



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS LOVA COMMERCE  
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KLIEN**

**SKRIPSI**

**JASMINE ZAHRA NADHIFA**

**203516516056**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MARKETING STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS LOVA  
COMMERCE IN INCREASING CLIENT RECEIVING**

***THESIS***

*Submitted as one of the requirement to obtain a Bachelor of Communication Science  
(S. IKom)*

**JASMINE ZAHRA NADHIFA**

**203516516056**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**COMMUNICATION STUDY PROGRAM**

**JANUARI**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS LOVA  
COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN  
KLIEN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.I.Kom)

**JASMINE ZAHRA NADHIFA**

**203516516056**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA, JANUARI 2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**JASMINE ZAHRA NADHIFA  
203516516056**



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMUPOLITIK

### FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jasmine Zahra Nadhifa  
NPM : 203516516056  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Proposal Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC  
RELATIONS LOVA COMMERCE DALAM  
MENINGKATKAN PENDAPATAN KLIEN  
Diajukan : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Nasional.

Disetujui untuk diujikan  
Jakarta, 31 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nursatyo, S.Sos., M.Si



Dini R. Luciana R., S.Sos., M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA


### FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Jasmine Zahra Nadhifa  
NPM : 203516516056  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Public Relations*  
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Lova Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan Klien  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional


Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 2 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

  
Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan

  
Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Jasmine Zahra Nadhifa

NPM : 203516516056

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Lova  
Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan  
Klien

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang Dr. Safrizal, S. I. P., M.Si. 

Penguji I Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si 

Penguji II Nursatyo, S.Sos., M.Si 

**UNIVERSITAS NASIONAL**

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 Maret 2024

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat yang tidak terhingga kepada segenap hamba-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabatnya, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Berkat rahmat dan hidayah dari Allah WT, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul "Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Lova Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan Klien".

Betapa pun hambatan dan kesulitan seakan terasa ringan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Army Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus selaku Wakil Dekan 1 FISIP Universitas Nasional .
4. Bapak Dr. Angga Sulaiman selaku Wakil Dekan 2 FISIP Universitas Nasional.
5. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos,M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, dan juga selaku dosen pembimbing yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi.
7. Rano Santoso selaku CEO dari Lova Commerce, Ireng Sakti Jati selaku Manager Digital Marketing, dan Lala selaku Klien dari Brand Inez Cosmetics. Dan juga seluruh karyawan dari Lova Commerce



yaitu Irma, Andi, Nadia, Salsa, Santi, Cindy, Tania dan Zahra.

8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Parwantoro. Terima kasih telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil untuk merangkai masa depan. Doa, support, dan motivasi yang selalu membuat penulis bahwa, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
9. Pintu surgaku Ibunda Saripah. Mustahil penulis mampu melewati semua permasalahan yang pernah penulis alami selama ini jika tanpa doa, ridho, dan dukungan dari beliau. Terima kasih mah sudah selalu memeluk saat sedang berat menjalankan skripsi ini, berkatmu, ternyata aku mampu.
10. Kedua adikku tersayang yaitu Nayaka Aryantama dan Athalla Rayandra yang telah menghibur peneliti dikala jenuh dengan skripsi. Terima kasih telah menemani peneliti dengan banyak canda tawa. Serta kepada saudara sepupu yang telah mengerti dan mendengarkan keluh kesah pendengar yaitu Nhuzulia Hasanah.
11. Untuk Izal Dawami, terima kasih atas dukungan, motivasi, doa, serta cinta yang kamu berikan kepada penulis. Terima kasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap sahabat seperjuangan yang telah menemani dan banyak memberikan motivasi kepada peneliti serta dapat menghibur dikala kesedihan datang yaitu : Inggrit Nilam, Witri Wijayanti, Maylani, Alya Fadhillah, Al' yaa Indah, Latifah Puspita, Vivi Maulida, Nirma Kharisma, Desi Megantara, Fahri Ramdan, Admiral Muhammad, Riyan Hidayat.
13. Tidak lupa dengan diri sendiri karena mampu berjuang sampai titik ini, tidak ringan rasanya menyusun skripsi dijalani berbarengan dengan kerja. Terima kasih karena telah mampu menjalani skripsi ini hingga akhir. Kamu hebat.

## ABSTRAK

Nama : Jasmine Zahra Nadhifa  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS LOVA  
COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN  
KLIEN

Pembimbing : Nursatyo, S.Sos, M. Si

Perkembangan teknologi semakin canggih yang membuat pengaruh serta perubahan pada pola kehidupan masyarakat. Pengaruh tersebut baik dari segi ekonomi, interaksi social, bisnis, budaya, dan Pendidikan. Dari beberapa aspek tersebut yang pengaruhnya besar dalam kehidupan masyarakat yaitu kehadiran internet dalam dunia bisnis yang biasa kita sebut bisnis online (marketplace). Marketplace adalah suatu web ataupun aplikasi yang menyediakan fasilitas untuk para konsumen dengan media tidak langsung atau juga secara online. Marketplace dengan pasar konvensional memiliki kesamaan konsep, karena semakin tinggi minat konsumen, maka akan terjadi peningkatan dan pembelanjaan online. Hal ini menjadi kesempatan sekaligus peluang bisnis untuk para pengusaha untuk mengembangkan bisnis nya dalam media jualan online Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dalam upaya menelaah strategi komunikasi public relations yang dilakukan Lova Commerce terhadap para klien-nya. Mengupayakan untuk menginterpretasi, memahami, dan menafsirkan strategi yang dilakukan Lova Commerce. Strategi perencanaan yang digunakan adalah stpstrategi yang digunakan lova berhasil dalam meningkatkan pendapatan klien dengan strategi yang telah digunakan lova Strategi Komunikasi Public Relations yang dilakukan Lova kepada tiap klien atau brand dalam memaksimalkan pemasaran lewat social media, menentukan target pasar, baik dalam hal publikasi, dan menjalin hubungan baik dengan para penonton dan pengikut. Strategi komunikasi public relations tersebut telah merujuk pada target pasar yang telah ditentukan, sehingga proses nya berjalan dengan tujuan yang dituju.

Kata kunci: Strategi, *Marketing PR*, *e-commerce*

## ABSTRACT

Name : Jasmine Zahra Nadhifa  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title : COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS  
LOVA COMMERCE IN INCREASING CLIENT  
RECEIVING

Counsellor : Nursatyo, S.Sos, M. Si.

The development of technology is increasingly sophisticated which makes an influence and change in the pattern of people's lives. This influence is good in terms of economy, social interaction, business, culture, and education. From some of these aspects that have a major influence in people's lives, namely the presence of the internet in the business world which we usually call online business (marketplace). Marketplace is a web or application that provides facilities for consumers with indirect media or also online. Marketplaces and conventional markets have similar concepts, because the higher the consumer interest, there will be an increase and online shopping. This is an opportunity as well as a business opportunity for entrepreneurs to develop their business in online selling media. This research uses qualitative research methods in an effort to examine the public relations communication strategy carried out by Lova Commerce towards its clients. Seeking to interpret, understand, and interpret the strategies carried out by Lova Commerce. The planning strategy used is the strategy used by lova succeeds in increasing client income with the strategies that lova has used Public Relations Communication Strategies carried out by Lova to each client or brand in maximizing marketing through social media, determining target markets, both in terms of publications, and establishing good relationships with audiences and followers. The public relations communication strategy has referred to the target market that has been determined, so that the process runs with the intended goal.

Key Words: Strategy, Marketing PR, E-Commerce

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan teori.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	42
3.2 Penentuan Informan .....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4 Uji Keabsahan Data .....	44
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	46
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	48
4.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	49
4.1.2 Struktur organisasi.....	50
4.2 Gambaran Divisi Digital Marketing .....	51
4.3 Gambaran Klien Brand Inez Cosmetics.....	56
4.4 Strategi Marketing Public Relations .....	57

4.5	Pendapatan Klien Brand Inez Cosmetics .....	72
4.6	Hambatan yang terjadi pada Strategi Marketing Public Relations Lova Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan Klien.....	73
4.7	Pembahasan.....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>83</b>
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran .....	84



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Prediksi penggunaan e-commerce meningkat.....	3
Gambar 1.2	Karyawan Lova Commerce tahun 2024.....	7
Gambar 1.3	Perbandingan penonton.....	9
Gambar 1.4	Perkembangan klien yang bekerja sama dengan Lova.....	10
Gambar 1.5	Grafik pendapatan Lova di tahun 2023 .....	11
Gambar 1.6	Klien yang bekerjasama dan berkolaborasi dengan Lova... ..	11
Gambar 2.1	Event SocialChic .....	31
Gambar 2.2	Event Beauty and Shine Expo.....	31
Gambar 2.3	Tawaran Menarik dari Event.....	32
Gambar 2.4	Acara Tv Sponsor Inez.....	33
Gambar 2.5	Story pada Instagram Inez.....	33
Gambar 2.6	Beauty Class Inez.....	34
Gambar 2.7	Logo Inez yang Sebelumnya.....	35
Gambar 2.8	Logo Inez yang Baru.....	35
Gambar 2.9	Gambaran Teori IMC.....	39
Gambar 2.10	Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1	Logo Lova Commerce.....	48
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Lova Commerce.....	51
Gambar 4.3	Design dari tim kreatif.....	53
Gambar 4.4	Design produk untuk display oleh tim kreatif.....	54
Gambar 4.5	Logo brand Inez Cosmetics.....	56
Gambar 4.6	Kalender yang diberisikan jadwal konten tiap harinya .....	58
Gambar 4.7	Konten yang diunggah oleh Sabrina .....	63
Gambar 4.8	Konten yang diunggah oleh Abel Cantika .....	64
Gambar 4.9	Konten yang diunggah oleh Janes.....	65
Gambar 4.10	Konten yang diunggah oleh Alfina Alrasyid.....	66
Gambar 4.11	Top Products di Marketplace .....	67
Gambar 4.12	Live streaming Bersama artis papan atas .....	68
Gambar 4.13	Grafik pertumbuhan pendapatan .....	71
Gambar 4.14	Grafik perbandingan pertumbuhan pendapatan .....	71
Gambar 4.15	Grafik bulan Maret .....	78

Gambar 4.16 Grafik bulan Agustus .....	79
Gambar 4.17 Grafik pertumbuhan penonton .....	80
Gambar 4.18 Grafik pertumbuhan dalam jangkauan .....	80
Gambar 4.19 Keterkaitan Konsumen .....	81

