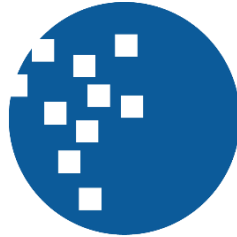


**STRATEGI BRAND COMMUNITY PT GRAHA BAHTERA MULIA
(LORECA) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

VENEZIA PRISCILLA HUKA

00000036888

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

**STRATEGI BRAND COMMUNITY PT GRAHA BAHTERA MULIA
(LORECA) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

VENEZIA PRISCILLA HUKA

00000036888

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

TANGERANG

2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Venezia Priscilla Huka

Nomor Induk Mahasiswa 00000036888

Program studi : Ilmu Komunikasi

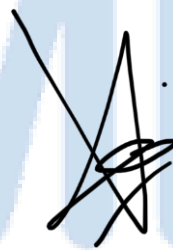
Skripsi dengan judul:

**STRATEGI BRAND COMMUNITY PT GRAHA BAHTERA MULIA (LORECA)
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

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,



(Venezia Priscilla Huka)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul
STRATEGI BRAND COMMUNITY PT GRAHA BAHTERA MULIA (LORECA)
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Oleh
Nama : Venezia Priscilla Huka
NIM : 00000036888
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2023

Pembimbing



Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si.
NIDN : 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2023.06.15
10:30:53 +07'00'

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Strategi Brand Community PT Graha Bahtera Mulia (Loreca) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Oleh

Nama : Venezia Priscilla Huka
NIM : 00000036888
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juli 2023
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Cendera Rizky Anugerah, S.sos, M.si_
NIDN : 0304078404

Penguji



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

Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si_
NIDN : 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugerah, S.sos, M.si

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Venezia Priscilla Huka

NIM : 00000036888

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 BRAND COMMUNITY PT GRAHA BAHTERA MULIA (LORECA)
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

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, 10 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Venezia Priscilla Huka)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan karunia-Nya, peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Brand Community PT Graha Bahtera (Loreca) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat perolehan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti sadar bahwa skripsi ini bisa selesai dengan adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak maka peneliti ingin berterima kasih 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, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si, sebagai Pembimbing pertama yang sangat baik telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Tim perusahaan Loreca yaitu Metta, Felita, dan Jessica yang telah meluangkan waktu sebagai narasumber bagi penelitian skripsi ini.
7. Samuel yang selalu memberikan dukungan penuh, menyemangati peneliti, dan menjadi wadah curahan hati peneliti secara sukarela di setiap proses pengerjaan skripsi ini selama berbulan-bulan.
8. Janice yang selalu menghibur peneliti di tengah kepenatan proses pengerjaan skripsi dan tetap menyemangati peneliti untuk tetap tegar.
9. Seluruh teman-teman bimbingan Pak Indiwani terutama Shelly, Rafael, Catherine, Jesse, dan Stephanie yang selalu menyemangati, membantu, dan

mendukung satu sama lain pada saat bimbingan skripsi maupun proses pengerjaan skripsi sehingga terasa lebih mudah dan tetap menyenangkan.

Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Tangerang, 10 Juni 2023



(Venezia Priscilla Huka)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI BRAND COMMUNITY PT GRAHA BAHTERA MULIA
(LORECA) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Venezia Priscilla Huka)

ABSTRAK

Peluang pasar industri kosmetik yang sangat besar di Indonesia membuat para pelaku bisnis tertarik untuk membuka perusahaan kosmetik dengan keuntungan yang menjanjikan sehingga jumlah perusahaan kosmetik pun semakin meningkat. Dengan banyaknya perusahaan kosmetik lokal yang beredar di Indonesia, perusahaan Loreca memakai strategi *brand community* bernama Loreca Babes untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti memakai dua konsep utama yaitu strategi pembentukan *brandcommunity* secara matang dan strategi peningkatan loyalitas bagi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan perusahaan Loreca telah mengeksekusi perencanaan strategi *brand community* sebagai bagian dari wadah untuk pelaksanaan strategi peningkatan loyalitas pelanggan. Melalui *brand community*, perusahaan Loreca mampu mencapai tujuan peningkatan loyalitas dengan membentuk kedekatan hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan-kegiatan komunitas, menampung informasi mengenai keinginan dan kebutuhan dari *feedback* pelanggan, memberikan hadiah gratis, dan mewujudkan tujuan pelanggan yang ingin dicapai sebagai anggota *brand community* Loreca Babes.

Kata kunci: *brand community*, strategi *brand community*, *online brand community*, *customer loyalty*, strategi peningkatan loyalitas

U M 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

**PT GRAHA BAHTERA MULIA (LORECA) BRAND COMMUNITY
STRATEGY IN INCREASING CUSTOMER LOYALTY**

(Venezia Priscilla Huka)

ABSTRACT

The market opportunity for the cosmetics industry is very large in Indonesia resulted in many entrepreneurs are interested in building cosmetic companies with promising profits which causes increasing number of cosmetic companies. With so many local cosmetic companies circulating in Indonesia, the Loreca company uses a brand community strategy called as Loreca Babes to increase customer loyalty. In this study, researchers used two main concepts, namely the strategy of forming a brand community and the strategy to increase customer. The results of the study show that the Loreca company has successfully executed the brand community strategy as part of their strategy to increase customer loyalty. Through the brand community, Loreca is able to achieve the goal of increasing loyalty by forming close relationships with customers through community activities, collecting information about the wants and needs of customer feedback, giving free gifts, and realizing customer goals to be achieved as members of the Loreca Babes brand community.

Keywords: *brand community, strategi brand community, online brand community, customer loyalty, strategi peningkatan loyalitas*

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

DAFTAR ISI

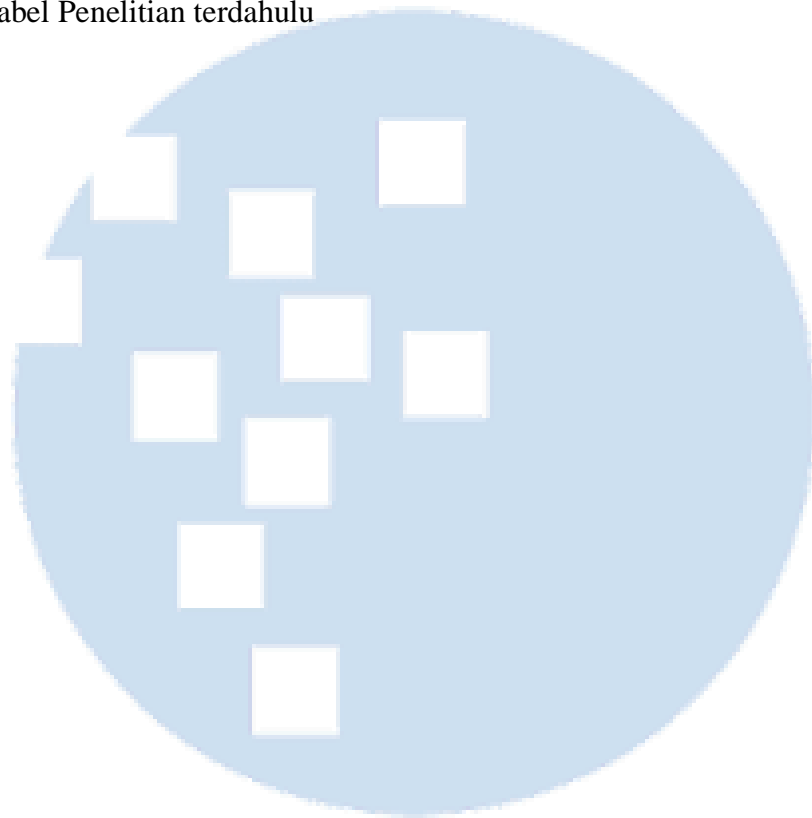
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	<i>ix</i>
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II	
KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	12
2.2.1 Brand	12
2.2.2 Community	13
2.2.3 Brand Community	15
2.2.3.1 Online Brand Community	18
2.2.3 Customer Loyalty	19
2.3 Alur Penelitian	23
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	24
3.3 Metode Penelitiain	25
3.4 Partisipan dan Informan	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Keabsahan Data	27
3.7 Teknik Analisis Data	28
BAB IV	
Hasil dan Pembahasan	30
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	30
4.1.1 Objek Penelitian	30
4.1.2 Subjek Penelitian	34
4.2 Hasil Penelitian	35
4.2.1 Perencanaan Strategis Pembentukan Loreca Babes	36
4.2.2 Pembangunan Sense of Community	42
4.2.3 Strategi Peningkatan Loyalitas	48
4.3 Pembahasan	55
4.3.1 Strategi Brand Community Loreca Babes	55
4.3.2 Brand Community Loreca Babes	64
4.3.3 Strategi Peningkatan Loyalitas Pelanggan	72
BAB V	
Kesimpulan dan Saran	79
5.1 Simpulan	79
5.1 Saran	80
Daftar Pustaka	81
Lampiran	85
Formulir Konsultasi Skripsi	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian terdahulu

10



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Alur Penelitian	23
Gambar 4.1.1 Logo Loreca	30
Gambar 4.1.1 Addiction Face Palette	31
Gambar 4.1.1 Lipkissed	32
Gambar 4.1.1 Moussecara	33
Gambar 4.1.1 Keuntungan Loreca Babes	34
Gambar 4.2.2 Pemberitahuan promo di Discord	45
Gambar 4.2.3 Bukti keaktifan komentar Loreca	48
Gambar 4.2.3 Bukti <i>complaint handling</i>	52
Gambar 4.2.3 Customer survey Loreca	54
Gambar 4.3.1.4 Pilihan saluran Discord	60
Gambar 4.3.1.4 Kegiatan <i>Online</i> Komunitas Loreca Babes	62
Gambar 4.3.1.4 Kegiatan <i>Offline</i> Komunitas Loreca Babes	62
Gambar 4.3.2 Hasil Tag @lorecaofficial	68
Gambar 4.2.3 Dukungan <i>likes</i> dan <i>comment</i>	70
Gambar 4.3.3 Contoh <i>defection analysis</i>	75
Gambar 4.2.3 Contoh <i>mass customization</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar Pertanyaan	85
Lampiran B Transkrip Wawancara	89
Lampiran C Daftar Pertanyaan	109
Lampiran D Hasil Turnitin	110
Lampiran E Forum Absensi Bimbingan	116

