



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PERENCANAAN KOMUNIKASI MS COSMETIC DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK *PEEL OFF NAIL  
POLISH***

**SKRIPSI**

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

**Victoria Marchellina**

**NPM 193516516071**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**COMMUNICATION PLANNING OF MS COSMETIC IN UPGRADING  
*BRAND AWARENESS PEEL OFF NAIL POLISH PRODUCT***

**THESIS**

Submitted as one of the requirements for obtaining a  
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)

**Victoria Marchellina**

**NPM 193516516071**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Victoria Marchellina  
NPM : 193516516071  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi MS Cosmetic Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Peel Off Nail Polish  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,  
Jakarta, 02 Maret 2023

Dosen Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan,

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

## LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### FORMULIR 4

#### PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Victoria Marchellina  
NPM : 193516516071  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations  
Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi MS Cosmetic Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Peel Off Nail Polish

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 17 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 21 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Asran Jalal, M.Si. ....

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si. ....

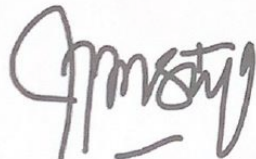
Penguji II : Nursatyo S.Sos., M.Si. ....


#### Keterangan:

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

|   |  |
|---|--|
|  | UNIVERSITAS NASIONAL<br>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK<br>JAKARTA   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b>   |  |
| Nama  | : Victoria Marchellina   |
| NPM   | : 193516516071   |
| Program Studi   | : Ilmu Komunikasi  |
| Judul Skripsi   | : Perencanaan Komunikasi MS Cosmetic Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Produk Peel Off Nail Polish   |
| Diajukan untuk  | : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional |
| Disetujui,<br>Jakarta, 03 Februari 2023   |  |
| Dosen Pembimbing  | Kepala Program Studi   |

  
Nursatyo, S.Sos., M.Si.

  
Drs. Adi Prakosa M.Si.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Victoria Marchellina

NPM : 193516516071

Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi MS Cosmetic Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Peel Off Nail Polish

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencatumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian Pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 06 Februari 2023



Victoria Marchellina

## ABSTRAK

**Nama** : Victoria Marchellina  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Perencanaan Komunikasi MS Cosmetic Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Peel Off Nail Polish

### Polish

|   |  |
|---|--|
| <b>Kata Kunci</b><br>Perencanaan Komunikasi, <i>brand awareness</i> , produk. | Fokus pada penelitian ini adalah perencanaan MS Cosmetic dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> produk peel off nail polish. Hal ini dilatarbelakangi oleh cara dari MS Cosmetic yang telah go international hanya dalam kurun waktu 2 tahun. Dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh MS cosmetic dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> produk peel off nail polish. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model lima langkah dari Hafied Cangara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan pengumpulan data dengan cara teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh MS Cosmetic dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> meliputi endorse kepada artis ternama atau influencers, mencari tahu keinginan dari target pasar, cara menjangkau target pasar tersebut dan mengikuti <i>event</i> kecantikan ataupun <i>event</i> musik. |
| Pembimbing  | Nursatyo, S.Sos., M.Si.  |

**ABSTRACT**

**Name** : *Victoria Marchellina*

**Study Program** : *Communication Science*

**Title** : *Communication Planning Of Ms Cosmetic In Upgrading  
Brand Awareness Peel Off Nail Polish Product*

**Keywords**  
*Communication  
Planning,  
brand  
awareness,  
product.*

*The focus of this research is planning MS Cosmetic in increasing brand awareness of peel off nail polish products. This is motivated by the way MS Cosmetic has gone international in just 2 years. This study aimed to determine the communication planning carried out by MS cosmetic in increasing brand awareness of peel off nail polish products. The theory used in this study is the five-step model of Hafied Cangara. The method used in this research is the descriptive qualitative method. Data collection was used using interview techniques, observation, and documentation. The results of this study indicate that the communication planning carried out by MS Cosmetic in increasing brand awareness includes endorsing famous artists or influencers, finding out the desires of the target market, how to reach the target market, and participating in beauty events or music events.*

**Advisor**

*Nursatyo, S.Sos., M.Si.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kuasa dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dibuatnya skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan secara moril maupun materil, motivasi, saran dan petunjuk dari berbagai pihak. Terkhusus kepada kedua orang tua, bapak Dominggus Belly Patty dan ibu Henny terimakasih yang sebesar – besarnya penulis sampaikan lewat doa yang tidak pernah putus, serta kepada kedua kakak tercinta, Jessica Gabriella dan Jonathan Gabriel yang membantu serta meluangkan waktu dan menjadi investor penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada.

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.

2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Akademik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus dosen pembimbing penulis dalam skripsi.
7. Bapak Dr. Asran Jalal, M.Si selaku ketua sidang skripsi, Ibu Dra. Masnah, M.Si selaku penguji satu sidang skripsi, dan Bapak Nursatyo S.Sos., M.Si selaku penguji dua sidang skripsi. Terimakasih atas klarifikasi, pertanyaan, kritik, dan saran terhadap laporan penelitian saya.
8. Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku pendamping dosen pembimbing serta teman cerita dan penasihat kepada penulis terkait penulisan skripsi.
9. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terutama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu dan pengalaman untuk penulis.
10. Aditya Gunawan, Mira Gelsa, Selvia Megasari, Fita Fitri, dan

seluruh staff MS Cosmetic yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

11. Kakak tingkat terbaik Annisa Maulidya, S.I.Kom. yang meluangkan waktunya serta memberikan saran terbaik dalam penentuan judul dan mengarahkan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

12. Teman yang dapat membantu penulis menyelesaikan skripsi tepat waktu, Indah Sugiarahma, sebagai teman satu bimbingan yang tidak habisnya mengingatkan serta mengajak untuk menyelesaikan skripsi ini secara bersamaan.

13. Teman seperjuangan Rafli Ramadhan, Muhamad Azhari, Maulana Ibrahim, Calvin Hendriyan dan Sri Dewi Larasati yang tanpa lelah mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan saran terbaik serta mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan semangat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selanjutnya, penulis menyadari bahwa sepenuhnya hasil penyusunan skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, untuk itu penulis sangat menghargakan masukan, baik kritik maupun saran. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca, dan perusahaan.

Jakarta, 6 Maret 2023

Penulis

Victoria Marchellina



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....                  | i    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....       | ii   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....                 | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....            | iv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                    | v    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                   | vi   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                             | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                 | xi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                               | xiii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                              | xiv  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                          | 1    |
| <b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....                 | 1    |
| <b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....                       | 9    |
| <b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....                     | 10   |
| <b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....                    | 10   |
| <b>1.4.1 Manfaat Akademik</b> .....                     | 10   |
| <b>1.4.2. Manfaat Teoritis</b> .....                    | 10   |
| <b>1.4.3. Manfaat Praktis</b> .....                     | 10   |
| <b>1.5. Sistematika Penulisan</b> .....                 | 11   |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....                      | 13   |
| <b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....                   | 13   |
| <b>2.2 Teori</b> .....                                  | 17   |
| <b>2.3 Konsep – Konsep</b> .....                        | 18   |
| <b>2.3.1 Perencanaan</b> .....                          | 18   |
| <b>2.3.2 Perencanaan Komunikasi</b> .....               | 22   |
| <b>2.3.3 Brand Awareness</b> .....                      | 22   |
| <b>2.3.4 Public Relations PENCILS Strategy</b> .....    | 26   |
| <b>2.3.5 Three Ways Strategy Public Relations</b> ..... | 28   |
| <b>2.4 Kerangka Pemikiran</b> .....                     | 29   |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....              | 31   |
| <b>3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian</b> .....       | 31   |

|  |  |                                     |
|--|--|-------------------------------------|
| 3.2  | Penentuan Informan .....   | 32                                  |
| 3.3  | Teknik Pengumpulan Data.....   | 33                                  |
| 3.4  | Teknik Keabsahan Data .....  | 35                                  |
| 3.5  | Teknik Analisis Data .....   | 36                                  |
| 3.6  | Lokasi dan Jadwal Penelitian.....  | 36                                  |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |  | <b>38</b>                           |
| 4.1  | Hasil Penelitian .....   | 38                                  |
| 4.1.1  | Profil dan Sejarah Perusahaan .....  | 38                                  |
| 4.1.2  | Visi dan Misi Perusahaan.....  | 43                                  |
| 4.1.3  | Logo MS Cosmetic .....   | 43                                  |
| 4.1.4  | Sejarah Produk Peel Off Nail Polish .....  | 43                                  |
| 4.2  | Analisis Penelitian Perencanaan Komunikasi MS Cosmetic Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Produk Peel Off Nail Polish ..... | 46                                  |
| 4.3  | Pembahasan .....   | 77                                  |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>             |  | <b>82</b>                           |
| 5.1  | Kesimpulan .....   | 82                                  |
| 5.2  | Saran.....   | 84                                  |
| 5.2.1  | Saran Secara Akademis.....   | 84                                  |
| 5.2.2  | Saran Secara Praktis.....  | 84                                  |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                        |  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                        |  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. 1 Penelitian Terdahulu.....16

Tabel 3.6. 1 Jadwal Penelitian ..... 37



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1. 1. Best Seller Product at JakartaxBeauty. ....                                       | 5  |
| Gambar 2.3.3. 1 Tingkatan Brand awareness. ....  | 25 |
| Gambar 2.4. 1 Kerangka Pemikiran.....  | 30 |
| Gambar 4.1.1. 1 Produk pada Website MS Cosmetic.....   | 42 |
| Gambar 4.1.3. 1 Logo MS Cosmetic .....   | 43 |
| Gambar 4.1.4. 1. Warna Peel Off Nail Polish.....   | 46 |
| Gambar 4.2. 1 Beberapa artis pada Launching Produk Peel Off Nail Polish .....                    | 53 |
| Gambar 4.2. 2 Diskon Harga pada akun tiktok @ainindya_saskia.....                                | 53 |
| Gambar 4.2. 3 Citra Kirana sebagai Brand Ambassador Peel Off Nail Polish MS<br>Cosmetic .....    | 53 |
| Gambar 4.2. 4 Morning Briefing Urban Beauty bersama Head, HRD, dan Tim Pabrik ..                 | 55 |
| Gambar 4.2. 5 Monthly Meeting yang dilakukan oleh MS Cosmetic .....                              | 56 |
| Gambar 4.2. 6 Beberapa Influencers wanita muslim yang diendorse oleh MS Cosmetic                 | 59 |
| Gambar 4.2. 7 Influencers dengan verified account yang diendorse MS Cosmetic .....               | 60 |
| Gambar 4.2. 8 Flyer MS Cosmetic at Synchronize Fest.....   | 61 |
| Gambar 4.2. 9 Flyer MS Cosmetic at JISPHORIA.....  | 61 |
| Gambar 4.2. 10Flyer MS Cosmetic at Jakarta x Beauty .....  | 62 |
| Gambar 4.2. 11 Flyer MS Cosmetic at Medan x Beauty .....   | 62 |
| Gambar 4.2. 12 Flyer MS Cosmetic at Cosmobeaute .....  | 63 |
| Gambar 4.2. 13 MS Cosmetic Supported Vicky Shu go to Indopop Movement, New York<br>.....         | 64 |
| Gambar 4.2. 14 Publikasi Media Nova Grid & RCTI Plus mengenai MS Cosmetic go to<br>Malaysia..... | 65 |
| Gambar 4.2. 15 Product Experience Peel Off Nail Polish pada beberapa event.....                  | 67 |
| Gambar 4.2. 16 Special Promo 11.11 by MS Cosmetic.....   | 68 |
| Gambar 4.2. 17 Special Promo 12.12 by MS Cosmetic.....   | 69 |
| Gambar 4.2. 18 Beberapa artis ternama yang menjadi brand ambassador MS Cosmetic.                 | 70 |
| Gambar 4.2. 19 Seminar dengan para distributor dan seller untuk meningkatkan penjualan<br>.....  | 71 |
| Gambar 4.2. 20 Potret Queen Thailand dengan Peel Off Nail Polish MS Cosmetic .....               | 72 |