

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*  
DALAM KAMPANYE “*OWN YOUR GLOW*” SASC SMART  
*SKINCARE* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***



**SKRIPSI**

**Glenda Gracia Limantoro**

**00000035962**

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

**2023**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*  
DALAM KAMPANYE “*OWN YOUR GLOW*” SASC SMART  
*SKINCARE* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Komunikasi Strategis

**GLEND A GRACIA LIMANTORO**

**00000035962**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Glenda Gracia Limantoro  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000035962  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**Strategi *Marketing Public Relations* dalam Kampanye “Own Your Glow”  
SASC *Smart Skincare* untuk Meningkatkan *Brand Image***

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 Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Juni 2023



Glenda Gracia Limantoro

# UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
“Strategi *Marketing Public Relations* dalam Kampanye “*Own Your Glow*” SASC  
*Smart Skincare* untuk Meningkatkan *Brand Image*”

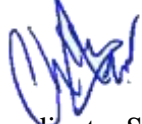
Oleh

Nama : Glenda Gracia Limantoro  
NIM : 00000035962  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 23 Juni 2023  
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.  
NIDN : 0324098002

Penguji



Eko Hadi Saputro., S.E., MM  
\_NIDN : 0303056102

Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo M.Si  
\_NIDN : 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2023.07.06  
11:04:11 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN : 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Glenda Gracia Limantoro

NIM : 00000035962

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : 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 *Marketing Public Relations* dalam Kampanye “*Own Your Glow*” SASC  
*Smart Skincare* Untuk Meningkatkan *Brand Image*”

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 skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 16 Juni 2023

Yang menyatakan,



Glenda Gracia Limantoro

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan pertolongan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* dalam Kampanye “*Own Your Glow*” Untuk Meningkatkan *Brand Image*” dengan tepat waktu. Skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan terselesaikannya penyusunan skripsi tentunya tidak terlepas dari peran dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Koces, orang terdekat yang senantiasa mendampingi dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi hingga akhir.
7. Rekan-rekan Pembina Sekolah Minggu yang selalu mendukung, menyemangati, dan mendoakan saya.
8. Sahabat-sahabat saya yang juga senantiasa mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman bimbingan yang sudah sama-sama berjuang, mendukung, dan membantu selama proses pengerjaan skripsi.
10. Glenda, diri saya sendiri yang telah banyak belajar, berusaha, dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

Tangerang, 16 Juni 2023



Glenda Gracia Limantoro



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*  
DALAM KAMPANYE “*OWN YOUR GLOW*” SASC *SMART SKINCARE*  
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

Glenda Gracia Limantoro

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan pasar kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia. PT. Karli Indah Cosmetics merupakan perusahaan induk dari merek dagang SASC yang baru saja meluncurkan kampanye *Own Your Glow* untuk mempromosikan lini produk perawatan kulit terbaru mereka. Dalam hal ini, perusahaan perlu meningkatkan *brand image* mereka untuk dapat bersaing dengan merek produk perawatan kulit lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari strategi *Marketing Public Relations* yang digunakan oleh SASC dalam kaitannya untuk meningkatkan *brand image* dari perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui data-data hasil wawancara dengan *Chief Marketing Officer* dan *Marketing Manager* dari SASC beserta dengan informan ahli. Hasil penelitian ini akan menunjukkan bahwa PT. Karli Indah Cosmetics menggunakan dengan baik *Seven Steps of Strategic Marketing Public Relations* oleh Whalen dalam menjalankan kampanye ini yang meliputi analisis situasi, penentuan tujuan, strategi, target, pesan utama, taktik, dan evaluasi. Penggunaan teknik ini didapati dapat meningkatkan *brand image* dari perusahaan.

**Kata kunci:** strategi, *Marketing Public Relations*, *brand image*, *skincare*, kosmetik

U M N

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



**MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF  
“OWN YOUR GLOW-SASC SMART SKINCARE” CAMPAIGN  
TO IMPROVE BRAND IMAGE**

Glenda Gracia Limantoro

**ABSTRACT**

*This research is motivated by the intense competition in the cosmetics and skincare market in Indonesia. PT Karli Indah Cosmetics is the parent company of the SASC brand, which has recently launched the Own Your Glow campaign to promote their latest skincare product line. In this context, the company needs to enhance their brand image in order to compete with other skincare product brands. The objective of this research is to study the Marketing Public Relations strategies employed by SASC to enhance the company's brand image. This research utilizes a qualitative descriptive method through data collected from interviews with the Chief Marketing Officer and Marketing Manager of SASC, as well as expert informants. The findings of this research will demonstrate that PT Karli Indah Cosmetics effectively implements the Seven Steps of Strategic Marketing Public Relations by Whalen in executing this campaign, which includes situational analysis, goal setting, strategy, targeting, key messages, tactics, and evaluation. The utilization of these techniques has been found to enhance the company's brand image.*

**Keywords:** *strategy, Marketing Public Relations, brand image, skincare, cosmetics*

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

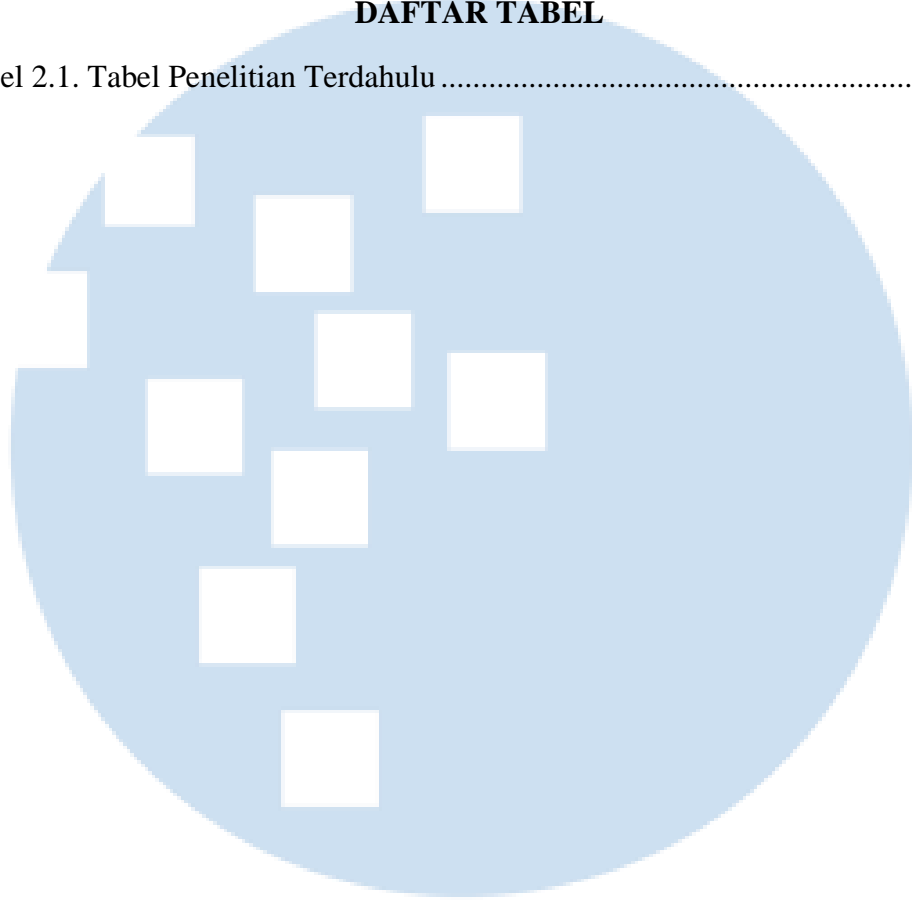
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
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 .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
1.5.1. Kegunaan Akademis .....	5
1.5.2. Kegunaan Praktis .....	5
1.5.3. Kegunaan Sosial .....	5
1.6. Keterbatasan Penelitian .....	5
BAB II KERANGKA TEORI .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Konsep yang digunakan .....	9
2.2.1. <i>Marketing Public Relations</i> .....	9
2.2.2. <i>Seven Steps Strategic of Marketing Public Relations</i> .....	12
2.2.3. <i>Brand Image</i> .....	21
2.3. Kerangka Pemikiran .....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	27
3.1. Paradigma Penelitian .....	27
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian .....	28
3.3. Metode Penelitian .....	29

3.4.	Narasumber.....	30
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6.	Keabsahan Data .....	31
3.7.	Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		35
4.1.	Subjek dan Objek Penelitian .....	35
4.1.1.	Subjek Penelitian.....	35
4.1.2.	Objek Penelitian.....	37
4.2.	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1.	<i>Situation Analysis</i> .....	39
4.2.2.	<i>Objectives</i> .....	46
4.2.3.	<i>Strategy</i> .....	49
4.2.4.	<i>Targets</i> .....	52
4.2.5.	<i>Messages</i> .....	54
4.2.6.	<i>Tactics</i> .....	56
4.2.7.	<i>Evaluation</i> .....	64
4.2.8.	Strategi MPR dalam meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	67
4.3.	Pembahasan .....	70
4.3.1.	Analisis <i>Situation Analysis</i> .....	70
4.3.2.	Analisis <i>Objectives</i> .....	74
4.3.3.	Analisis <i>Strategy</i> .....	75
4.3.4.	Analisis <i>Targets</i> .....	77
4.3.5.	Analisis <i>Messages</i> .....	78
4.3.6.	Analisis <i>Tactics</i> .....	80
4.3.7.	Analisis <i>Evaluations</i> .....	86
4.3.8.	Analisis Strategi MPR dalam meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		93
5.1.	Simpulan.....	93
5.2.	Saran .....	95
5.2.1.	Saran Akademis .....	95
5.2.2.	Saran Praktis.....	95
DAFTAR PUSTAKA .....		97
LAMPIRAN.....		99

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu ..... 6



**UMMN**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kategori <i>Online Shop</i> Favorit berdasarkan Gender .....	1
Gambar 1.2. Data Pertumbuhan Industri Kecantikan .....	2
Gambar 2.1. Siklus Whalen <i>Seven Steps Strategic</i> .....	12
Gambar 2.2. Diagram Alur Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Foto Profil Priscilla Pangemanan ( <i>Co-Founder</i> ) SASC .....	35
Gambar 4.2 Foto Profil Melati Ubaya (Marketing Manager SASC) .....	36
Gambar 4.3. Foto Profil Gaby Mariska.....	37
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Perusahaan SASC .....	38
Gambar 4.5 Dokumentasi Kegiatan Sosial SASC .....	40
Gambar 4.6 Kylie Lip Kits.....	41
Gambar 4.7 Penghargaan SASC sebagai Innovator of The Year 2018 & 2019 ...	42
Gambar 4.8 Penghargaan SASC sebagai Local <i>Brand Editor's Choice</i> 2021 .....	42
Gambar 4.9 <i>Four Step SASC Smart Skincare</i> .....	45
Gambar 4.10 Portofolio Jennifer Bachdim <i>Health and Wellness</i> .....	47
Gambar 4.11 Dokumentasi PT Cosmax.....	53
Gambar 4.12 Grid Post Instagram tentang Message Utama Kampanye.....	55
Gambar 4.13 Contoh publikasi <i>Press Release online</i> .....	57
Gambar 4.14 Kompilasi <i>review PR Package</i> dari SASC.....	58
Gambar 4.15 Seluruh 10 KOL <i>I am a Glow Maker</i> .....	59
Gambar 4.16 Kontes <i>Giveaway</i> pada kampanye <i>Own Your Glow</i> .....	60
Gambar 4.17 CMO SASC pada acara BCA Expoversary .....	61
Gambar 4.18 Perwakilan sascfriends pada acara BCA Expoversary.....	62

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir .....	100
Lampiran 2 Bukti Bimbingan Skripsi .....	102
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara .....	104
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	110
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara .....	127
Lampiran 6 Lembar Pengecekan <i>Plagiarism</i> Turnitin.....	128
Lampiran 7 Curriculum Vitae .....	129



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA