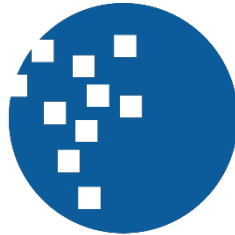


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK
KELASBEAUTY.ID SEBAGAI MEDIA BELAJAR *ONLINE***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Jocelyn Helena

00000044379

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

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK
KELASBEAUTY.ID SEBAGAI MEDIA BELAJAR *ONLINE***



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Jocelyn Helena

0000044379

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

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jocelyn Helena

NIM : 00000044379

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK KELASBEUTY.ID SEBAGAI
MEDIA BELAJAR *ONLINE*

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31/05/2024



Jocelyn Helena

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MEREK KELASBEUTY.ID SEBAGAI MEDIA BELAJAR *ONLINE*

Oleh

Nama : Jocelyn Helena

NIM : 00000044379

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 14 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom.,
M.Comm.
NIDN 0317089201

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Pembimbing


Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
NIDN 0320077401

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 030478404

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jocelyn Helena
NIM : 00000044479
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MEREK
KELASBEUTY.ID SEBAGAI MEDIA BELAJAR *ONLINE*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 31 Mei 2024



Jocelyn Helena

KATA PENGANTAR

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

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MEREK KELASBEUTY.ID SEBAGAI MEDIA BELAJAR *ONLINE*” 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 penelitian skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan penelitian ini tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., sebagai Ketua Sidang dan Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kak Rindang, Kak Merycel, dan Kak Michelle yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Tim Media Sosial dari Kelasbeuty.id yang telah bersedia memberikan data pendukung untuk penelitian ini.

9. Sandyka Ari Kurniawan, Aileen Jonea, dan Stanley Ridzal atas bantuannya selama mengerjakan skripsi ini.

10. Teman-teman saya telah menemani, memberikan dukungan serta semangat yang besar dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga skripsi ini berguna untuk menjadi acuan referensi serta sumber informasi yang dapat menambah wawasan pembaca, terutama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



Jocelyn Helena



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK
KELASBEAUTY.ID SEBAGAI MEDIA BELAJAR *ONLINE***

Jocelyn Helena

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk menyebarkan informasi, membangun kesadaran, dan memperkuat hubungan dengan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung, terkait dengan produk dan merek yang mereka tawarkan. Kelasbeauty.id hadir sebagai *platform* pembelajaran kecantikan daring di Indonesia yang menawarkan berbagai kelas edukasi, pilihan produk, dan berbagai tips untuk membangun bisnis pada dunia kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan kesadaran merek Kelasbeauty.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif serta metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan *in depth interview* kepada 3 orang yang berperan dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran di Kelasbeauty.id. Penelitian menggunakan kerangka kerja SOSTAC dalam meningkatkan kesadaran mereknya dalam dunia digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh Kelasbeauty.id telah berhasil meningkatkan kesadaran merek di kalangan audiens target melalui *digital advertising, sales promotion, social media contents*, dan juga *direct selling*.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran Terpadu, SOSTAC, Kesadaran Merek.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN
ENHANCING BRAND AWARENESS FOR KELASBEUTY.ID AS
AN ONLINE LEARNING PLATFORM***

Jocelyn Helena

ABSTRACT

Marketing communication is a tool used by companies to disseminate information, build awareness, and strengthen relationships with consumers, both directly and indirectly, related to the products and brands they offer. Kelasbeauty.id is an online beauty education platform in Indonesia that offers various educational classes, product options, and various tips for building businesses in the beauty industry. This research aims to identify effective digital marketing communication strategies to increase brand awareness for Kelasbeauty.id. The study uses a qualitative approach with a descriptive nature and a case study method. Data collection is done by conducting in-depth interviews with three individuals involved in implementing strategies at Kelasbeauty.id. The research uses SOSTAC as a framework to increase brand awareness in the digital world. This research shows that the digital marketing communication strategies implemented by Kelasbeauty.id have successfully increased brand awareness among the target audience through digital advertising, sales promotion, social media contents, and direct selling.

Keywords: *Communication Strategies, Integrated Marketing Communication, SOSTAC, Brand Awareness.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
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.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5.3 Kegunaan Sosial	11
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	1
2.3 Alur Penelitian.....	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	11
3.1 Paradigma Penelitian.....	11
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	12
3.3 Metode Penelitian.....	13
3.4 Partisipan Penelitian.....	14

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	11
3.6	Keabsahan Data	12
3.7	Teknik Analisis Data.....	13
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	15
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	15
4.1.1	Subjek Penelitian.....	15
4.1.2	Objek Penelitian	17
4.2	Hasil Penelitian.....	19
4.3	Pembahasan	64
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1	Simpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
5.2.1	Saran Akademis	74
5.2.2	Saran Praktis.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	1
Tabel 4.1 Analisis SWOT	67



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

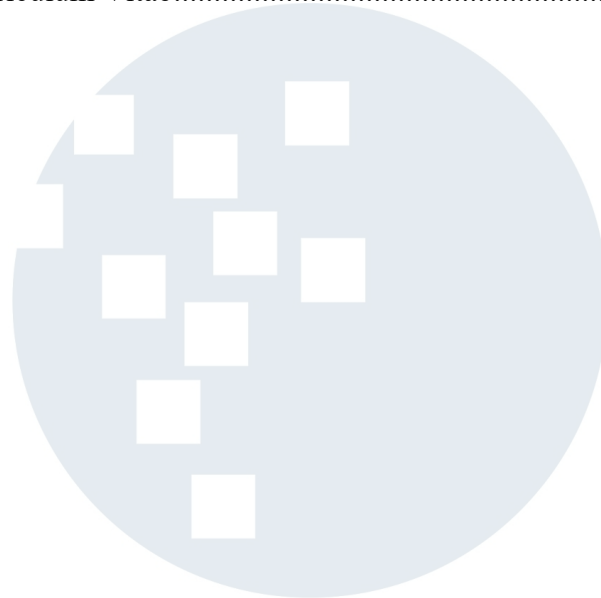
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	6
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	18
Gambar 4.2 Contoh Pemasangan Iklan Instagram.....	45
Gambar 4.3 <i>Sales Promotion</i> Pada Website Kelasbeauty.id.....	46
Gambar 4.4 Konten <i>feeds</i> dan <i>reels</i> Instagram	47
Gambar 4.5 Penggunaan Aplikasi Trello	51
Gambar 4.6 Tanggapan Kepuasan <i>Student</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Panduan Wawancara.....	78
Lampiran B Hasil Wawancara	81
Lampiran C Form Bimbingan Skripsi.....	125
Lampiran D Hasil Turnitin.....	126
Lampiran E Curriculum Vitae.....	127



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA