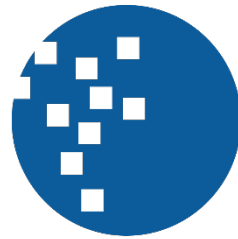


**STRATEGI MEDIA RELATIONS SK-II DI INDONESIA
MELALUI MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

PATRICIA

00000040640

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

2023

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* SK-II DI INDONESIA
MELALUI *MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK***



SKRIPSI

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

PATRICIA

00000040640

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patricia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000040640
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* SK-II DI INDONESIA MELALUI
*MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK***

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.

Jakarta, 8 Desember 2023



Patricia

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* SK-II DI INDONESIA MELALUI *MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK*

Oleh:

Nama : Patricia
NIM : 00000040640
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Senin, 18 Desember 2023
Pukul 13.00 s.d 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404



Silvanus Alvin, S.I,Kom., M. A.

NIDN 0309109001

Pembimbing

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

NIDN 0306027102

Ketua Program Studi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Patricia
NIM : 00000040640
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 *MEDIA RELATIONS* SK-II DI INDONESIA MELALUI *MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK*

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.

Jakarta, 8 Desember 2023

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



Patricia

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas penulisan skripsi yang berjudul “**STRATEGI *MEDIA RELATIONS SK-II* DI INDONESIA MELALUI *MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK*”** yang disusun dan diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah membantu memberikan petunjuk, arahan, masukkan-masukkan, serta motivasi selama penyusunan skripsi demi selesainya skripsi ini.
5. Keluarga peneliti yang selalu memberikan semangat, dukungan moral, dan doa selama berjalannya skripsi ini.
6. Kak KK, Kak CB dan Kak AT yang dengan senang hati meluangkan waktu dan bersedia untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman melalui wawancara dalam penelitian ini.
7. Teman-teman terdekat peneliti yang turut memberikan semangat dan dukungan disaat adanya kesulitan yang dialami peneliti.

Besar harapan dari peneliti bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi saran untuk mengembangkan riset serta pembahasan di lingkup ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan teori yang diangkat.

Jakarta, 8 Desember 2023



Patricia



**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* SK-II DI INDONESIA MELALUI
*MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK***

Patricia

ABSTRAK

Media Relations adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk membina, memelihara, dan meningkatkan hubungan dengan media massa. Sebagai salah satu *brand* kecantikan terdepan di dunia diketahui SK-II di Indonesia diketahui menjalankan aktivitas *media experience skin check*. Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus ini kemudian dilakukan guna melihat strategi yang dilakukan SK-II melalui *skin check ini*. Melalui wawancara dengan agensi PR, Webershandwick, penelitian ini mengungkapkan bahwa undangan personal dan pendekatan tanpa syarat terhadap media, bersama dengan penggunaan teknologi *skin check*, berhasil menciptakan pengalaman yang berkesan. Meskipun tidak ada perencanaan khusus, *skin check* membuktikan diri sebagai poin penjualan unik, mengukuhkan citra SK-II sebagai pemimpin inovatif dalam industri kecantikan. Evaluasi dilakukan melalui interaksi personal dengan jurnalis, memastikan umpan balik yang mendalam dan panduan untuk kampanye mendatang. Hasilnya, SK-II berhasil membangun hubungan positif dengan media, mencapai tujuan utama *media relations*.

Kata Kunci: *Media relations, media experience, skin check, SK-II*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***MEDIA RELATIONS STRATEGY OF SK-II IN INDONESIA THROUGH
MEDIA EXPERIENCE: SKIN CHECK***

Patricia

ABSTRACT

Media Relations is a communication strategy undertaken by organizations or companies to build, maintain, and enhance relationships with the mass media. As one of the leading beauty brands globally, SK-II in Indonesia is known for executing media experience activities such as skin check. This qualitative research, conducted through a case study method, aims to explore the strategies employed by SK-II through the skin check initiative. Interviews with the PR agency, Webershandwick, revealed that personalized invitations and an unconditional approach to the media, coupled with the use of skin check technology, successfully created a memorable experience. Despite the absence of specific planning, skin check proved itself as a unique selling point, solidifying SK-II's image as an innovative leader in the beauty industry. Evaluation was conducted through personal interactions with journalists, ensuring in-depth feedback and guidance for future campaigns. As a result, SK-II successfully cultivated positive relationships with the media, achieving the primary goals of media relations.

Keywords: Media relations, media experience, skin check, SK-II

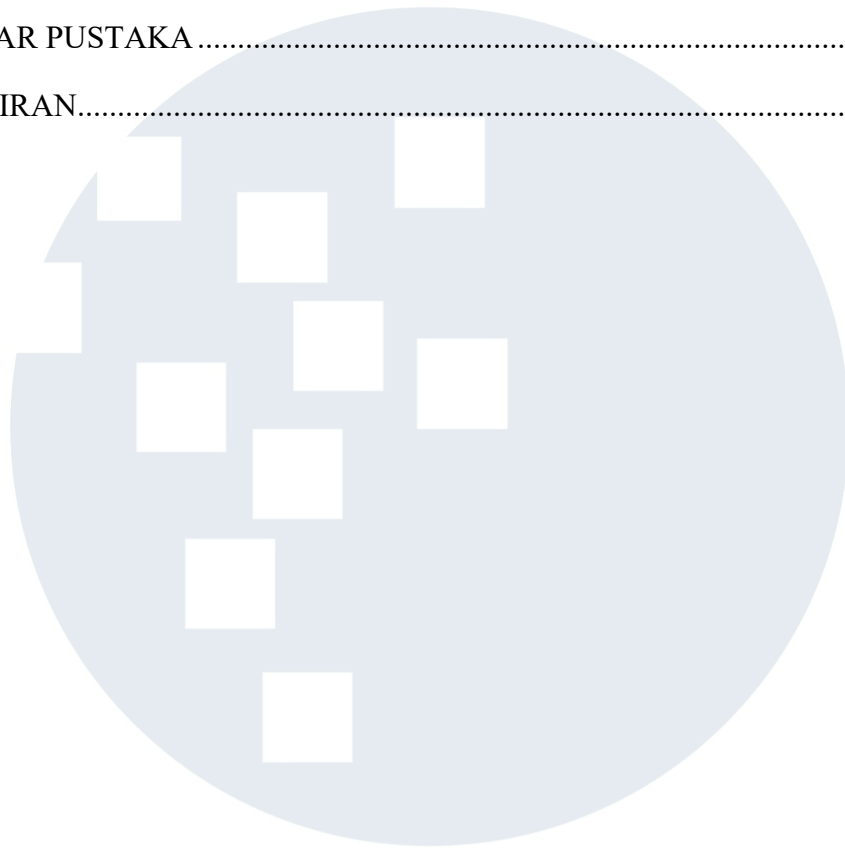


DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II KERANGKA TEORI	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 <i>Public Relations</i>	20
2.2.2 Agensi PR.....	20
2.2.3 <i>Media Relations</i>	23

2.2.4	Langkah-langkah Perencanaan <i>Media Relations</i>	28
2.3	Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI.....		33
3.1	Paradigma Penelitian	33
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	34
3.3	Metode Penelitian	34
3.4	Partisipan	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Teknik Keabsahan Data	38
3.7	Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Subjek & Objek Penelitian	41
4.1.1	Subjek Penelitian	41
4.1.2	Objek Penelitian.....	41
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Tahap Riset	45
4.2.2	Tahap Penentuan Tujuan	58
4.2.3	<i>Action</i>	61
4.2.4	<i>Communication & Performance</i>	65
4.2.5	Evaluasi.....	72
4.3	Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN.....		93
5.1	Simpulan.....	93
5.2	Saran.....	97
5.2.1	Saran Akademis	97

5.2.2 Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	102



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Media Beauty-Lifestyle Indonesia.....	54
Tabel 4. 2 Perolehan Artikel SK-II Selama Oktober-November 2023.....	61
Tabel 4. 3 Perbandingan Jumlah Artikel SK-II, Lancome, & Shiseido (Okt-Nov 2023).....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Skin Check</i> SK-II.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Logo SK-II.....	42
Gambar 4. 2 <i>Skin Check</i> SK-II pada Press Conference SK-II x Maison Kitsune.	43
Gambar 4. 3 Salah Satu Jurnalis yang Mencoba <i>Skin Check</i>	64
Gambar 4. 4 Artikel yang Diidentifikasi Sebagai Artikel dari <i>non-participant</i>	71
Gambar 4. 5 Artikel yang Diidentifikasi Sebagai Artikel dari <i>participant</i>	71

