

DAFTAR PUSTAKA

Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita 2012 : 10

Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana

Tutorial Nurani Sejahtera

Ghazali, Miliza. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana*

Pendapatan dengan Facebook dan Instagram. Malaysia : Publishing House, 2016 : 8

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*.

Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017 : 11

Priansa, Donni. Juni (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media*

Sosial. Bandung : Pustaka Setia

Salbino, Sherief. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci

Komunikasi, 2014 : 47

Sarwono, Sarlito Wirawan. (2015). *Teori- Teori Psikologi Sosial*, Jakarta : Rajawali

Pers 2015 : 215

Sudirman, Acai. *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung : Media Sains

Indonesia : 2020

Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia : 273

Jurnal

Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri. (2017), Perilaku Pengguna Media Sosial

beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial. 25 (1) : 36-44

Setiadi, Ahmad. (2016), Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.

Jurnal Humaniora., 16 (2)

Data Pendukung :

1. <https://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23/perkembangan-aplikasi-social-photo-sharing-Instagram/> (Diakses pada 13 oktober 2022)
2. <https://kreativv.com/media-sosial-terpopuler-2022-hampir-semua-orang-punya-aplikasinya/> (Diakses pada 11 oktober 2022)
3. <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFfjT/> (Diakses pada 12 oktober 2022)
4. <https://kumparan.com/kumparanwoman/10-brand-skin-care-lokal-yang-jadi-favorit-di-sepanjang-2020-1usBGDO4wAx/> (Diakses pada 12 oktober 2022)
5. <https://nose.co.id/perkembangan-skincare-di-indonesia-di-tahun-2022/> (Diakses pada 12 oktober 2022)
6. <https://ponds.com/> (di akses pada 13 oktober 2022)
7. <https://vivacosmetic.com/id/tentang-kami/> (Diakses pada tanggal 9 oktober 2022)
8. Instagram @theriver_shop. (Diakses pada 1 oktober 2022 pukul 13.30 WIB)



LAMPIRAN



Lampiran I



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 : *Kesediaan 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 kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Viera Justicaviantie Mameta
NPM : 163112351650090
Konsentrasi : Periklanan
Judul Proposal Skripsi : *Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram*

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan 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 kesediaan 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 II



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

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Nomor : -/WD/12/2022 Jakarta, 19 Desember 2022

Lamp : -

Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi Data**

Kepada Yth : Owner The River Shop

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Viera Justicaviantie M
Nomor Induk Mahasiswa : 163112351650090
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Advertising
Alamat Rumah : Bogor, Perumahan Pandan Valley Tahap 2 Blok
AC3 NO.4
HP : 0881-0104-86418

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul : **STRATEGI BRANDING PRODUK SKINCARE MOISTURIZER ACNE GONE GEL THE RIVER SHOP DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**, Dengan Dosen Pembimbing : Nursatyo, S.Sos. M. Si.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

Lampiran IV Transkrip Wawancara Informan Kunci, Arlindra Cecilia

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN INFORMAN KUNCI

Nama dan posisi : Arlindra Cecilia (Owner The River Shop, sekaligus pendiri The River Shop)

Topik : Strategi Branding Produk Moisturizer Acne Gone Gel
The River Shop di Instagram

Hari/Tanggal : Kamis, 15 Desember 2022

Waktu : 18.00 – 20.02 WIB

Tempat : platform video Google Meet

Daftar Pertanyaan dan Jawaban :

Product Experience

1. Strategi branding apa yang digunakan untuk melakukan promosi produk The River Shop?

Informan Kunci : saat ini kami mempromosikan produk hanya melalui sosial media Instagram dan Twitter, selebihnya kami melakukan promosi melalui e-commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada

2. Strategi pengalaman merek seperti apa yang dilakukan The River Shop saat konsumen menggunakan produk yang ditawarkan?

Informan Kunci : Untuk saat ini, kami fokus menjaga kepuasan konsumen melalui pelayanan terbaik, terkait produk dan juga kualitas produk yang kami miliki

3. Apa yang dilakukan The River Shop untuk menjaga kepuasan konsumen melalui strategi branding The River Shop?

Informan Kunci : setiap konsumen memiliki citra dan pengalaman masing-masing terhadap produk yang kami miliki, kami sebagai produsen selalu memberikan

bonus gratis yang sepadan di setiap pembelian minimal diatas 50.000 juga memberi diskon 10-50% dan sering mengadakan giveaway setiap tahunnya.

Consumption Experience

1. Bagaimana The River Shop menjaga pelanggan agar tidak berhenti menggunakan produk yang ditawarkan?

Informan Kunci : kami selalu meluncurkan produk baru yang tentunya sangat dibutuhkan untuk kecantikan wajah yang alami tanpa harus membayar mahal

2. Untuk memberikan layanan yang memuaskan, cara apa yang dilakukan The River Shop untuk memberikan layanan tersebut?

Informan Kunci : setiap konsumen yang bertanya atau mengajukan complain, kami selalu menanggapi dengan kepala dingin juga membalas setiap pesan yang konsumen kirimkan melalui DM Instagram ataupun chat di e-commerce. Dan memberikan solusi terbaik pada konsumen agar konsumen tidak merasa terabaikan atau tidak tertanggapi.

3. Strategi pengalaman merek seperti apa yang dilakukan The River Shop ketika menggunakan produk yang ditawarkan?

Informan Kunci : setiap konsumen yang bertanya atau mengajukan complain, kami selalu menanggapi dengan kepala dingin juga membalas setiap pesan yang konsumen kirimkan melalui DM Instagram ataupun chat di e-commerce. Dan memberikan solusi terbaik pada konsumen agar konsumen tidak merasa terabaikan atau tidak tertanggapi

Shopping Experience

1. Untuk memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan, strategi apa yang dilakukan The River Shop?

Jawaban : kami menggunakan story feeds atau feeds foto kepada para followers dan para konsumen dan memberi sedikit spoiler atau bocoran bahwa kami melaunching produk baru atau tidak, kami Kembali mengeluarkan produk terkait yang telah lama habis. Kami mengadakan restock

2. Apa yang The River Shop lakukan agar konsumen memiliki pengalaman berbelanja yang menarik?

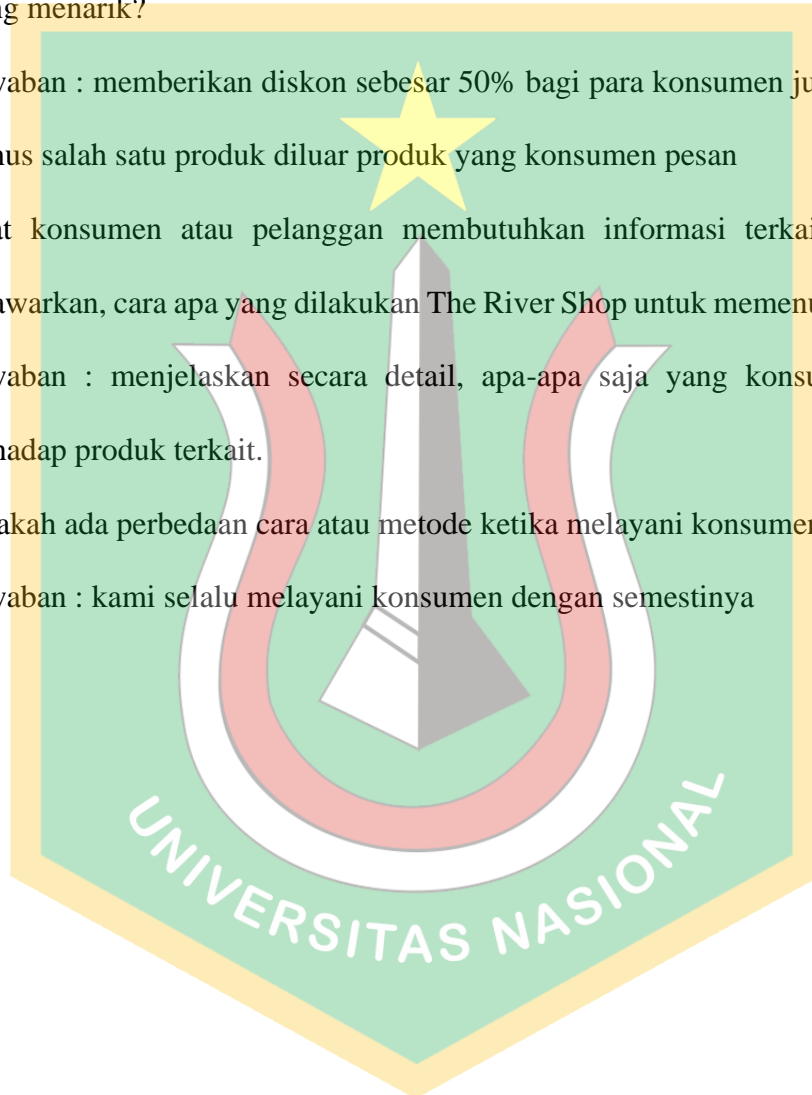
Jawaban : memberikan diskon sebesar 50% bagi para konsumen juga memberikan bonus salah satu produk diluar produk yang konsumen pesan

3. Saat konsumen atau pelanggan membutuhkan informasi terkait produk yang ditawarkan, cara apa yang dilakukan The River Shop untuk memenuhi hal tersebut?

Jawaban : menjelaskan secara detail, apa-apa saja yang konsumen ingin tau terhadap produk terkait.

4. Apakah ada perbedaan cara atau metode ketika melayani konsumen yang berbeda?

Jawaban : kami selalu melayani konsumen dengan semestinya



Lampiran V Transkrip Wawancara Informan I, Zatul Aulia

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN INFORMAN I

Nama dan Posisi : Zatul Aulia (Admin pemegang akun Instagram The River Shop)

Topik : Strategi Branding Produk Moisturizer Acne Gone Gel

The River Shop di Media Sosial Instagram

Hari/Tanggal : Kamis, 15 Desember 2022

Waktu : 20.30 – 21.30

Tempat : Chat pribadi melalui WhatsApp

Daftar Pertanyaan dan Jawaban :

Product experience

1. Strategi apa yang digunakan pada saat melakukan promosi produk moisturizer acne gone gel melalui instagram?

Jawaban : biasanya memberitahu melalui story Instagram dan mengadakan vote melalui voting dan memberi sedikit spoiler tentang sesuatu yang baru

2. Pengalaman merek seperti apa yang dilakukan The River Shop saat konsumen menggunakan produk yang ditawarkan?

Jawaban : sebagai admin, saya ingin produk merek the river bisa membuat konsumen puas saat menggunakannya

3. Apa yang dilakukan The River Shop untuk menjaga kepuasan konsumen melalui strategi yang dilakukan di Instagram The River Shop?

Jawaban : melakukan perundingan Bersama admin lain dan juga owner terkait produk baru dan produk yang akan kembali di rilir dengan memberikan diskon dan tetap pada kualitas yang baik

Consumption experience

1. Bagaimana The River Shop menjaga pelanggan agar tidak berhenti menggunakan produk yang ditawarkan melalui Instagram?

Jawaban : biasanya saya selaku admin selalu mengadakan games Bersama para followers melalui instagram, dan tidak berhenti memberikan testi terkait produk dan mendengarkan apa yang diinginkan followers atau konsumen

2. Untuk memberikan layanan yang memuaskan, cara apa yang dilakukan untuk memenuhi layanan tersebut?

Jawaban : bekerjasama dengan owner untuk memberikan layanan terbaik semampu yang saya dan admin lain bisa

3. Strategi pengalaman merek seperti apa yang dilakukan ketika menggunakan produk yang ditawarkan?

Jawaban : tetap fokus terkait kepuasan konsumen dengan pelayanan yang baik semampu yang kami bisa

Shopping experience

1. Bagaimana cara memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan, strategi apa yang dilakukan?

Jawaban : meng-upload feeds Instagram dan memberikan sedikit spoiler bahwa akan ada produk baru yang akan di launching, atau kembali merestock barang yang sudah habis sebelumnya

2. Sebagai admin pemegang akun Instagram, cara apakah yang dilakukan agar konsumen memiliki pengalaman berbelanja yang menarik?

Jawaban : sering mengadakan live Instagram, menawarkan produk dan memberikan diskon pada saat itu, serta memberi produk gratis secara acak

3. Ketika konsumen membutuhkan suatu informasi mengenai produk yang ditawarkan, cara apa yang dilakukan oleh admin untuk menanggapi hal tersebut?

Jawaban : memilah pertanyaan yang sama dengan menjawabnya melalui story Instagram, agar pertanyaan dapat dijawab dengan cepat

4. Apakah ada perbedaan cara atau metode ketika admin melayani konsumen yang berbeda?

Jawaban : kami melayani konsumen sebagaimana mestinya, tidak ada perbedaan cara terkait menanggapi konsumen yang berbeda, juga dengan kepala dingin



Lampiran VI Transkrip Wawancara Informan II, Hany Annisa

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN II

Nama dan posisi : Hany Annisa (salah satu konsumen The River Shop yang telah membeli produk Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop)

Topik : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram

Hari/Tanggal : Sabtu, 17 Desember 2022

Waktu : 19.00 WIB – s.d selesai

Lokasi : platform *chat Direct Message* Instagram

Daftar Pertanyaan dan Jawaban

1. Bagaimana pengalaman anda terhadap pelayanan yang diberikan oleh The River Shop?

Informan 2 : pelayanan The River Shop cukup nyaman, admin dari The River Shop selalu menanggapi setiap pertanyaan yang saya ajukan dengan jelas dan memberi solusi terkait dengan apa yang saya tanyakan atau saya minta

2. Bagaimana kualitas produk moisturizer acne gone gel yang ditawarkan The River Shop saat anda menggunakannya?

Informan 2 : awalnya saya agak ragu dengan harga semurah dan terjangkau ini bisa memudahkan bekas jerawat. Ketika saya mencoba pertama kali memang belum terlihat hasilnya. Tapi setelah 15 hari pemakaian, jerawat di wajah saya mulai memudar sedikit demi sedikit dan muka saya menjadi tidak kering seperti biasanya

3. Apa manfaat dari produk moisturizer acne gone gel The River Shop

Informan 2 : untuk melembabkan wajah, mencerahkan juga memudarkan sekaligus menghilangkan bekas jerawat dengan jangka yang sedikit lama, juga mencegah tanda-tanda jerawat.



Lampiran VII Transkrip Wawancara Informan III, Laila Hadi

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN III

Nama dan posisi : Laila Hadi (konsumen The River Shop yang telah melakukan pembelian produk Moisturizer Acne Gone Gel The River Shop)

Topik : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne

Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram

Hari/Tanggal : Senin, 17 Desember 2022

Waktu : 20.05 WIB – s.d selesai

Lokasi : platform Direct Message Instagram

Draft Pertanyaan dan Jawaban

1. Bagaimana pengalaman anda terhadap pelayanan yang diberikan oleh The River Shop?

Informan 3 : pelayanannya sejauh ini lebih baik dari sebelumnya yang saya harus menunggu atau mengirim pesan berkali-kali baru dibalas, Cuma untuk sekarang lebih fast respon

2. Bagaimana kualitas produk moisturizer acne gone gel yang ditawarkan The River Shop saat anda menggunakannya?

Informan 3 : moisturizernya sangat nyaman, ada sedikit aroma bunga ketika saya mengaplikasikannya pada wajah, teksturnya juga enak tidak terlalu cair dan tidak terlalu kental.

3. Apa manfaat dari produk moisturizer acne gone gel The River Shop?

Informan 3 : buat ngilangin bekas-bekas jerawat sama lembabin muka, muka aku jadi agak cerah dari sebelumnya.

Lampiran VIII Transkrip Wawancara Informan IV, Sheilla Andara

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN IV

Nama dan posisi : Sheilla Andara (konsumen The River Shop berumur 13 tahun yang telah membeli produk Acne Gone Gel The River Shop)

Topik : Strategi Branding Produk Skincare Moisturizer Acne

Gone Gel The River Shop di Media Sosial Instagram

Hari/Tanggal : Jumat, 23 Desember 2022

Lokasi : platform Direct Message Instagram

Daftar Pertanyaan dan Jawaban :

1. Bagaimana pengalaman anda terhadap pelayanan yang diberikan oleh The River Shop?

Informan 4 : aku suka cara admin yang sabar banget jawab pertanyaan dari aku, tapi kadang suka slow respon. Tapi semua pertanyaan yang aku tanyain dijawab lengkap ko.

2. Bagaimana kualitas produk moisturizer acne gone gel yang ditawarkan The River Shop saat anda menggunakannya?

Informan 4 : selama aku pakai, tidak menyebabkan iritasi atau jerawat dan minyak sih. Baru liat juga ada moisturizer ada bulir-bulir merah yang aku kira dia bakal kasar pas di aplikasiin. Ternyata enak, dingin

3. Apa manfaat dari produk moisturizer acne gone gel The River Shop?

Informan 4 : buat lembabin muka sama mudarin bekas jerawat, sama wangi

Lampiran informan



**Gambar I. Foto Bersama Informan Kunci, Arlindra Cecillia Owner The River Shop.
(Usai melakukan wawancara)**



Gambar II. Zatul Aulia (Admin pemegang akun Instagram The River Shop)

Sumber : Instagram admin @zatulauliaa



Gambar IV. Hany Annisa (konsumen dan informan 2 dari The River Shop)

Sumber : Instagram @my_hanybunny



Gambar V. Laila Hadi (konsumen dan informan 3 dari The River Shop)

Sumber : Instagram @lailahadii

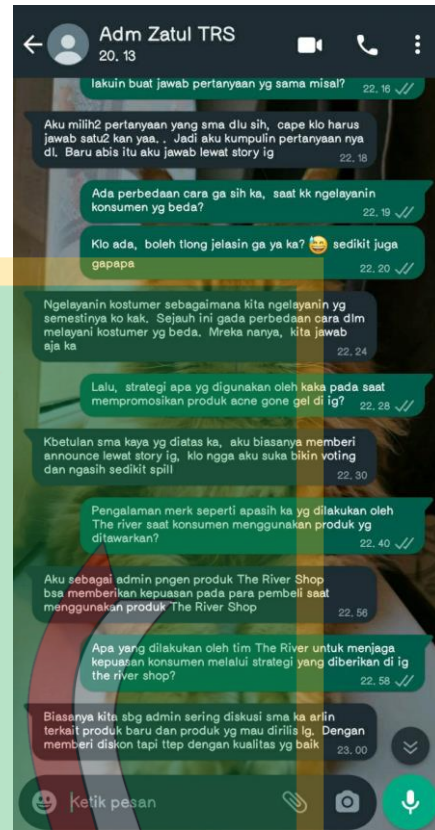


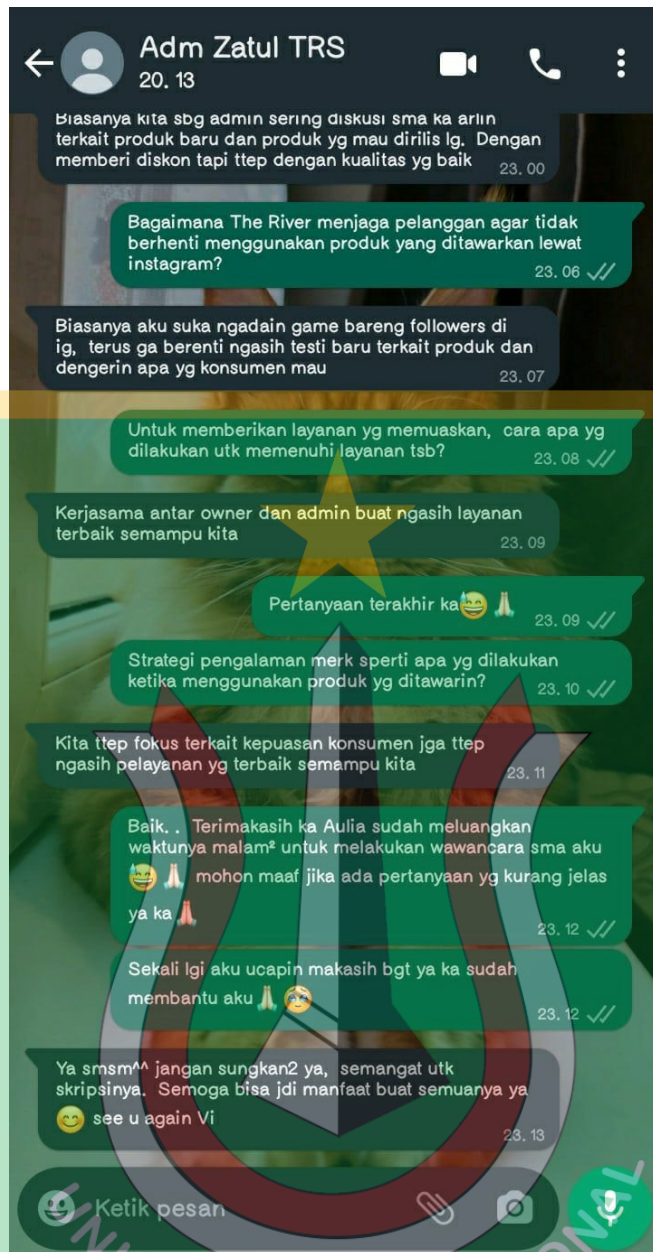
Gambar VI. Sheilla Andara (konsumen dan informan 4 dari The River Shop)

Sumber : Instagram @sheillandara

UNIVERSITAS NASIONAL

Lampiran Wawancara melalui chat WhatsApp dengan Informan I. Admin Pemegang Instagram. Zatul Aulia





← Adm Zatul TRS 20. 13

Biasanya kita sbg admin sering diskusi sma ka arin terkait produk baru dan produk yg mau dirilis lg. Dengan memberi diskon tapi ttep dengan kualitas yg baik 23. 00

Bagaimana The River menjaga pelanggan agar tidak berhenti menggunakan produk yang ditawarkan lewat Instagram? 23. 06 ✓✓

Biasanya aku suka ngadain game bareng followers di ig, terus ga berenti ngasih testi baru terkait produk dan dengerin apa yg konsumen mau 23. 07

Untuk memberikan layanan yg memuaskan, cara apa yg dilakukan utk memenuhi layanan tsb? 23. 08 ✓✓

Kerjasama antar owner dan admin buat ngasih layanan terbaik semampu kita 23. 09

Pertanyaan terakhir ka 🙏🙏 23. 09 ✓✓

Strategi pengalaman merk sperti apa yg dilakukan ketika menggunakan produk yg ditawarkan? 23. 10 ✓✓

Kita ttep fokus terkait kepuasan konsumen jga ttep ngasih pelayanan yg terbaik semampu kita 23. 11

Baik. . Terimakasih ka Aulia sudah meluangkan waktunya malam² untuk melakukan wawancara sma aku 🙏🙏 mohon maaf jika ada pertanyaan yg kurang jelas ya ka 🙏 23. 12 ✓✓

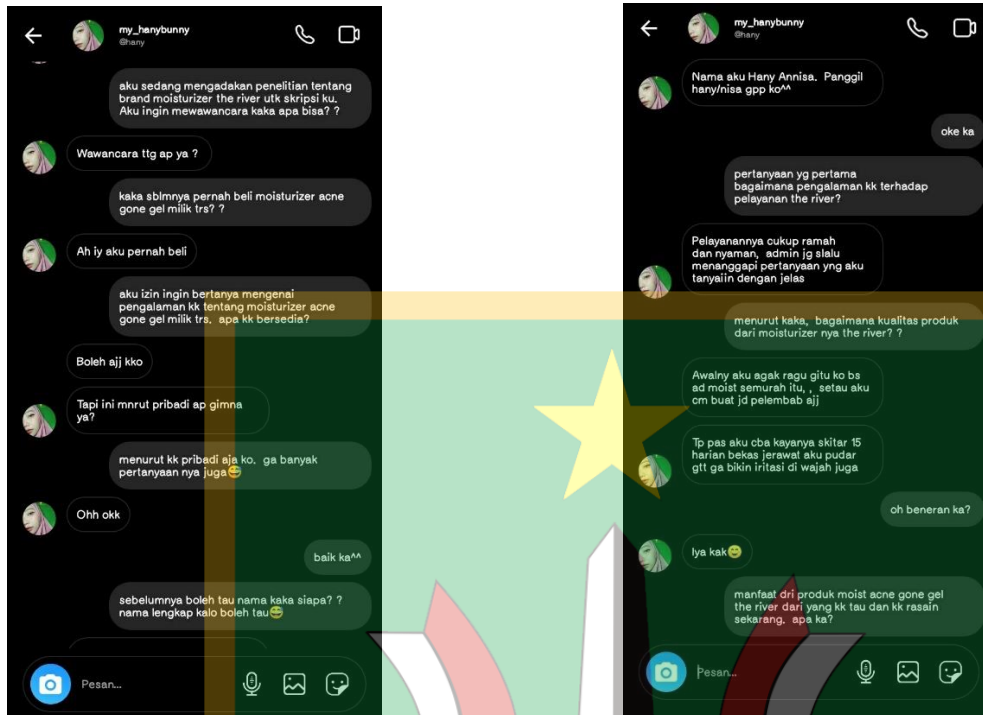
Sekali lgi aku ucapin makasih bgt ya ka sudah membantu aku 🙏🙏 23. 12 ✓✓

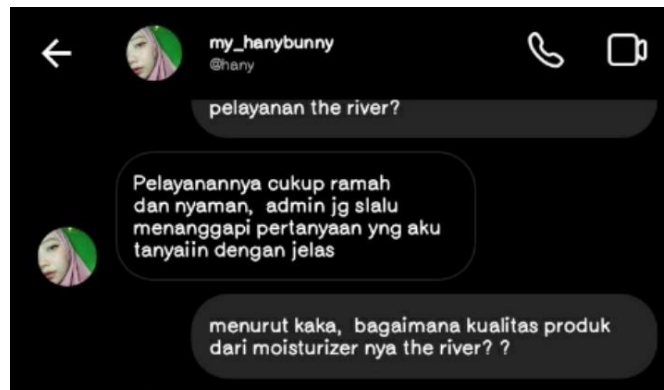
Ya smsm^^ jangan sungkan2 ya, semangat utk skripsinya. Semoga bisa jdi manfaat buat semuanya ya 🙏 see u again Vi 23. 13

👤 Ketik pesan 📎 📷 🎤



Lampiran Wawancara melalui DM Instagram dengan Informan II. Hany Annisa

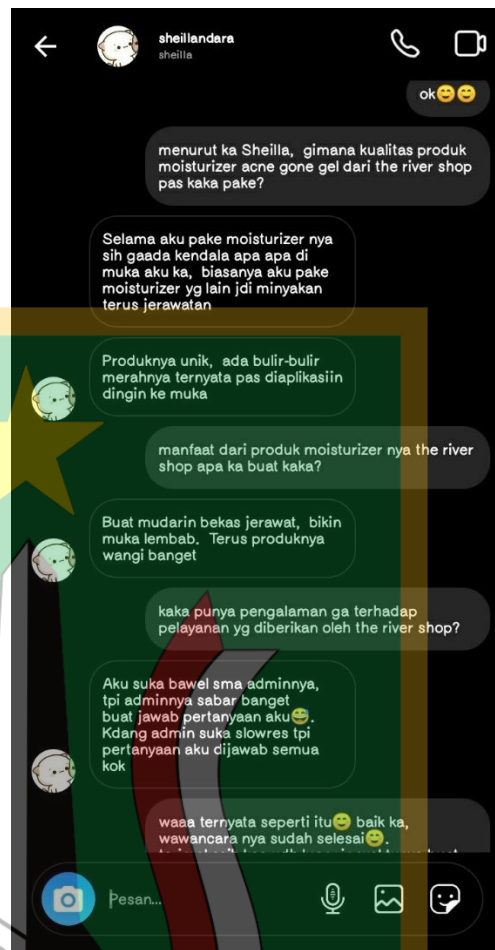




Lampiran Wawancara melalui DM Instagram dengan Informan III, Laila Hadi



Lampiran Wawancara melalui DM Instagram dengan Informan IV. Sheilla Andara



tahap 1

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	www.researchgate.net Internet Source	3%
2	core.ac.uk Internet Source	2%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	www.coursehero.com Internet Source	1%
5	drwskincare.com Internet Source	1%
6	repositori.unsil.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
9	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%