sampai sekarang ini, hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
7. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya yang telah mendukung, membantu, menemani, memberikan saran kepada penulis selama proses penulisan skripsi berjalan.

8. Farah Azzahra Anggraini dan Wukufahdini Trijayanti sebagai perwakilan dari tim Skin Game dan selaku narasumber yang telah menyediakan waktu untuk diwawancarai ditengah kesibukan mengurus Skin Game, tidak bosan diganggu untuk ditanyakan mengenai waktu wawancara.
9. Putri Anastasya selaku teman dan narasumber peneliti yang telah memberikan banyak masukan dan saran, juga menjadi narasumber dari penelitian ini

Penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka menerima saran dan kritik yang membangun untuk dijadikan referensi agar dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca dari laporan ini. Semoga penulisan ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca

Tangerang, 14 Juni 2022



Yuliani Hema

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# STRATEGI SKIN GAME DALAM MEMBANGUN *BRAND*

## *IDENTITY*

Yuliani Hema

## ABSTRAK

Industri kecantikan di Indonesia mengalami perkembangan dengan munculnya berbagai macam *brand* kecantikan lokal yang mewarnai dunia industri kecantikan di Indonesia. Salah satu *brand* kecantikan yang muncul merupakan *brand skincare* yang bernama Skin Game. Munculnya berbagai macam *brand* kecantikan membuat setiap *brand* harus memiliki identitas mereka masing-masing sebagai pembeda dengan competitor. Oleh karena itu, Skin Game terus berinovasi untuk menciptakan *brand identity* yang baik agar mendapatkan *awareness* dari masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Skin Game untuk membangun *brand identity*. Penelitian ini mengacu pada konsep *Brand Identity Prism* dari Kapferer. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Terdapat dua partisipan dalam penelitian ini, dan data sekunder diperoleh dari media sosial Instagram milik Skin Game. Kesimpulan penelitian ini adalah Skin Game telah melakukan proses pembentukan *brand identity* dengan baik melalui strategi yang mereka lakukan sehingga dapat menjadi pembeda dengan produk *skincare* lainnya. *Brand identity* Skin Game yang unik dan menarik dapat membangun *awareness* dan kepercayaan pelanggan terhadap *brand*. Skin Game dari sisi internal sudah memiliki identitas yang baik dan dapat diterima oleh eksternal atau konsumen.

**Kata kunci:** Skin Game, Brand Identity, Industri Kecantikan





# ***SKIN GAME STRATEGIES IN BUILDING BRAND IDENTITY***

Yuliani Hema

## ***ABSTRACT***

*The beauty industry in Indonesia is experiencing development with the emergence of various local beauty brands that color the world of the beauty industry in Indonesia. One of the emerging beauty brands is a skincare brand called Skin Game. The emergence of various kinds of beauty brands makes each brand must have their own identity as a differentiator from competitors. Therefore, Skin Game continues to innovate to create a good brand identity in order to gain awareness from the public. The purpose of this study was to determine the Skin Game strategy to build brand identity. This research refers to the concept of Brand Identity Prism from Kapferer. This study applies a descriptive qualitative approach with a case study method. There were two participants in this study, and secondary data was obtained from Skin Game's Instagram social media. The conclusion of this research is that Skin Game has carried out the process of forming a brand identity well through the strategies they use so that it can be different from other skincare products. Skin Game's unique and attractive brand identity can build customer awareness and trust in the brand. Skin Game from the internal side already has a good identity and can be accepted by external or consumers.*

***Keywords:*** *Skin Game, Brand Identity, Beauty Industry*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

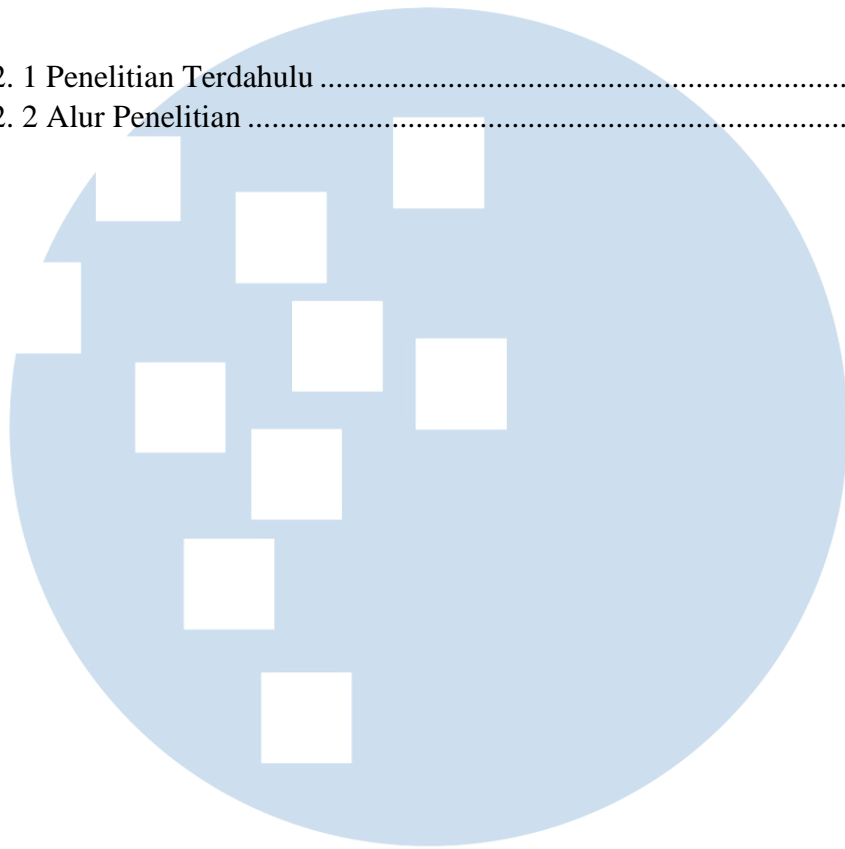
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	8
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	9
<b>BAB II KERANGKA KONSEPTUAL .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Konsep yang digunakan .....	17
2.2.1 Brand.....	17
2.2.2 Brand Image.....	19
2.2.3 Brand Identity Prism.....	22
2.2.5 Media Sosial.....	25
2.3 Alur Penelitian .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>

3.1	Paradigma Penelitian.....	27
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian .....	27
3.3	Metode Penelitian.....	28
3.4	Partisipan Penelitian.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Keabsahan Data.....	30
3.7	Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	33
4.1.1	Subjek Penelitian.....	33
4.1.2	Objek Penelitian.....	34
4.2	Hasil Penelitian .....	35
4.2.1	Penerapan Brand Identity Prism Skin Game.....	35
4.3	Pembahasan.....	50
4.3.1	Brand Identity Prism Skin Game .....	50
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>57</b>
5.1	Simpulan .....	57
5.2	Saran.....	58
5.2.1	Saran Akademis .....	58
5.2.2	Saran Praktis .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>64</b>


  
 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 TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 2. 2 Alur Penelitian .....	26



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

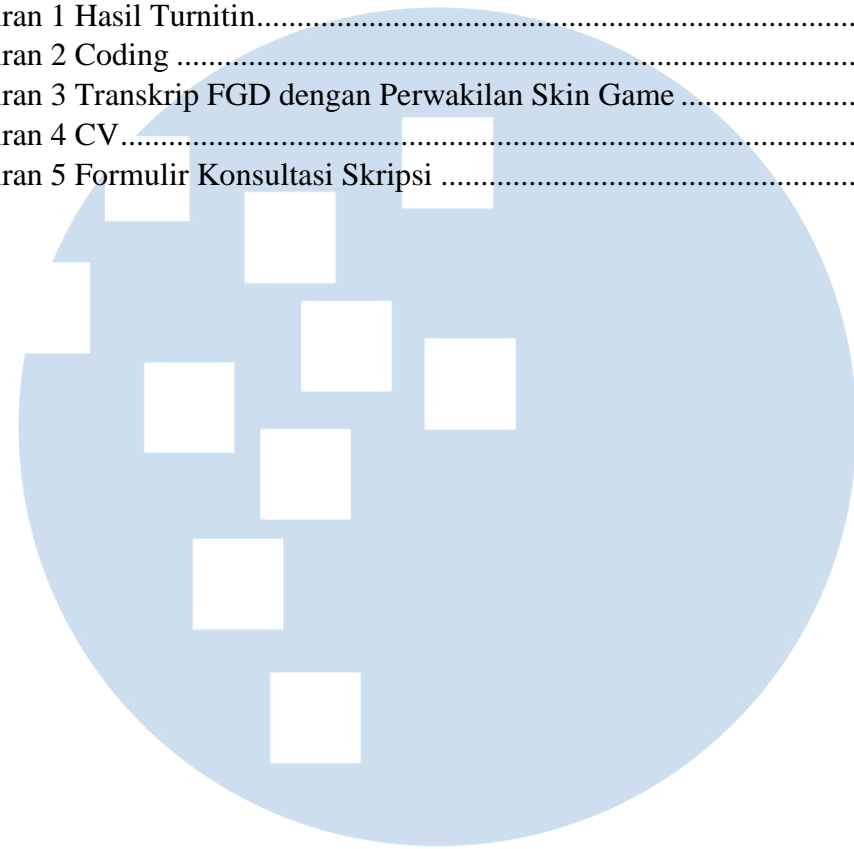
<b>Gambar 1. 1</b>	Pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia.....	3
<b>Gambar 1. 2</b>	Data Instagram Audience Overview 2022.....	4
<b>Gambar 1. 3</b>	Akun Instagram Skin Game (2022).....	5
<b>Gambar 1. 4</b>	Kemasan produk Skin Game (2022).....	6
<b>Gambar 1. 5</b>	Kampanye Skin Game .....	7
<b>Gambar 2. 1</b>	Manfaat Brand .....	17
<b>Gambar 2. 2</b>	Brand Identity Prism.....	23
<b>Gambar 4. 1</b>	Logo Perusahaan.....	34
<b>Gambar 4. 2</b>	Packaging Skin Game.....	36
<b>Gambar 4. 3</b>	Konten Skin Game.....	39
<b>Gambar 4. 4</b>	Konten Skin Game.....	40
<b>Gambar 4. 5</b>	Skin Game Menjawab Komentar.....	43
<b>Gambar 4. 6</b>	Skin Game Retweet Posting Salah Satu Konten Mengenai Produk Skin Game.....	43
<b>Gambar 4. 7</b>	Akun Instagram Komunitas Skin Warriors .....	45
<b>Gambar 4. 8</b>	Zoom Meeting Skin Warriors.....	46
<b>Gambar 4. 9</b>	Model Skin Game .....	47
<b>Gambar 4. 10</b>	Ulasan Hasil Penggunaan Produk Skin Game.....	49
<b>Gambar 4. 11</b>	Campaign Whitlab .....	53
<b>Gambar 4. 12</b>	Campaign Avoskin .....	53
<b>Gambar 4. 13</b>	Campaign Azarine .....	54
<b>Gambar 4. 14</b>	Brand Identity Prism Skin Game.....	57

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin.....	64
Lampiran 2 Coding .....	65
Lampiran 3 Transkrip FGD dengan Perwakilan Skin Game .....	77
Lampiran 4 CV.....	85
Lampiran 5 Formulir Konsultasi Skripsi .....	87



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA