



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *BRANDING* PRODUK *SKINCARE MOISTURIZER ACNE*
GONE GEL THE RIVER SHOP DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.IKom)

Viera Justicaviantie Mameta

163112351650090

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**SKINCARE PRODUCT BRANDING STRATEGY MOISTURIZER
ACNE GONE GEL THE RIVER SHOP ON INSTAGRAM SOCIAL
MEDIA**

THESIS

Submitted as One to Obtain a Bachelor's Degree in Communication Studies (S.Ikom)

Viera Justicaviantie Mameta

163112351650090

FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE

DEPARTEMENT COMMUNICATION SCIENCE

2022



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Viera Justicaviantie Mameta
NPM : 163112351650090
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne
Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 7 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Viera Justicaviantie Mameta
NPM : 163112351650090
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Branding Produk Skincare
Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop di
Media Sosial Instagram
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 25 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan,

Dr. Erna Ermawati, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Viera Justicaviantie Mameta
NPM : 163112351650090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne Gone
Gel The River Shop Di Media Sosial Instagram

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri, saya tidak mengcopy paste bahan-bahan tanpa pengakuan yang telah dipublikasikan sebelumnya yang telah ditulis oleh orang lain atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar pada Universitas Nasional maupun Universitas lain.

Apabila ditemukannya penyimpangan atau tidak kebenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat

Jakarta, 3 Februari 2023

Yang

an
Viera Justicaviantie M



FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Viera Justicaviantie Mameta
Nomor Pokok Mahasiswa : 163112351650090
Fakultas / Akademik : FISIP
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan (Advertising)
Judul Skripsi : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer
Acne Gone Gel The River Shop di Media Sosial
Instagram

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 1 Maret 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 25 Agustus 2023

Ketua Sidang : Yusuf Wibisono Sip. M.Si

Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati M.Si

Penguji II : Nursatyo S.Sos., Msi

Keterangan :

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Viera Justicavantie M

NPM : 163112351650090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne Gone
Gel The River Shop Di Media Sosial Instagram

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

UNIVERSITAS NASIONAL
DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang Yusuf Wibisono, S.p., M.Si

Pembimbing I/Penguji I D. Dwi Kartikawati, M.Si

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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal 01/03/2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Viera Justicaviantie Mameta
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop Di Media Sosial Instagram

<p>Kata kunci : merawat kulit, skincare, wanita, moisturizer, media sosial, Instagram, strategi, The River Shop</p>	<p>Pada saat ini merawat dan mempercantik diri juga wajah telah menjadi hal lumrah bagi masyarakat Indonesia terutama wanita. Demi menjaga penampilan dan kesehatan kulit, para wanita rela mengeluarkan banyak uang demi menjadikan kulit terlihat lebih sempurna dibalik cuaca di Indonesia yang sering berubah-ubah, membuat kulit menjadi kering dan tidak enak bila dipandang. Dikarenakan kulit wanita lebih cepat kering ketika terpapar sinar UV matahari, wanita lebih sering memilih produk untuk melembabkan kulit dan menjaga kulit agar tetap segar. Moisturizer menjadi salah satu produk yang diincar para wanita, karena selain melembabkan, moisturizer dapat menjaga kulit wanita, merawat skin barrier yang mungkin pernah telah terkikis akibat perawatan facial ataupun karena kosmetik. Salah satu moisturizer dengan harga terjangkau milik The River Shop menjadi trendsetter bagi para konsumennya. Media sosial menjadi salah satu platform tempat dimana para produsen menjual dagangannya, sebelum e-commerce terkenal, media sosial Instagram, menjadi salah satu tempat perusahaan atau produsen memulai bisnisnya dengan menjajakkan produk dengan promosi dan menggunakan strategi agar banyak konsumen melihat iklan mereka dan melakukan jual beli pada produk yang mereka jual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi dari onlineshop dalam menarik banyak peminat terhadap produk.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Nusatyo, S.Sos, M.Si.</p>



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRACT

Name : Viera Justicaviantie Mameta
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title : Skincare Product Branding Strategy Moisturizer Acne Gone
Gel The River Shop On Instagram Social Media

Keyword :	<p>At this time taking care and beautifying yourself as well as the face has become commonplace for Indonesian people, especially women. To maintain skin appearance and health, women are willing to spend a lot of money to make skin look more perfect behind the changing weather in Indonesia, making skin dry and unpleasant when viewed. Because women's skin dries faster when exposed to sunlight, women prefer products to moisturize the skin and keep the skin fresh. Moisturizer is one of the products targeted by women, because in addition to moisturizing, it can maintain women's skin, treat skin barrier that may have been eroded by facial treatment or by cosmetics. One of The River Shop's affordable moisturizers has become a trendsetter for its consumers. Social media became one of the platforms where manufacturers sold their merchandise, before famous e-commerce, Instagram social media, became one of the companies or manufacturers to start their business by promoting products and using strategies for many consumers to see their ads and make a purchase on the market. The wheel they sell. The purpose of this study is to find out how the online strategies of attracting many interested people to products.</p>
Advisor	Nursatyo, S.Sos, M.Si.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram”**

Pemilihan judul tersebut dilatarbelakangi oleh fenomena maraknya skincare yang dijual di Indonesia untuk merawat kulit juga menjaga kecantikan alami pada tubuh terutama wajah, yang dimana pada saat ini cuaca yang sering sekali berubah-ubah juga debu yang menumpuk di wajah mengakibatkan wajah menjadi kusam akibat sinar UV dari matahari.

Sehingga tidak jarang saat ini banyak produk skincare yang berlomba-lomba di launching dengan berbagai manfaat dan khasiat dan menarik para pelanggan untuk membeli produk yang dijualnya dengan brand yang berbeda juga cara membranding produk tersebut.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari banyak menemui kesulitan dalam menyusun skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak lepas adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih 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 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

4. **Dr. Aos Yuli Firdaus S.I.P., M.Si** selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 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 juga Dosen Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sangat sabar dari awal perkuliahan hingga saat ini penulis telah membuat dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap **Dosen Universitas Nasional**, terutama **Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi**, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa kegiatan perkuliahan di Universitas Nasional.
8. **The River Shop**, selaku online shop tempat penulis melakukan penelitian dan memperoleh data terkait tema skripsi penulis, yakni tentang Strategi Branding Produk Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram.
9. **Cecilia Arindra**, selaku informan kunci penulis atau owner daripada produk The River Shop yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan memberikan informasi data-data yang diperlukan oleh penulis dalam menyusun skripsi.
10. segenap **Admin The River Shop**, yang juga turut ikut membantu penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini, juga memberikan informasi yang penulis butuhkan.
11. **Orang tua**, Ibu Evie Aviantinie dan Nenek R.Tita Setiawati yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, semangat, dan memotivasi penulis baik secara moril dan materiil selama masa pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.

12. **Widiana Rizal Pamungkas**, yang selalu menguatkan, mendukung, memberi motivasi, dan selalu berada di sisi penulis untuk menemani penulis dari awal mengerjakan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
13. **ATEEZ** dan **Kim Hongjoong**, yang selalu menghibur serta memberikan semangat juga motivasi pada penulis lewat lagu-lagunya juga karya yang dibuat hingga penulis dapat semangat menyelesaikan skripsi.
14. **Nur Dania Firdaus**, selaku sahabat penulis yang selalu menyemangati penulis dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
15. **Fitri Nur Aisyah, Ade Aprilia Maesti, Loyyonda Putri, Shafira Khaerunissa dan Anitya Suhaemi**, yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan memberi motivasi pada penulis

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang terlibat dalam tahap pengerjaan dan membantu skripsi yang penulis buat, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini dan jauh dari kata sempurna, karena penulis hanya manusia biasa. Namun penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dan pihak-pihak berkepentingan. Juga membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 3 Februari 2023

Viera Justicaviantie M

DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Teori Brand	21
2.2.2 Media Sosial.....	28
2.2.3 Instagram.....	29
2.2.4 Skincare	30
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III.....	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Penentuan Informan.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	36
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.5.1 Triangulasi.....	38

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	39
BAB IV.....	40
4.1 Profil The River Shop.....	40
4.1.1 Makna Logo dan Makna The River Shop	44
4.1.2 Font dari The River Shop.....	45
4.1.3 Branding Produk The River Shop.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Strategi Branding Produk Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop di Instagram dan Media Sosial lainnya dan e-commerce.....	52
4.2.2 Pengalaman Konsumsi Konsumen Yang Diberikan Oleh The River Shop.....	65
4.2.3 Pengalaman Berbelanja Konsumen Pada Produk Moisturizer.....	68
4.3 Pembahasan.....	71
BAB V	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Kesediaan Dosen Pembimbing.....	85
Lampiran II : Surat Permohonan Penelitian Untuk The River Shop.....	86
Lampiran III : Hasil Turnitin.....	87
Lampiran IV : Transkrip Wawancara Informan Kunci, Arlindra Cecilia.....	88
Lampiran V : Transkrip Wawancara Informan 1, Zatul Aulia.....	91
Lampiran VI : Transkrip Wawancara Informan II, Hany Annisa.....	94
Lampiran VII : Transkrip Wawancara Informan III, Laila Hadi.....	96
Lampiran VIII : Transkrip Wawancara Informan IV, Sheilla Aranda.....	98
Lampiran IX : Foto Lampiran Informan.....	99
Lampiran Wawancara WhatsApp Informan I, Zatul Aulia.....	101
Lampiran Wawancara Direct Message Instagram Informan II, Hany Annisa...	103
Lampiran Wawancara Direct Message Instagram Informan III, Laila Hadi.....	105
Lampiran Wawancara Direct Message Instagram Informan IV, Sheilla Andara..	106



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Dunia 3

Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 3

Gambar 1.3 Profil Instagram The River Shop 10

Gambar 1.4 Facemist Zam-Zam The River Shop 11

Gambar 1.5 Sunscreen&Facemist (2in1) The River Shop 11

Gambar 1.6 Peeling Serum The River Shop 11

Gambar 1.7 Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop 11

Gambar 1.8 Hydrating Toner The River Shop 11

Gambar 1.9 Watermelon Facemask The River Shop 11

Gambar 1.10 Organic Mask The River Shop 12

Gambar 1.11&Gambar 1.12 Tekstur Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop 12

Gambar 1.13 Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop 13

Gambar 1.14 Moisturizer Hyalucera by The Originote 14

Gambar 4.1 Testimoni Produk Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop 43

Gambar 4.2 Testimoni Produk Facemist The River Shop 43

Gambar 4.3 Testimoni Produk Masker Organik The River Shop 43

Gambar 4.4 Testimoni Produk Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop 43

Gambar 4.1.1 Stand dari The River Shop saat mengikuti Bazar di Masjid Nuruzzam

Kampus B – Unair 47

Gambar 4.1.2 Pembagian brosur oleh admin The River Shop pada calon konsumen 47

Gambar 4.1.3 Pengambilan barang gratis minimal 1x pembelian di Bazar Kampus

B – Unair 48

Gambar 4.1.4 Konsumen yang membeli produk saat Bazar Kampus B – Unair 48

Gambar 4.1.5 Produk minuman collagen gratis di Bazar Kampus B - Unair 49

Gambar 4.1.6 Produk yang dijual saat Bazar di ITC Surabaya 50

Gambar 4.1.7 Produk free gift dari The River Shop di ITC Surabaya 50

Gambar 4.1.8 Konsumen The River Shop di Bazar ITC Surabaya 51

Gambar 4.1.9 Stand Bazar The River Shop di ITC Surabaya 51

Gambar 4.1.10 Konsumen dari event Cosplay di ITC Surabaya 52

Gambar 4.2 Stand Bazar di Kampus B – Unair Surabaya 53

Gambar 4.2.1 Stand Bazar di ITC Surabaya 53

Gambar 4.2.2 Akun Twitter The River Shop 54

Gambar 4.2.3 Pengenalan Moisturizer Acne Gone Gel melalui Reels Video Instagram 55

Gambar 4.2.4 E-commerce Shopee The River Shop 55

Gambar 4.2.5 E-commerce Lazada The River Shop 56

Gambar 4.2.6 E-commerce Tokopedia The River Shop 57

Gambar 4.2.7 Diskon Endyear Sale 2022 59

Gambar 4.2.8 Produk Giveaway dari The River Shop 60

Gambar 4.2.9 Voting Free Produk/Games dari The River Shop 61

Gambar 4.2.10 Peluncuran Produk Baru The River Shop 64

Gambar I. Foto Wawancara Bersama Informan Kunci, Arlindra Cecilia 99

Gambar II. Foto Informan Kunci, Owner The River Shop, Arlindra Cecilia 99

Gambar III. Foto Informan 1, Admin Instagram The River Shop, Zatul Aulia 99

Gambar IV. Foto Informan 2, Konsumen The River Shop, Hany Annisa 100

Gambar V. Foto Informan 3, Konsumen The River Shop, Laila Hadi 100

Gambar VI. Foto Informan 4, Konsumen The River Shop, Sheila Amanda 101