

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali, D. S. F. 2017. *Marketing Public Relations – Diantara Penjualan dan Pencitraan*. Yogyakarta : Deepublish.
- Cangara, H. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Hamad,I. 2016. *SKOM 426 - Perencanaan Program Komunikasi*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Grasindo.
- Jalaluddin,R. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, N. F., dkk. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Manzilati, A. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi*. Malang : UB Press.
- Pamungkas, I. N. A. 2016. *Brandology*. Yogyakarta : Deepublish.
- Putra, N. 2011. *Penelitian Kualitatif : Proses dan Aplikasi*. Jakarta : PT Indeks.
- Rosady, R. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* . Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, J. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kulitatif Edisi 2*. Yogyakarta : Suluh Media.
- Semiawan, C. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumiati, R., Nadiyah, H., & Yulianti, I. 2016. *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang : UB Pres.

Terry, G. R. dan L.W. Rue. 2005. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara. (Penerjemah : G.A Ticoalu)

Terry, G. R. 2007. *Prinsip - Prinsip Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara. (Penerjemah : J. Smith D.F.M.)

WEBSITE

Adminseo, 2020. *MS Glow Hadirkan Make Up Untuk Sehari-hari*. Diakses pada tanggal 10 September 2022. <<https://www.msocosmetic.id/blog/trendy-hair-cut-for-straight-hair/>>

Ardela Nabila, 2022. *Tembus Pasar Internasional, Ini 5 Brand Kecantikan Lokal yang Mendunia*. Diakses pada tanggal 10 September 2022. <<https://www.parapuan.co/read/533431424/tembus-pasar-internasional-ini-5-brand-kecantikan-lokal-yang-mendunia?page=all>>

Ellyta Rahma, 2019. *Cerita Wardah dari New York Fashion Week 2019*. Diakses pada tanggal 10 September 2022. <<https://www.marketeers.com/cerita-wardah-dari-new-york-fashion-week-2019>>

Fabiola Febrinastri, 2022. *Hingga Juli 2022, Industri Kosmetik Meningkat 83% dan Didominasi UKM*. Diakses pada tanggal 11 Oktober 2022. <<https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm>>

Harso Kurniawan, 2021. *MS Glow Sabet Rekor Muri, Jual 205 Ribu Kuteks dalam Sehari*. Diakses pada tanggal 10 September 2022. <<https://investor.id/lifestyle/260472/ms-glow-sabet-rekor-muri-jual-205-ribu-kuteks-dalam-sehari#:~:text=JAKARTA%2C%20Investor.id%20%2D%20MS,yang%20tidak%20mengandung%20bahan%20alkohol>>

Lely Yuana, 2022. *Industri Kosmetika Indonesia Siap Tembus Pasar Global Lewat Beauty Expo 2022*. Diakses pada tanggal 10 September 2022. <[https://www.timesindonesia.co.id/read/news/424443/industri-kosmetika-indonesia-siap-tembus-pasar-global-lewat-beauty-expo-2022#:~:text=BPOM%20juga%20mencatat%20kenaikan%20jumlah,didominasi%20oleh%20UKM%20\(83%25\)>](https://www.timesindonesia.co.id/read/news/424443/industri-kosmetika-indonesia-siap-tembus-pasar-global-lewat-beauty-expo-2022#:~:text=BPOM%20juga%20mencatat%20kenaikan%20jumlah,didominasi%20oleh%20UKM%20(83%25)>)

Nova Haasiani, 2022. *Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing*. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2022. <<https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>>



DAFTAR

LAMPIRAN

Lampiran Surat Kesiediaan Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),
Fax. 7802718-7802719 http://www.unas.ac.id, E-mail : info@unas.ac.id

Jakarta, 26 September 2022

Nomor : 101 /IK/IX/2022
Lamp : -
Hal : *Kesiediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Nursatyo, S.Sos, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi
Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesiediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Victoria Marchellina
NPM : 193516516071
Konsentrasi : Public Relations
Judul Proposal Skripsi : PENGARUH CYBER PUBLIC RELATIONS
TERHADAP CITRA PRODUK MS COSMETIC

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesiediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesiediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos, M.Si

* coret yang tidak perlu

Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua

Drs. Adi Prakosa, M.Si



Lampiran Persetujuan Judul yang di Revisi

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Victoria Marchellina
NPM : 193516516071
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tanggal Sidang : 17 Februari 2023

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

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

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

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

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 21 Februari 2023	TGL : 21 Februari 2023	TGL : 21 Februari 2023
	 	

Lampiran Bimbingan APPSTA



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejayten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax: 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage: <http://www.unas.ac.id> E-mail: febuzaa49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516071
Nama : VICTORIA MARCHELLINA
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 October, 2022	berikut untuk proposal skripsi saya, mohon arahnya pak, jika ada tambahan revisi.	Sudah Ditanggapi
14 October, 2022	berikut untuk revisi kedua untuk proposal penelitian saya pak, mohon di cek pak	Sudah Ditanggapi
14 October, 2022	berikut untuk proposal skripsi saya yang sudah di revisi sesuai dengan bimbingan terakhir dengan bapak pak, sudah terdapat kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, bab 1, bab 2, bab 3, serta daftar pustaka pak, sudah saya tambahkan juga untuk bisnis kosmetik di Indonesia, mengapa saya memilih produk nail polish, sudah terdapat pada latar belakang saya pak	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 January, 2023	revisi proposal pertama	Sudah Ditanggapi
10 January, 2023	revisi proposal kedua	Sudah Ditanggapi
10 January, 2023	draft wawancara 1	Sudah Ditanggapi
10 January, 2023	draft wawancara 2	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	bab 4	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 February, 2023	bab 5	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	abstrak	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	bab 1 - bab 5	Sudah Ditanggapi



Lampiran Surat Tugas



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax: 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Nursatyo, S.Sos.M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Victoria Marchellina
Nomor Pokok : 193516516071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran Butir-Butir Wawancara

*“Perencanaan Komunikasi Ms Cosmetic Dalam Meningkatkan Brand Awareness
Produk Peel Off Nail Polish”*

Daftar Informan/Narasumber :

1. Aditya Gunawan (Supervisor of Media & Public Relations)
2. Mira Gelsa (Staff of Media & Public Relations)
3. Selvia Megasari (Creative Marketing)

No.	Kategori	Substansi Wawancara
1.	Gambaran dan Sejarah MS Cosmetic	<ol style="list-style-type: none">a. MS Cosmetic berdiri sejak tahun berapa?b. Bagaimana sejarah dari MS Cosmetic?c. Apa saja produk dari MS Cosmetic?d. Tanggal berapa produk <i>peel off nail polish</i> diluncurkan?e. Siapa saja target pasar dari <i>peel off nail polish</i>?f. Apakah <i>peel off nail polish</i> aman untuk digunakan oleh anak-anak?g. Apa tujuan pembuatan produk <i>peel off nail polish</i>? Karena sebelumnya ms glow sudah terkenal dengan skincare, tetapi kenapa memproduksi produk ini?h. Range harga produk, kenapa, satu kemasan

		<p>berapa ml?</p> <p>i. Apa saja kelebihan dan keunggulan produk peel off nail polish?</p> <p>j. Bagaimana langkah pertama dalam mengenalkan produk peel off nail polish ini? Dengan gimmick atau promo atau brand ambassador?</p> <p>k. Bagaimana respon dari masyarakat setelah produk ini dilaunching? Apakah ada evaluasi setelah produk ini dilaunching?</p>
2.	Penelitian (<i>Research</i>)	<p>Selama bekerja di perusahaan ini boleh anda ceritakan mengenai kendala tersulit yang pernah dihadapi MS Cosmetic, terutama dalam membangun brand awareness produk dari nail polish.</p> <p>Apakah penjualannya stabil atau menurun?</p>
3.	Perencanaan (<i>Plan</i>)	<p>1. Dengan masalah yang telah dihadapi, bagaimana cara anda dalam menyusun kiat-kiat, apa saja tips dalam meningkatkan brand awareness untuk produk nail polish?</p> <p>2. Berapa target penjualan untuk produk nail polish?</p> <p>3. Apakah terdapat schedule plan dalam</p>

		<p>meningkatkan brand awareness? setiap seminggu sekali? Seperti briefing pagi hari, promo setiap event, atau bagaimana?</p> <p>4. Apakah Ms Cosmetic juga melakukan pemasaran? Pemasaran seperti apa? Lewat media apa?</p> <p>5. Untuk para pengguna yang ingin membeli melalui apa? Apakah offline atau online?</p> <p>6. Apakah mengadakan event setiap bulannya, atau evaluasi di setiap bulannya?</p> <p>7. Perencanaan Untuk bisa menaikkan penjualan apa yang dilakukan oleh tim? komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh ms cosmetic untuk mempertahankan brand awareness? Promo harga di event, atau ada tambahan lainnya?</p>
4.	Pelaksanaan (<i>execute</i>)	<p>1. Bagaimana cara perusahaan dalam meningkatkan brand awareness dari MS Cosmetic?</p> <p>2. Bagaimana cara MS Cosmetic dalam meningkatkan brand awareness produk peel off nail polish?</p>
5.	Pengukuran/evaluasi (<i>measure</i>)	Dengan rencana penjualan yang telah dibuat, apakah sudah mencapai sasaran sesuai dengan

		yang telah ditentukan?
6.	Pelaporan (<i>report</i>)	<ol style="list-style-type: none">1. Menurut anda apakah rencana yang dibuat telah sesuai dengan pelaksanaan yang ada?2. Apa saja rencana MS Cosmetic kedepannya untuk mencapai brand equity (ekuitas merek)



Lampiran Hasil Wawancara

Key Informan

Nama : Aditya Gunawan

Jabatan : Supervisor Media & Public Relations

1. Sejak tahun berapa MS Cosmetic berdiri?

Berdasarkan sejarahnya sih persiapannya sejak tahun 2019, tetapi baru benar benar launching itu kalau tidak salah 2020 ya. Jadi pas emang lagi pandemic, baru 2 tahunan lah ya umurnya.

2. Bagaimana Sejarah MS Cosmetic bisa berdiri selama 2 tahun ini?

Jadikan ee pada prinsipnya namanya usaha atau bisnis itukan pastikan ingin melebarkannya, kalo skincarenya kan udah ada nih namanya MS Glow, sedangkan untuk kebutuhan kosmetiknya belum terpenuhi nih karena adanya kebutuhan pasar maka dari grup eee berinisiatif untuk ookee, kita buat aja nih kosmetiknya nah berdasarkan dari ide itulah skincare udah ada terbentuk lagi untuk kosmetiknya yaitu Ms Cosmetic gitu, jadi untuk melengkapi apa yang dibutuhkan oleh pasar aja, ada skincare maka ada kosmetik juga.

3. Apa saja produk MS Cosmetic?

MS Cosmetic itu memang umurnya baru dua tahun, jadi produknya memang belum begitu banyak ya, tapi setidaknya yang dirilis sampai saat ini, itu adalah kebutuhan kebutuhan dasarnya, mulai dari cushion yang sifatnya sebagai foundation juga, ada loose powder bedaknya, ada untuk pensil alis, eyeliner, kemudian ada juga lipstick yang namanya sexy glam matte itu kan ya, terus ada juga kuteks si nail polish itu, dan makin sekarang ini ya, makin kesini terus berkembang, baru aja rilis seperti misalnya kaya ada sheet mask kemudian eeee lipstiknya itu bukan produk baru, tapi kita meluncurkan varian baru yang kemarin kolaborasi sama salah satu coffee shop ternama di Indonesia, bikin varian kopi, dan

kedepannya masih ada banyak lagi produk produk yang pastinya akan dirilis sesuai sama kebutuhan pasar.

4. Tanggal berapa produk peel off nail polish diluncurkan?

Eee tanggal pastinya saya kurang tau ya, karena memang saya bergabung di perusahaan ini eee disaat ms cosmetic sudah masuk di tahun kedua dan jalan di tahun ketiga yaa seperti itu, tetapi kalau tidak salah sekitar 2 tahunan lalu itu deh atau setahun lalu.

5. Siapa saja target pasar dari produk peel off nail polish?

Semua kalangan ya, kalau kita bicara dari segi umur ya, dari usia muda sampai usiaa eee dewasa pun empat puluh tahun, lima puluh tahunan itu emm memang namanya perempuan pasti jiwa untuk merawat diri, mempercantik diri masih terus ada ya, dan kuteks itu menjadi salah satu kebutuhan mereka juga, jadi kalau ditanya dari usia, semua usia. Tapi yang paling kuat usia mana ya dari remaja sampai dua puluhan tiga puluhan, terus kalau secara spesifik lagi, eee targetnya ini adalah perempuan yang biasanya ingin menggunakan kuteks bersolek di bagian kukunya tapi kadang suka eee ribet bingung gimana nih nanti kalau solat, berwudhu, jadi lebih cenderung ke wanita muslim maka dibuatlah solusi ohh kutek dari ms cosmetic ini meresap air jadi aman digunakan untuk berwudhu dan juga solat, dan juga dia peel off bisa dilepas gitu doang gitu.

6. Apakah peel off nail polish ini aman digunakan untuk anak-anak?

Untuk anak-anak sih anak anaknya mungkin usianya yangusi belasan tahun yaa, bukan anak anak yang dibawah eee sepuluh tahun itukan masih berbahaya, maksudnya takutnya nanti tidak sesuai dengan e cara pemakaian, takutnya juga nanti tertelan terhirup atau apakan, jadi yaaa alangkah baiknya juga jangan sih.

7. Apa tujuan pembuatan produk peel off nail polish? Karena ms glow sudah terkenal dengan skincarenya.

Kenapa memproduksi eee peel off nail polish, karena itu tadi prinsip dari ms glow ingin terus berkembang dan berinovasi, maka munculnya nail polish ini, kenapa nail polish karena aklaui berbicara tentang kecantikan

kan itu luas sekali dan disini kita berusaha untuk menjangkau berbagai produknya semua kita ada gitu loh, jadi ee perlahan tapi pasti kita mengembangkan semua produk apa yang dibutuhkan salah satunya nail polish tadi, dan kita juga melihat oh ee banyak nih ternyata penggemar ee wanita muslim yang menggemari kuteks gitu tapi kadang mereka takut makainya nanti tidak bisa solat, berwudhunya susah, nah maka kita hadir lah solusi disini untuk wanita muslim khususnya yang masih pengen pake kuteks, tenang, karna e kuteks kita peel off dan itu larut dalam air.

8. Berapa harga dari produk peel off nail polish ini dan ada berapa warna pada produk ini?

Eeee enam puluh Sembilan ribu, iya enam puluh Sembilan ribu eeee varian warnanya itu ada sekitar delapan yah, delapan pilihan warna ini dan darui delapan pilihan warna ini ada yang best sellernya saya lupa ya, tapi kalau tidak salah ada di nomor dua dan nomor tiga atau tiga dan empat begitu.

9. Apa kelebihan dan keunggulan dari produk peel of nail polish ini?

Kelebihannya sudah pasti praktis digunakan kapanpun dimanapun untuk yang ingin solat saat itu juga itu tidak perlu khawatir karna kutek kita ini bisa larut dalam air makanya nail polish ini udah wudhu friendly, terus juga bisa dipakai solat tetapi kalau memang tidak yakin juga boleh ya dikopak istilahnya karena diakan peel off ya jadi bisa dibuka gitu, gitu sih keunggulannya.

10. Bagaimana langkah pertama dalam mengenalkan produk peel off nail polish ini? Apakah dengan gimmick atau promo atau brand ambassador?

Langkah pertama pasti kita mengoptimalkan media sosial kita sendiri, karena kan itu media yang kita gunakan itu media sosial sebagai media pertama yang bisa menjangkau target market kita, selain itu pasti kita juga menggunakan eee influencer atau KOL, karena mereka juga punya followers sendiri, dan mereka juga memiliki power yang e lumayan bagus untuk menginfluence para followers mereka, selain itu juga pasti kita bekerja sama dengan paraa rekan rekan media, tentunya untuk

mempublikasikan terkait produk baru ee peel off nail polish dari ms cosmetic nah setelah itu pasti kita menunjuk brand ambassador jadi kita bener bener mempersiapkan sedetail mungkin, sepaket lengkap gitu untuk bisa lebih dikenal sama masyarakat awarenessnya tinggi dan untuk eee follow upnya sudah pasti kita membuat konten lanjutan entah itu dari tim konten creator membuat konten tentang ee tips menggunakan kuteks, ee video tvcnnya dan lain sebagainya.

11. Setelah produk peel off nail polish ini di launching, bagaimana respon dari masyarakat?

Setelah di launching eee alhamdulillah responnya sangat sangat sangat positif ini terbukti dari ee media sosial dari founder ms cosmetic dan juga media sosial ms cosmetic sendiri yang banyak sekali mendapatkan respon positif, engagementnya tinggi, terus followersnya juga tinggi dan sempat mendapatkan rekor muri juga karena waktu itu tercatat sebagai kuteks dengan penjualan eee sekian puluh ribu dalam satu waktu waktu itu ya, saya lupa detailnya seperti apa namun ini juga membuktikan ternyata antusiasme dari masyarakat lumayan tinggi,(8.36) dan terkait evaluasi kita terus mengevaluasi dalam arti apa yang dibutuhkan lagi sama masyarakat mungkin ada plus minusnya, minusnya coba kita gali lagi dan kita benahi terus mungkin eee mungkin bisa meluncurkan warna atau varian baru nantinya

12. Apakah produk peel off nail polish merupakan produk terfavorit?

dari mscosmetic tuh sebenarnya ada beberapa eee hero productnya yaa, best sellernya juga dan salah satunya memang nail polish gitu dan ini terbukti kalau kita mengadakan event event tertentu pasti nail polish paling banyak diserbu.

13. Selama bekerja disini, kendala tersulit apa yang pernah dialami dalam membangun brand awareness produk peel off nail polish?

kalo kesulitan sih sudah pasti dari kompetitor ya karena ada banyak sekali brand komestik yang ada di indonesia baik yang baru maupun yang

sudah lama gitu, nah yg jadi peer adalah kita membangun awareness, trust juga dari public gt tapi ee susah susah gampang ya, gampangnya karna kita udah ada nama ms glow yang lebih besar duluan, jd orang tau ms cosmetic ini by ms glow terus juga ditambah beberapa rekan dari founder itukan juga ee orang itu karna kita kan jualnya ini wholesale, atau online kan belum ada retail jadi mungkin orang itu terpaku hanya yang di media sosial, tidak yang datang ke minimarket atau supermarket terus liat produk kita dijejer jadinya langsung tau, jd kita perlu kerja extra dari media sosial, dari kol , nfluencers dan itu semuanya jadi eee tantangan juga bagi kita. kaya gitu loh. Tapi ketika orang belum tau ms cosmetic tapi ketika orang engeh oh brand ambasadornya ini nih, oh dia dari ms glow tuh otomatis orang juga punya trustnya langsung muncul, oh dia dari ini emg udh besar sih oh dia dari ini emg udh bagus sih gitu.

14. Apakah penjualan tergolong stabil atau naik turun?

kalo dari segi penjualan udah pasti naik turun yah, itu udah hal hal yang wajar gitu tapi turunnya pun tidak terlalu turun drastis sampai yang benar benar mengecewakan masih bisa kita follow up eee selama pandemi kemarin sih itu juga kebutuhan ksmetik meningkat ya, karena mungkin ee orang walaupun tidak bisa keluar rumah tapi masih bisa zoom ee meeting secara online jadi masih butuh kali ya bersolek berdandan gitu , selama ada event event off air juga kita penjualan termasuk tinggi.

15. Bagaimana cara perusahaan menyusun kiat kiat dan tips ningkat brand awareness?

untuk meningkatkan awareness pasti itu tadi ya kita produksi tvc kita kerjasama dengan brand ambassador ternama, tiap bulannya kita selalu punya daftar kol influencer yang harus kita endorse dan tentunya mereka yang engagementnya tinggi, sedang viral, terus ee kita juga tipsnya untuk menumbuhkan awareness kita rajin rajin menghubungi rekan media kerja sama untuk ke publisher ya untuk menaikkan artikel atau rilis kita, terus

aktif e di media sosial terus kita juga bisa bekerja sama dengan beberapa brand lain sebagai posisi kita untuk sponsor ya itu juga untuk menumbuhkan awarenss kita di masyarakat gitu sih.

16. Apakah terdapat schedule plan dalam meningkatkan brand awareness?

ee rutinitas seperti itu pasti ada ya klo yg diinternal kita ada monthly meeting, weekly meeting itu semuanya dikupas dibahas apa yang kurang apa yang harus dibenahi dari aspek manapun selalu kita bahas, eee terus juga ee, klo promo setiap event pasti ada apalagi misalnya kaya hari belanja nasional 11.11 12.12 kita pasti ikut dan kita juga sering aktif banget klo ada event event atau acara, sekarang kan lagi musim ya festival musik setelah pandemi kan banyak banget, kita bahkan mendapatkan tawaran sponsor nah itu juga salah satu eee schedule plan dari ms cosmetic untuk bisa mengikuti event event.

17. Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh MS Cosmetic?

pada intinya sih kita semua ee strategi pemasaran kita jalankan baik yang digital online maupun offline ya, e yang digital online itu ya media sosial kita, media sosial para influencers, kol kemudian juga di berbagai media platform deh pokoknya tiktok eee youtube, segala macam ya secara digital, terus juga ada yangg eee secara offline kita pasang di billboard, di kereta, kemudian juga ikutin event offline tadi, itu juga termasuk salah satu strategi pemasaran kita.

18. Para pengguna yang ingin membeli ms cosmetic melalui media apa?

untuk saat ini ms cosmetic masih full online jadi biasanya klo orang yang mau membeli produk kita itu langsung ke e commerce mencari seller resmi kita untuk mencari produk ori dan bukan tiruan.

19. Untuk bisa menaikkan penjualan apa yang dilakukan oleh tim?

kalo dari strategi marketing sih udah pasti ya, kita bicara dari sudut pandangnya KOL kita gunakan kol atau influencers yang sedang viral saat ini, contoh terakhir saja yang kita baru jalin kerjasama sama bunda corla, dan itu terbukti saat bunda corla memegang produk kita, para penonton bunda corla jadi penasaran dan penjualan langsung meningkat saat itu juga.

20. Komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh ms cosmetic untuk mempertahankan brand awareness?

strategi marketing yg udah berjalan sebelumnya tetap kita pertahankan ya kaya baik secara media sosial yang digital, promo abcd ikut harbolnas apa itu tetap ada, diisi event-event yg situasional kaya kemerdekaan, hari ibu, atau apa valentine itu juga kita pasti ada, rencana kedepannya atau evaluasi nah selebihnya mungkin kita berusaha kedepannya menjangkau apa yg sebelumnya belum pernah kita jangkau mungkin sedikit sedikit kita akan coba masuk ke retail ee dan lain sebagainya yang mungkin masih dalam pembahasan yang belum bisa kita ungkap secara detail.

21. Rencana penjualan apakah sudah mencapai sasaran?

saya rasa ya sampai saat ini sudah mencapai dengan sasaran yang telah ditentukan

22. Apakah rencana ini telah sesuai? dengan pelaksanaannya

rencana yang dibuat sudah sesuai ya tentunya iya, cuman memang pasti ada kebutuhan kebutuhan lain yang dadakan memang harus dipenuhi jadi ee apa yang sudah direncanakan itu tercapai tapi sebenarnya ada kebutuhan tambahan yang memang harus dipenuhi juga jadi ibaratnya , misal kita ada 10 plan tapi saat menjalankan ternyata jadinya total ada 15 plan karena memang harus ada plan plan lain yang untuk melengkapi plan plan yang sudah kita buat sebelumnya.

23. Bagaimana rekap penjualan, apakah sudah sesuai dengan rencana tersebut atau sudah tergolong meningkat atau mempertahankan untuk stabil? (17.30)

bicara soal penjualan di akhir tahun sebenarnya ini bagian sales banget yah yang mengetahuinya ya karena kan saya dari divisi public relations juga tidak mengetahui detail terkait angka penjual, tapi kalau bicara secara keseluruhan saat monthly meeting menunjukkan angka yang baik.

24. Apakah ada tambahan testimoni produk ini?

penambahan testimoni itu pasti ada karena setiap orang belanja di e-commerce itu memang tidak aktif ya tapi pasti ada yang meninggalkan testimoni di kolom komentar dan rata-rata memang semuanya positif, kenapa saya bilang gitu karena terbukti saat melakukan event offline pun banyak sekali yang, ibaratnya puas dengan event produksi dari nail polishnya ini, dan ini terbukti karena dia menjadi salah satu produk yang best-sellernya ya, product hero-nya lah kalau istilahnya begitu.

25. Rencana marketing dalam meningkatkan brand awareness produk peel-off nail polish?

di awal tadi kita sempat singgung ya penggunaan atau pengoptimalan media sosial kalau kita bicara brand awareness mungkin marketing cosmetic kebutuhan brand awarenessnya tidak seperti saat kita pertama kali launching yang membutuhkan secara ekstra ya, sekarang marketing sudah lumayan dikenal, jadi mungkin untuk upaya meningkatkan awareness tidak lagi harus 100% optimal, jadi mungkin bisa skrg hanya 50%/40% karena kita fokusnya sekarang benar-benar ke penjualan, karena marketing pun ya itu tadi, sudah cukup dikenal, dan orang juga udah banyak tau ini juga udah banyak terbukti dengan banyak kerja sama yang kita lakukan dengan pihak-pihak diluar sana dengan coffee shop, event festival music, dan lain sebagainya jadi bicara soal... sih udah lumayan gitu.

26. Rencana 2023?

Rencana baru sih pasti ada, ee terutama produk-produk yang akan dilaunching, ee akan dirilis lagi yaaa ee, contoh aja baru ee kita launching itu adalah varian terbaru sheet mask MS Cosmetic, sebelumnya udah ada empat nia ee ceramide, salmon dna, hyaluronic acid, sama marine collagen. Nah sekarang kita tambah sheet mask rethinol.

27. Apakah akan ada trik baru dari tim public relations?

Trik sih untuk eentrik yang ini ee akan sambil berjalan juga yaa melalui tim mungkin apa yang harus kita eee penuhi yang kita coba eee jangkau yang sebelumnya belum terjangkau ya dari triknya, cuman yaa lebih ke mempertahankan aja sih gitu dari trik yang udah ada sekarang seperti publikasi lewat media, medianya pun tidak hanya media yang media online yang media berita nasional, mungkin media seperti yang ada di Instagram, kemudian juga platform media sosial Instagram masing-masing. Dan lain sebagainya.

Informan Utama

Nama : Mira Gelsa

Jabatan : Staff of Media & Public Relations

1. Sejak tahun berapa MS Cosmetic berdiri?

MS Cosmetic itu berdiri itu tahun dua ribu dua puluh, eee itu pas apa sih pas pandemic ya heeh, pas pandemic dari duaribu dua puluh, ee mulai berjalan sih beroperasi memproduksi semuanya.

2. Bagaimana Sejarah MS Cosmetic bisa berdiri selama 2 tahun ini?

Sejarah nya ee ini sih aku juga gaa patokan banget mungkin karna memang ibu maharani itu ee sebebelumnya sudah pernah mempunyai untuk

skincarenya nih yaitu ms glow, nah mungkin dia melihat peluang lagi untuk membuka eee apa namanya ee mengembangkan produk kosmetik yang memang di duaribuduapuluh tuh produk kosmetik lokal terutama memang masih jarang kan, akhirnya dia mengembangkan atau membuat produk kosmetik yaitu dengan nama MS Cosmetic. Dan pertama tuh klo gasalah produknya tuh ada JJ Glow yang memang favorite banget dan populer di distributor, seller-sellernya ms glow gitu.

3. Apa saja produk MS Cosmetic?

Produk ms cosmetic itu yang pertama ada jj glow, jj glow itu moisturizer yang digunakan di muka maupun di body, terus ada juga cushion namanya ultra moist cushion dan itu ada dua shade, ada light sama medium. Terus ada namanya hay to shine atau bedak tabur, e hay to shine itu dia ada dua shade juga ada ivory sama medium dan juga ada untuk oily to matte untuk yang mukanya berr apa namanya sih, eee berminyak nah bisa tuh pake itu. Terus ada namanya sexy glam matte, atau lip matte, nah lip matte atau yaa lip matte itu kita ee sekarang punya delapan shade, ee satu sampe tujuh itu memang ee dikeluarkan ee untuk ms cosmetic yang memang ms cosmetic berdiri sendiri dan shade yang kedelapan kita kolaborasi dengan janji jiwa, yang memang apa sih variasi warnanya atau ada aroma kopinya. Terus ada jugaaa aku lupa, eyeliner eyeliner itu perfect show namanya terus ada juga eyebrow eyebrownya kita punya dua shade ada grey sama brown, terus ada lagi kita punya nail polish naah nail polishnya itu kita punya ada sembilan. Delapan itu yang ada varian warnanya dan satu itu yang top coatnya yang bening karena itu buat melengkapi e supaya nail polishnya biar bagus. Terus ada produk lip serum kita punya namanya hay shine, eh super shine lip serum itu untuk merawat bibir biar tidak pecah pecah. Kita juga punya eye serum juga buat memperpanjang bulu mata, apa namanya si memperlebat alis juga, terus ada apalagi yak u lupaa, eee terakhir ee ga terakhir juga sih ada produk yang paling baru it ums cosmetic ngeluarin sheet mask. Sheet masknya ada 4 varian ada marine collagen, ceramide

hyaluronic acid sama satu lagi salmon dna itu yang paling populer. Eee apa lagi yaa kayanya sama eyeshadow namanya seminyak tonight dan yang terakhir itu ada namanya cleansing balm, tapi memang ee produknya emang agak itu sih, tidak terlalu banyak.

4. Tanggal berapa produk peel off nail polish diluncurkan?

Untuk tanggalnya aku sih belum engga begitu tau yaa, untuk tanggalnya kapan, sebentar, nail polish ms glow ee ms cosmetic ya. Aku kurang tau sih kapannya.

5. Siapa saja target pasar dari produk peel off nail polish?

Peel off nail polish itu targetnya yang pasti woman ya mm perempuan itu dari ee teenager dari sma ee smp mungkin ada yang udah pake, tapi lebih ke sma ke ibu ibu, heeh.

6. Apakah peel off nail polish ini aman digunakan untuk anak-anak?

Digunakan untuk anak anak ee anak anaknya yang umur berapa ni misalkan sepuluh tahun ke atas, untuk pemakaian nail polish sendiri aman karna kan sudah bpom ee apa namanya si ingredisiannya juga aman lah buat bumil juga, apalagi buat anak anak, dan in ikan nail polishnya dia peel off kan jadi dia apa si engga enggaa ngebuat apa si bahan-bahannya itu ga ngerusak kuku gitu.

7. Apa tujuan pembuatan produk peel off nail polish? Karena ms glow sudah terkenal denagn skincarenya.

Okee ee mungkin untuk produk produk lain ee nail polish itukan banyak tapi di ms cosmetic sendiri kenapa kita mengeluarkan produk ini karna melhat biasanya nail polish itu ka agak susah tuh atau ee apa namanya sih cat kuku itu kan agak susah untuk penghapusnya atau misalkan untuk gonta gantinya, nah ini dibuatlah invoasi dari ms cosmetic nail polish yang peel off dan halal da waterbased juga jadi buat kita yang mungkin muslim nah itu kalua misalkan memakai bisalah buat solat, atau mungkin kalian masih ragu ragu bisa langsung di copot, misalkan kalian abis event, udah

waktunya solat tapi kita masih pake kuteks disebutnya kuteks nah kita bisa peel off itu pakai ms cosmetic gitu.

8. Berapa harga dari produk peel off nail polish ini dan ada berapa warna pada produk ini?

Harga satuannya itu ee lima puluh Sembilan ribu, lima puluh Sembilan ribu untuk berapa milinya ini oo ini cuman 6 ml.

9. Apa kelebihan dan keunggulan dari produk peel of nail polish ini? (9.20)

Keunggulannya warna-warnanya tuh nude ya maksudnya yang ga terlalu eee yaaa pokoknya masuk ke semua skintone orang Indonesia maupun juga orang luar nah itu masuk semuanya warna-warnanya bagus banget nah terus juga kalau misalkan kalian gapengen pake topcoat pake warnanya aja bisa di peel off juga waterbased juga terus apa lagi ya banyak, halal itu pasti dan BPOM.

10. Bagaimana langkah pertama dalam mengenalkan produk peel off nail polish ini? Apakah dengan gimmick atau promo atau brand ambassador?

Waktu itu sih eem menggunakan brand ambassador yang memang disinikan kita menekankan nail polish ini tuh halal, dimana brand ambassador kita mencari yang memang berhijab ya, kaya seperti si Saskia sungkar, kiran sungkar itu pas launching produknya. Terus ee ada promo juga ee dan untuk gimiknya yang lain eem memang kita berbeda dari yang lain dan kita nail polish pertama yang menginformasikan kalau ini tuh bisa peel off gitu dan juga halal untuk solat. (11.05)

11. Setelah produk peel off nail polish ini di launching, bagaimana respon dari masyarakat?

Oke responnya sangat positif banget dan masyarakat sangat menerima untuk produk ini dan ini juga produknya pas pertama kali launching langsung banyak yang pembelian bahkan sold out juga gitu.

12. Ada evaluasi setelah produk ini di launching?

Hmm oke untuk evaluasi mungkin ee bisa menambah warna baru, heeh memungkinkan sekarang udah berani ya, jadi bisa keluar dari warna nude,

kaya ada tambahan lagi warna biru atau apa, yang memang sesuai dengan kuteks ya kuteks yang bisa kita e apa yaa kita banyak cari tuh warnanya.

13. Selama bekerja disini, kendala tersulit apa yang pernah dialami dalam membangun brand awareness produk peel off nail polish? (12.05)

kendala tersulit, okey kendala tersulit sebenarnya e apa ya dalam hal mencari brand ambassador yang cocok untuk produknya, itu yang ee paling sulit sih maksudnya yang benar benar produk ini mencerminkan ee brand ambassador ini mencerminkan dari produknya. Misalkan kaya nail polish ini kan ditekankan halal terus apa namanya bisa dipakai untuk sholat berarti kan kita harus mencari brand ambassador yang mungkin muslimah, berhijab yang memang mencerminkan oo ini memang benar benar halal, tidak menutup kemungkinan yang tidak berhijab juga sih, tapi tetap menekankan itu. Dan juga untuk ee apa yaa promosi juga kita harus mencari tau ee produk yang sama dengan kita seperti apa promosinya dan juga diskonnya sih, dalam hal marketing ya.

14. Apakah penjualan tergolong stabil atau naik turun? (13.17)

Untuk peel off iini sih stabil sih ehmm untuk selama aku bekerja ya lumayan stabil untuk penjualannya.

15. Bagaimana cara perusahaan menyusun kiat kiat dan tips ningkat brand awareness

Tipsnya oke ee yang pertama kalo tadikan mencari brand ambassador kita harus mencari ee apa ya seorang atau public figure yang memang mempunyai value di mata masyarakat, yang bisa membangun selain nama brandnya dan juga produknya itu benar benar harus selektif pemilihannya, gitu tidak hanya asal tunjuk aja, karena brandnya itu berkembang atau brand itu dikenal juga karena adanya seorang brand ambassador. Selain juga memang produknya yang bagus dan juga masalah promo sih atau

diskonnya yang pasti kita harus memiliki satu orang brand ambassador yang memang mencerminkan brand ini gitu.

16. Apakah terdapat schedule plan dalam meningkatkan brand awareness?

Yaa yang pasti sih kita sebulan sekali ada evaluasi atau monthly meeting ya, dan juga kalau memang kita ada event selama satu bulan itu pun kita juga harus ada meeting dan persiapan. Evaluasi juga dilakukan setiap event.

17. Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh MS Cosmetic?

Oke kalau untuk pemasarannya kita memakai omni channel ya, ee selain memakai media sosial kitakan terkenal, atau ms glow kan dikenal ee melalui, namanya reseller kita ada distributor da reseller ada agen, ada member nah promosinya memang lebih ke jor-joran sih di sosial media, terus juga kita sering ada seminar bareng reseller atau distributor, supaya mereka juga ee apa namanya membantu untuk melakukan penjualan dari produk itu.

18. Para pengguna yang ingin membeli ms cosmetic melalui media apa?

Kalau untuk pembelian bisa langsung ke reseller resmi ms cosmetic dan itu bisa dilihat dari website kita di ms cosmetic ataupun di Instagram. Kalau untuk sellernya itu biasanya mereka buka store juga di setiap daerah, jadi ada offline ada online. Kalau onlinenya mereka buka di shopee atau Tokopedia atau Instagram mereka, mereka juga punya sendiri instagramnya jadi bisa kunjungin aja di platform media sosialnya mereka, yang mereka buat. Kalau offlinenya mungkin temen-temen ada di suatu daerah misalkan di daerah semarang atau apa bisa dicari aja reseller terdekatnya gitu.

19. Untuk bisa menaikkan penjualan apa yang dilakukan oleh tim?

Oke kalau untuk meningkatkan penjualan biasanya sih ee yang pasti kita ada yang namanya brand awareness atau ikutin event, jadi sponsorship atau mungkin kita ee ikutin apa ya namanya seminar juga sama reseller reseller, biar mereka juga tau gimana caranya meningkatkan penjualan, kita ngadain seminar gitulah. Dan juga kita sering ada promo di ee kaya shopee kan punya apa sih setiap bulan ada tuh namanya ee flash sale 1.1 misal di januari tanggal 1.1 february tanggal dua, nah itu disetiap tanggal itu ada promo di setiap tanggal dan juga kita sering ee mengadakan live jualan juga, kalau untuk reseller kita infokan mereka bisa live di tiktok atau di shopee juga bisa.

20. Rencana komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh ms cosmetic untuk mempertahankan brand awareness?

yang pasti eee yaaa klo misalkan kita klo sekarang kita lagi mau ada program ke sekolah sekolah, ke sma yang memang anak anak sma kan sudah butuh kaya kosmetik atau skincare ya, kita merambah kesitu ke sekolah dan juga ke kampus kampus, kita promo melalui kegiatannya mereka, kita menjadi sponsorship disitu dan juga kita buka booth, melakukan eee penjualan disitu agar mereka jugaa ee tau produk dari ms cosmetic dan juga mungkin kalau mereka tertarik mereka bisa beli langsung di boothnya.

21. Perencanaannya berarti melalui pembukaan booth dll ya?

iya betul untuk brand awarenessnya seperti itu.

22. Dalam meningkatkan si peel of nail polish gimana?

untuk meningkatkan brand awareness kita jugaa endorse, itu juga termasuk endorse ke influencers atau KOL terus intinya ke influencers yang mereka antusias dengan produk kosmetik, atau sering mereview kosmetik, nah kita pasti mencari eee influencers yang seperti itu agar mereka bisa mereview produk kita, dan masyarakat bisa tau produk nail polishnya sendiri. Baik di

instagram, influencers di instagram ataupun di tiktok ataupun media sosial lainnya.

23. untuk influencersnya sendiri apakah ada kriteria tertentu?

Untuk influencers sendiri yang pasti karna ini produk kosmetik, ee hal pertama yang kita cari ya memang mereka yang antusias dengan produk kosmetik, karena pastinya e para followers mereka itukan suka dengan kosmetik dan pasti akan membeli, tapi uuu ga menutup kemungkinan juga kita melihat e kol atau influencers yang memang sedang viral eee balik lagi ee ya pastinya kita cari hal itu, tapi lebih banyak ke beauty enthusias sih.

24. Peel off nail polish ini produk favorit atau bukan?

Nail polish ini lumayan favorit sih, kalau misalkan kita ikut event ya, event apa namanya event kayaa jakarta x beauty kemarin atau female daily kemarin, event event kosmetik atau kecantikan itu lumayan favorit di masyarakat untuk membeli produk ini. Selain memang harganya terjangkau, dan warnanya juga favorit juga dan bagus juga sih, karna memabg eee si nail polish ini peel off kan, orang juga jadi engga repot repot untuk menghapus apa namanya sih, si kuteksnya ini, engga perlu cari aseton ya namanya kaya gitu sih.

25. Rencana penjualan, apakah sampai saat ini sudah capai sasaran?

Sudah sih sudah lumayan mencapai sasaran ya karna orang juga udah tau tentang nail polishnya kita.

26. Untuk rencana kedepannya apa evaluasinya?

Evaluasi lagi, ehmm mungkin apa ya, selain mempertahankan hal-hal yang udah kita lakuin sih ya, kita juga perlu memperbanyak kerja sama dengan produk lain juga sih, kaya misalkan kita punya produk kaya sexy glam matte, kita pernah berkolaborasi dengan e produk kopi, memang sexy

glam matte itu dipilih ada varian kopi jadi kita kolaborasi dengan janji jiwa, ataupun evaluasi yang lainnya kita harus lebih selektif memilih event sih, eee jadi tidak hanya ee event event yang kaya event musik atau apa kita juga lebih menekankan, vent event tentang kecantikan karna memang kan kita produk kosmetik dan kita selain awareness kita juga harus meningkatkan penjualan

27. Apakah ada tambahan testimoni produk ini?

Testimoni sih sejauh ini positif ya, untuk produk ini, produk nail polish dan juga memang banyak yang cari juga karna memang dari eee apa namanya sih dari produknya sendiri, ingredientsnya warna-warnanya itu oke oke jadi orang tertarik untuk membeli produk ini terutama nail polish ya. Siapa tau untuk packagingnya kita akan variasi eee berinovasi mengenai packaging, atau mungkin kita akan berkolaborasi dnegan brand lain juga yang sesuai dengan yang linier lah sama kita gitu.

28. Tahun depan selain ada rencana pengeluaran warna baru untuk nail polish atau mungkin mscosmetic ada rencana baru apa di tahun berikutnya?

Pasti klo untuk event kita akan mencari eeee mencari lagi yang sesuai denga nee tujuan kita, sama paling menncari lagi apa ya, brand ambassador yang sesuai tema, bisa ee untuk nextnya mungkin kita bisa internasional, go internasional lagi, karena kita tahun ini juga sudah lumayan, produk kita sudah diket di ee diketahui banyak ornag luar selama di Malaysia juga kita punya reseller disana, di Vietnam juga, kemarin juga kita ada event di new York gitu.

Informan Pendukung

Nama : Selvia Megasari

Jabatan : Creative Marketing

1. Sejarah MSCosmetic, ms cosmetic berdiri sejak tahun berapa?

Dari tahun 2020 berarti sekarang jalan tahun, bukan jalan udah dua tahun.

2. Selama 2 tahun bagaimana sejarah mscosmetic berdiri, karena adanya pandemic yang melanda saat itu.

Ya, itu berarti balik lagi ke brandnya sih, berarti kan memang mscosmetic itu dari turunan brand ms glow, jadi ms glow sudah punya nama dari tahun 2016, kurang lebih sudah en-eit sudah 6 tahun, karena kemarin kita udah merayakan anniversary yang ke enam tahun itu. Nah setelah itu ee memang ee tidak luput dari peranan ms glow juga, karena memang sudah mempunyai nama brand yang besar, tetapi juga dari kualitas produk yang memang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini, yaitu kaya eyeshadow kita, memang ee untuk di 2020 itu pas kita launching untuk semua produk produk kita, ternyata pasarnya ada, demandnya ada, jadi memang sampai saat ini kita juga sudah mengeluarkan beberapa produk sampai saat ini total sekitar 8-10 yang sudah rilis ee rilis di pasaran dan itu sudah diterima oleh masyarakat.

3. 8-10 produk yang tadi disebutkan ada produk apa aja?

Ada jj glow, ada nail polish yang memang ada 8 shadenya terus juga ada eyeshadow palette yang namanya seminyak tonight, terus ada sheet mask juga walaupun itu kategori skincare tetapi kita brandnya brand endnya itu dibawah mscosmetic, terus ada e loose powder, kita juga loose powdernya ada dua jenis yang e dimana itu untuk yang tidak berminyak dan yang untuk , untuk kulit normal. Jadi emmang dia hanya kebutuhan untuk satu kulit aja tetapi berbagai jenis kulit juga. Terus kita ada eye series juga selain si eyeshadowitu yaitu eyeliner dan eyebrow, terus kita juga ada sexy glam matte dengan 8 shade lip matte yang bagus banget dari shade 1 sampai shade 8 dan di shade 8 ini, yang kita Kerjasama kolaborasi dengan janji jiwa. Terus ada lip serum juga, lip serumnya juga bagus banget, karena itu juga selain untuk bibir pecah pecah, dia juga bisa membuat pinkish bibir yak lo memang penggunaannya rutin, terus satu lagi itu juga ada cushion kita yang memang bagus banget ee itu ada dua jenis juga yang medium dan light, terus ada eemm serum untuk bulu mata dan juga alis gitu.

4. Produk peel off nail polish tanggal berapa atau tahun berapa produk ini diluncurkan?

Hahaha lupa lupaa, kalo gasalah sih 2021 aku inget banget, karena memang Ketika kita luncurkan itu, produknya langsung meledak dipasaran karena kita nomor 1 yang memang sekitar 5-10 detik nail polishnya bisa

langsung kering, karena diakan tipenya yang peel off dan wudhu friendly kaan, setelah itu kita dapet rekor muri dengan penjualan terbanyak itu dan juga untuk produk yang paling cepat keringnya gitu, setelah dapet eee apa namanyaa muri, kita juga dapet label halal dari MUI untuk semua produk produk kita baik ms cosmetic dan ms glow dan juga brand turunan lainnya ms glow kids.

5. Siapa saja target pasar peel off nail polish ini? (04.15)

Ya tentunya memang karna dia wudhu friendly yah, automatically sih yang kita targetkan adalah perempuan muslim gitu, karena em mereka kan perempuan identic dengan harus cantik yah gitu, jadi supaya ga repot repot saat mo solat itu harus pake aseton dulu karena kan ada beberapa factor mereka gabisa menggunakan aseton yaitu alkoholnya tinggi kan jadi memang kita keluarkan ini berdasarkan hasil riset di lapangan.

6. Apakah produk ini aman digunakan untuk anak anak?

Eee waktu itu kita sudah lakukan ini ya berdasarkan dari product development kita juga e sudah menginformasikan untuk kandungannya memang aman, tapikan kita harus monitor anaknya takutnya kan nanti dimakan yesss gitu, jadi harus memang untuk penggunaan luar, malah ini penggunaan luar maksudnya memang harus dimonitor karna memang hanya untuk kuku aja sih.

7. MS Glow sudah terkenal dengan skincare, tujuan peel off nail polish ini diluncurkan?

Yaa karna kan untuk penampilan ee tidak hanya untuk wajah saja, tetapi body care juga penting gitu, nah body care itu kan juga termasuk kedalam kaya untuk kuku, yakan kakinya, ee untuk ee rambutnya sebenarnya body care ga ya, eh engga sih sebenarnya yah haha, nah untuk itu sebenarnya kenapa kita keluarkan e produk si nail polish ini karna memang objektifnya adalah perempuan harus bisa cantik keseluruhannya, dari atas sampai bawah mereka harus terlihat sempurna gitu.

8. Harga dari produk peel off nail polish ini berapa? Dan berapa ml ukurannya?

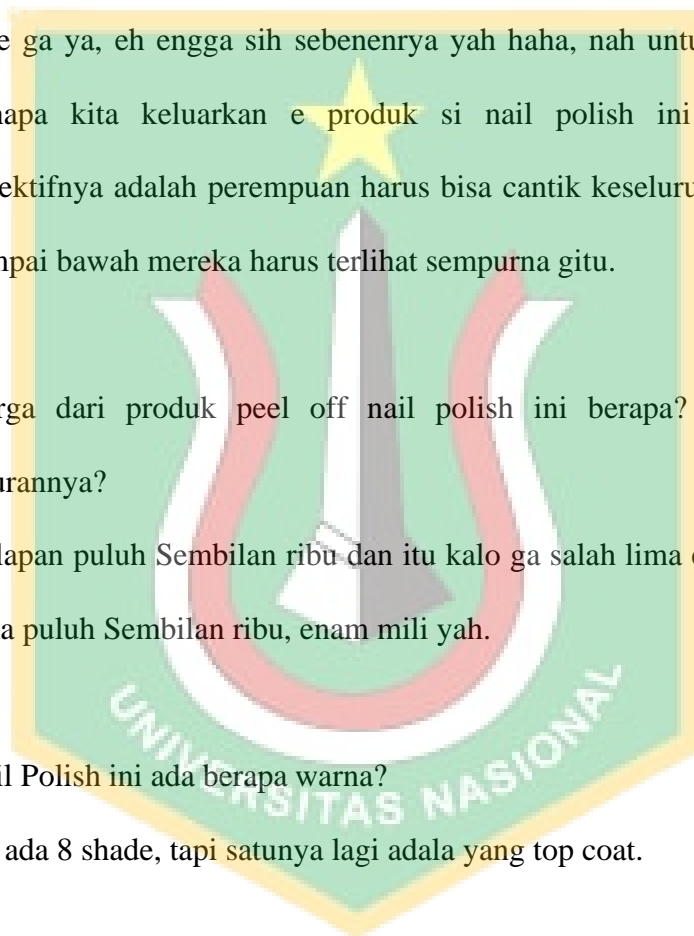
Delapan puluh Sembilan ribu dan itu kalo ga salah lima enam ml yaaa, eh lima puluh Sembilan ribu, enam mili yah.

9. Nail Polish ini ada berapa warna?

Oh ada 8 shade, tapi satunya lagi adala yang top coat.

10. Kelebihan dan keunggulan produk peel off nail polish?

Eee yang jelassih affordable yah, maksudnya harganya terjangkau dibanding dengan brand-brand yang lain dan juga kualitasnya eee engga kalah jauh dari brand yang ternama yang kita gaboleh sebutkan lah yaa



tapi sebagai pembanding aja dia ini memang lebih bagus daripada brand brand yang lain gitu.

11. Untuk langkah pertama dalam memperkenalkan produk peel off nail polishnya bagaimana?(07.30)

Pertamanya kita memang launching, launching dengan dibidang besar-besaran ga besar-besaran juga karna kan memang sudah dari ms glow, orang juga udah ee kenal untuk produk produk ms glow jadi lebih memudahkan kami dalam emmasarkan brand ini, walaupun memang ms cosmetic terbilang baru kita masih melakukan step step dimana harus menjadi brand top of mind, menjadi objektif untuk semua brand ya gitu yang harus selalu diingat oleh masyarakat umumnya Ketika mereka inget peel off nail polish mereka harus inget produk dari mscosmetic gitu. Nah langkah langkahnya si sampai saat ini harus tetap sustain walaupun di awalnya dengan satu juta penjualan di awal tahun perilisannya meledak dan juga tetap butuh maintain untuk awarnessnya juga, makanya setiap bulannya itu kita selalu monitor dengan kerja sama dengan. Kerjasama dengan influencers atau kol gitu. (08.46)

12. Bagaimana respon masyarakat setelah produk ini diluncurkan? (08.50)

Yak kita tahun ini dari awal tahun sampai akhir tahun kita sudah melakukan berbagai offline activity, offline event jadi dari Jakarta luar kota medan yang kita ikutin jakartaxbeauty medanxbeauty bahkan kita

sampai go internasional di Malaysia kuala lumpur, di pameran Mihas itu, ke Malaysia international halal exhibition klo gasalah namanya ya, nah ternyata setelah hasil riset kami atau hasil eee apaa bukan review sih hasil result, resultnya dari event tersebut produk yang paling banyak terjual adalah nail polish, apalagi Malaysia kan penduduknya kebanyakan ini yah mayoritas muslim seperti di Indonesia.

13. Selama bekerja di perusahaan ini, ceritakan kendala tersulit MS Cosmetic terutama dalam brand awareness produk peel off nail polish ini

Pasti ya karna kan gini ya setiap tahun itu atau bah bukan setiap tahun bahkan, setiap bulannya pastinya kita kan harus monitor ya, media monitoring dan juga monitoring pasar, apasih kebutuhan pasar yang paling banyak dicari dan pasti setiap brand melakukan hal tersebut, dan juga memang ck ada kendala kendala yang kita hadapi seperti kompetitor yang memang bermunculan untuk produk produk lokal yang tidak kalah menariknya menarik untuk promosi mereka misalnya banting harga atau segala macam lainnya itu dimana perannya marketing untuk mentakle hal-hal tersebut semisal kita oper untuk eee unit selling point dari produk produk kita tuh bisa melebihi dari mereka, jadi masyarakat bakal apa namanya tuh shopper shopper, customer kita untuk repeat order ke kita gitu.

14. Bagaimana cara untuk para customer tetap repeat order karna penggunaan nail polish dengan jangka Panjang?

Yak penduduk Indonesia ini kan kalau tidak salah sampai saat ini 220jt yah dengan penjualan satu juta kita harapkan bulannya ee selalu ada pengguna baru maupun yang loyal, apalagi kan ini memang produk yang sebenarnya fast moving ya karna memang penggunaannya setiap hari dan dia bisa cepat peel off gitu, lepas pakai lepas pakai, jadi memang kalau dibidang produk ini lama terjualnya sih enggak ya secara e seccara apa namanya period timenya gitu, jadi menurut saya masih optimis untuk menjual lebih dari puluhan juta di tahun depan target kami.

15. Ada top of mind, bagaimana cara untuk mencapai top of mind tersebut?

Yak itu yang kita lakukan setiap harinya branding dan juga strategi marketing yang kita lakukan tertata, jadi apa yang menjadi kekurangan di quartal pertama semisal kita memakai influencers yang tidak cocok gitu, eee tidak sesuai dengan target followers ataupun eee iya followersnya mereka lah dari engagement yang mereka berikan ke mscosmetic ee ke produk ini.

16. Adakah contoh branding lain untuk nail polish?

Kita bikin konten sih karena sekarang yang paling trending adalah ee penggu .. aplikasi tiktok jadi dimana itu adalah kesempatan yang besar banget untuk kami untuk mencapai awareness yang lebih lagi, kalau sekarang apa sih namanya itu mattricks, bukan mattricks behaviornya

tiktok apa namanya itu eee apa namanyaa itu, kalau di meta tuh, eee pencariannya itu jadi setiap kita mencari apa eee itu sudah Ketika orang orang mencari apa konten itu lah yang menjadi landasan atau pondasi supaya brand untuk lebih dikenal lagi.

17. Dari tim marketing apakah mengetahui target penjualan nail polish?

Untuk marketing kita gatahu sih ya karna itu balik lagi ke sales sih

18. Setiap hari pasti ada schedule plan, untuk ms cosmetic schedule plan untuk meningkatkan brand awareness sendiri apa sih?

Yak kita harus punya editorial plan yang untuk sosial media kita aktif, gitu sih baik misalnya daily post maupun kita iklankan dengan promo promo yang eeehm misalnya special event 11.11 hari harbolnas atau payday sale gitu sih jadi ada dua strategi itu yang biasanya kita ya tiap bulannya itu pasti harus ada tapi kadang kan misalnya nih eee untuk hari natal atau tahun baru gitu kan pasti ada special promo juga baik untuk seller kita maupun untuk endorsement gt untuk hari hari spesialnya.

19. Pemasaran seperti apa sih yang dilakukan oleh mscosmetic?

Kita pasti harus three sixty ya three sixty campaign yaitu dimana tidak hanya atl atau above the line atau below the line juga sudah kit alakukan dan tpl through the line jadi atlnya jalan, kita juga ehm memasarkan tv juga tetapi tidak tiap hari gitu, kita special moment, special campaign aja,

dan below the line seperti yang tadi saya sampaikan eee dari awal tahun sampai akhir tahun ini kita ada event dan itu juga memang hasil atau result dari pasar itu sangat baik, through the linenya itu melalui digital gitu.

20. Untuk para pengguna yang ingin membeli produk peel off nail polish membeli melalui apa?

Ada offline dan online, kalau offline mereka membelinya melalui seller seller resmi ms glow ya pasti mereka eee jga barangnya ready gitukan karna setiap dua minggu sekali mereka repeat order gitu, dan di seller seller mereka tentunya punya platform online shop entah di shopee Tokopedia terus ee di jd dot id terus di blibli dot com gitu kita juga punya official store juga tapi memang eee disitu jarang banget promosi karnakan promo bukan jarang banget promo, promonya hanya ada di special special day aja.

21. Untuk bisa meningkatkan penjualan apa yang dilakukan oleh tim?

Eeee saya rasa semua brand pasti melakukan sudah melakukan semua itu, tapi balik lagi untuk develop produknya yah, karna ini baru juga dua tahun mungkin akan kita akan develop lagi dengan eee shade terbaru mungkin yang akan keluar, ataupun ee bentuk packaging yang baru, karna memang setiap brand setiap produk itu paling aman setiap tiga tahun sekali mengganti packaging baru, itu yang sedang kita lakukan untuk menuju kesana sih ada strategi itu juga.

22. Perencanaan komunikasi seperti apa yang dilakukan untuk mempertahankan brand awarenessnya?

Tentunya unique selling pointnya sih, apa yang membedakan kami dengan brand brand lain, semisal dengan penggunaan ee konsep atau tagline yang kami bawa your base daily make up dimana kan emmang daily make up itu untuk kebutuhan instant make up bukan make up yang berat dan itu memang lebih banyak pasarnya untuk pekerja kantoran, mahasiswa ataupun bahkan untuk anak anak pelajar sekolah, karna kan kita punya lip serum itu kan.

23. Untuk cara MS Cosmetic meningkatkan peel off nail polish bagaimana?

Tentunya dengan melakukan iklan yang tadi, dan juga event, event kan tidak hanya berjualan aja kita juga memberikan kesempatan para pengunjung untuk mencoba artinya dalam produk brand experience atau product experience yang kami lakukan untuk grab pasar baru atau customer baru melalui event tersebut. Jadi itu bisa potential sebagai calon customer, loyal customernya kami, mereka mungkin tidak membeli saat itu tapi nanti bisa nanti di waktu tertentu mereka bisa beli gitu.

24. Berarti menyediakan sample untuk para calon pembeli ya?

Yesss betul betul karena itu penting sih bagi sebuah brand

25. Rencana yang telah dibuat apakah sudah mencapai sasaran belum?

Untuk tahun ini memang sudah mencapai sasaran yang mana nih,

26. Sasaran penjualannya, kan ada sasaran penjualan dan target pasar.

Kalau berdasarkan hasil riset kami, ee kami juga baru tau di tahun ini yaa pengguna ms cosmetic ga hanya untuk yang nature atau 25 sampe 34 tahun, tapi ternyata untuk anak anak pelajar juga mereka pakai, itu berarti insight yang baru untuk kami, dan juga ini eee apa namanya ee menggiring kami untuk membuat ee produk baru yang memang sasarannya untuk remaja gitu.

27. Berarti ada rencana untuk membuat produk baru ya?

Yess pasti untuk semua brand harus melakukan hal tersebut.

28. Kedepannya untuk mencapai top of mind kira kira ada tambahan lagi atau enggak?

Eee sebenarnya marketing final itu setiap tahunnya kan bakal update terus dan juga social media trennya kan makin update ya dan itu gimana supaya kita eee bisa sustained artinya bertahan apalagi tahun depan itukan sudah ada isu krisis yaa, krisis ekonomi, jadi sebisa mungkin kita harus fight dengan kompetitor dengan brand brand lain sih, strateginya adalah tetep maintain yang sekarang, tapi juga harus di improve dengan kekurangan kekurangan tahun ini, untuk kekurangan kekurangannya gamungkin kita

kasih tau yeesss gitu tapi tetep aja harus re strategy dari tahun ini sih supaya tahun depan itu tidak terkena eee apa namanya krisis tersebut.

29. Untuk peel off nail polish ini sudah tergolong tproduk terfavorit atau ada produk favorit lainnya?

Yak tidak hanya nail polish sih, semua produk produk ms cosmetic sih semuanya favorit eee apa pemilik brand tentunya kan kita gamau mee cuman satu atau dua tapi memang berdasar berdasarkan hasil eee apa, masyarakat yang diterima masyarakat itu memang nail polish dan JJ Glow.

30. Untuk tahun depan rencana MS Comsetic ada apa sih?

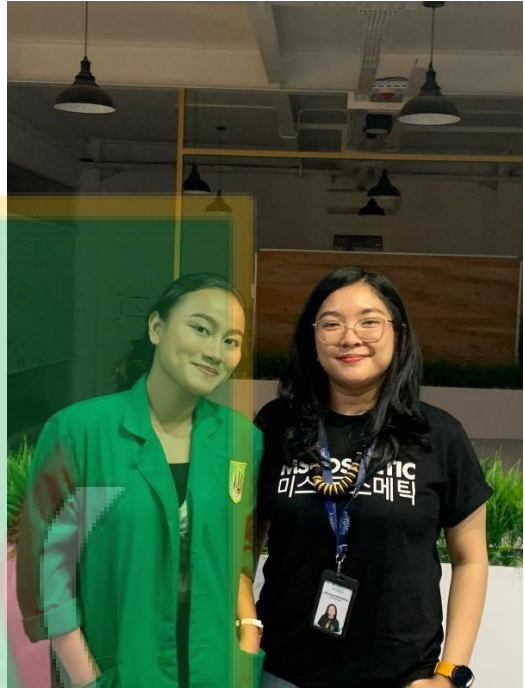
Tentunya kita banyak banget produk produk yang belum kita rilis, pasti emmang kita tunggu untuk jadwal perilisannya dengan momentum yang tepat gitu.

31. Adakah trik baru untuk kolaborasi dengan brand lain?

Yesss pasti pasti aka nada beberapa kolaborasi lagi seperti yang kita lakukan sudah tahun ini yaitu untuk eee janji jiwa untuk lipstick kopinya, tahun depan tinggal tunggu aja dengan siapa lagi kita akan berkolaborasi.

Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan Kunci, Informan

Utama dan Informan Pendukung



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Victoria Marchellina

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 12 Maret 2001

Agama : Kristen

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. Kayumanis 1 Lama RT. 011/ RW. 008
Palmeriam, Matraman, Jakarta Timur

Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara

Nama Ayah : Dominggus Belly Patty

Nama Ibu : Henny

Status : Belum Menikah

No Telpon : 087772854600

Email : vmarchellina61@gmail.com

Pendidikan Formal :

TK Kwitang III PSKD (2004-2006)

SD. St. Antonius (2006-2012)

SMPN 58 Jakarta (2012-2015)

SMAN 22 Jakarta (2015-2018)

Perguruan Tinggi Universitas Nasional (2019-2023)

BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA

SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Victoria Marchellina
NPM : 192516516071
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 12 Maret 2001
Alamat Rumah : Jl Kayumanis 1 Lama RT 011/RW 008
Palmeriam, Matraman, Jakarta Timur
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 087772854600
Alamat Kantor :
E-mail : vmarchellina61@gmail.com

Jakarta, 21 Februari 2023

Alumni,

Victoria Marchellina

Lampiran Hasil Turnitin



Submission date: 31-Jan-2023 08:46PM (UTC+0700)

Submission ID: 2003297636

File name: Victoria_Marchellina_Cek_Turnitin_1.pdf (2.2M)

Word count: 12133

Character count: 74669

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

17 %	17 %	3 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.univrab.ac.id Internet Source	2 %
2	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2 %
3	www.msn.com Internet Source	1 %
4	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	1 %
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1 %
6	123dok.com Internet Source	1 %
7	pdfs.semanticscholar.org Internet Source	1 %
8	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
9	www.jurnal-umbuton.ac.id Internet Source	<1 %

10	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
11	id.wikipedia.org Internet Source	<1 %
12	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.msocosmetic.id Internet Source	<1 %
14	karyailmiah.unisba.ac.id Internet Source	<1 %
15	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
16	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
17	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
20	docplayer.info Internet Source	<1 %
21	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %

22	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
23	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
24	repository.iiq.ac.id Internet Source	<1 %
25	www.parapuan.co Internet Source	<1 %
26	dokumen.tips Internet Source	<1 %
27	id.123dok.com Internet Source	<1 %
28	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
29	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
30	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
31	journal.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
33	www.flokq.com Internet Source	<1 %

34	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
35	repository.usbypkp.ac.id Internet Source	<1 %
36	publikasiilmiah.unwahas.ac.id Internet Source	<1 %
37	repository.ukwms.ac.id Internet Source	<1 %
38	www.scribd.com Internet Source	<1 %
39	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
40	journal.untar.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
42	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
44	siat.ung.ac.id Internet Source	<1 %
45	investor.id Internet Source	<1 %

46	jurnalmahasiswa.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
47	repository.unugha.ac.id Internet Source	<1 %
48	www.timesindonesia.co.id Internet Source	<1 %
49	adoc.pub Internet Source	<1 %
50	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
51	qoryannisawicita.com Internet Source	<1 %
52	repository.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On Exclude matches < 10 words
Exclude bibliography On

