



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.JIERA VISI
BERKARYA DALAM MENJAGA CITRA MEREK PADA
PRODUK NATURAL LIP SERUM MELALUI PROGRAM
LIVE TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.kom)

Afifah Rahmadani

NPM : 183112351670572

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF PT. JIERA
VISI BERKARYA IN MAINTAINING THE BRAND IMAGE
OF NATURAL LIP SERUM PRODUCTS THROUGH THE
TIKTOK LIVE PROGRAM**

THESIS

Submitted as one to obtain a Bachelor of Communication Science (S.I.kom)

Afifah Rahmadani

NPM : 183112351670572

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

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Afifah Rahmadani
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351670572
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip Serum Melalui Program Live Tiktok.
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 30 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Swastiningsih. S.E., M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Afifah Rahmadani
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351670572
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Jiera Visi Berkarya
Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip Serum
Melalui Program Live Tiktok.
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 1 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Afifah Rahmadani

NPM : 183112351670572

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. JIERA
VISI BERKARYA DALAM MENJAGA CITRA MEREK
PADA PRODUK NATURAL LIP SERUM MELALUI
PROGRAM LIVE TIKTOK

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Pembimbing I/Penguji I : Dr.Nursatyo S.sos., M.Si

Pembimbing II/Penguji II : Swastiningsih S.E, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 01 /03/ 2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Afifah Rahmadani
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351670572
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Jiera Visi Berkarya
Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip
Serum Melalui Program Live TikTok

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 15 Februari 2023 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta,

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Penguji I : Dr. Nursatyo, S.sos., M.Si

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si

Keterangan:

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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Afifah Rahmadani
NPM : 183112351670572
Fakultas/Akademi : FISIP/2022-2023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 15 Februari 2023

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip Serum Melalui Program live TikTok

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Marketing Communication Strategy PT. Jiera Visi Berkarya in Maintaining Brand Image on Natural Lip Serum Products Through the Live TikTok Program

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 01/03/2023	TGL: 01/03/2023	TGL: 01/03/2023
		

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afifah Rahmadani

Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351670572

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Na tural Lip Serum Melalui Program Live TikTok

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 30 Januari 2023

Yang membuat pernyataan





PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

Nama : Afifah Rahmadani

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya
Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip
Serum Melalui Program Live TikTok

Kata Kunci Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Citra Merek, New Media	Dalam penelitian ini strategi komunikasi pemasaran digunakan dalam menjaga citra merek akibat adanya kasus pemalsuan yang dialami oleh produk <i>natural lip</i> serum milik PT.Jiera Visi Berkarya. Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran sendiri dapat ditetapkan melalui sebuah konsep yang disebut dengan bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran ada beberapa elemen yang dapat digunakan sebagai sebuah strategi untuk mencapai tujuan dari komunikasi pemasaran. PT.Jiera Visi Berkarya dalam hal ini juga memanfaatkan bauran pemasaran yang meliputi 7p (<i>product, price, promotion, place, people, process, physical evidence</i>). Dalam penelitian ini salah satu fokus yang dimanfaatkan adalah <i>promotion</i> atau promosi. Dalam promosi terdapat alat-alat promosi yang dapat digunakan dalam proses promosi tersebut. Diantara alat promosi yaitu periklanan, humas dan publikasi, promosi penjualan, penjualan pribadi dan penjualan langsung. Dari alat promosi yang tersedia tersebut, promosi penjualan ini ditetapkan oleh PT.Jiera Visi Berkarya sebagai strategi komunikasi pemasarannya. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menyajikan data yang berupa data deskriptif. <i>New media</i> merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini dan berhubungan dengan pemanfaatan <i>live</i> TikTok dalam menyampaikan strategi komunikasi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan efektif ditandai dengan konsumen yang tetap antusias pada produk natural lip serum melalui komen <i>live</i> TiKToK dan kenaikan <i>checkout</i> keranjang kuning.
Pembimbing	Swastiningsih. S.E., M.Si



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

ABSTRACT

Name : Afifah Rahmadani

Study Program : Communication Science

Thesis title : Marketing Communication Strategy PT. Jiera Visi
Berkarya in Maintaining Brand Image on Natural Lip
Serum Products Through the Live TikTok Program

Key Word Marketing Communication Strategy, Marketing Mix, Brand Image, New Media	In this study, marketing communication strategies were used to maintain brand image due to cases of counterfeiting experienced by PT. Jiera Visi Berkarya's natural lip serum product. In carrying out the marketing communication strategy itself, it can be determined through a concept called the marketing mix. In the marketing mix there are several elements that can be used as a strategy to achieve the goals of marketing communications. PT. Jiera Visi Berkarya in this case also utilizes the marketing mix which includes the 7p (product, price, promotion, place, people, process, physical evidence). In this study, one of the focuses used is promotion. In the promotion there are promotional tools that can be used in the promotion process. Among the promotional tools are advertising, public relations and publication, sales promotion, personal selling and direct selling. Of the promotional tools available, this sales promotion was determined by PT. Jiera Visi Berkarya as its marketing communication strategy. In this study using qualitative research methods by presenting data in the form of descriptive data. New media is the theory used in this research and relates to the use of live TikTok in conveying marketing communication strategies. The results showed that the marketing communication strategy that was carried out was effective, marked by consumers who remained enthusiastic about natural lip serum products through TiKToK live comments and an increase in yellow basket checkouts.
Advisor	Swastiningsih. S.E., M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi (S.Ikom). Adapun penentuan topik penelitian dalam skripsi ini tidak luput dari bantuan orang-orang yang ada disekitar penulis. Adapun topik penelitian dalam skripsi ini mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip Serum Melalui Program Live TikTok”. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini disebabkan karena keterbatasan yang ada. Maka dari itu penulis sangat membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna melengkapi skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis (Dani Ramdani dan Dian Utamingtias) yang telah memberikan dukungan sepenuhnya kepada penulis baik moral dan materi, kasih sayang, tanggung jawab dalam mengasuh, mendidik dan selalu memberikan doa restu kepada penulis dari masa kecil hingga saat ini agar jalan yang penulis tempuh dapat berjalan dengan penuh berkah. Terimakasih juga kepada Ken Agung Pranajaya yang telah menjadi sumber semangat dan ikut serta mendoakan, memberikan perhatian kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karna itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Sebagai Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, M.AP, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta.
6. Bapak Dr. Nursatyo S.sos., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta.
7. Ibu Azizah Des Derivanti, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing akademik penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Nasional Jakarta.
8. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
9. Terimakasih Kepada Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku ketua sidang skripsi, Bapak Dr. Nursatyo S.sos., M.Si, selaku dosen penguji satu dan Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si, selaku dosen penguji dua yang telah menguji sekaligus memberikan penilaian kepada penulis pada saat sidang skripsi 15 Februari 2023.

10. Terimakasih kepada Citra Aghis Nazella yang telah memberikan saran penelitian kepada penulis.

11. Terimakasih kepada Key Informan Kayla sebagai Social Media Officer PT.Jiera Visi Berkarya dan Informan Mail sebagai Host Live PT.Jiera Visi Berkarya yang telah memberikan data yang berkaitan dengan penelitian ini sehingga penulis dapat melengkapi dan menyelesaikan skripsi ini.

12. Terimakasih kepada Zahra Hana Sakinah dan Firlita Adelaide yang telah bersedia meminjamkan laptop selama masa penyusunan sampai selesainya skripsi ini.

13. Terimakasih kepada Muhammad Rizky Hidayat yang telah memberikan wejangan dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

14. Terimakasih kepada Aditya Firmansyah dan Akmal Gustiar Rusyada yang telah bersedia menemani penulis melaksanakan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.

15. Terimakasih kepada Team Samatha Coffee yang telah bersedia memback up kerjaan penulis selama penulis menyusun skripsi ini.

DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Kegunaan Penelitian.....	13
1.5. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	18
2.2. Kerangka Teori.....	23
2.2.1. <i>New Media</i>	23
2.3. Kerangka Konsep	29
2.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	29
2.3.2. Bauran Pemasaran.....	32
2.3.3. Citra.....	40
2.3.4. Citra Merek.....	41
2.3.5. Media Sosial	43
2.3.6. TikTok.....	45

2.4. Kerangka Berpikir	49
BAB III.....	50
METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1. Pendekatan Penelitian.....	50
3.2. Penentuan Informan.....	51
3.2.1 Key Informan	51
3.2.2. Informan.....	52
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	56
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	58
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Hasil Penelitian.....	59
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.2. Profil PT.Jiera Visi Berkarya	65
4.1.3. Visi dan Misi PT.Jiera Visi Berkarya	66
4.1.4. Makna Logo PT.Jiera Visi Berkarya	66
4.1.5. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	70
4.2. Pembahasan.....	104
BAB V.....	109
KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Gambar Produk PT.Jiera Visi Berkarya	3
Gambar 1. 2. Data Pengguna Internet dan Media Sosial.....	9
Gambar 1. 3. Grafik media sosial yang paling banyak digunakan diIndonesia dalam 2022.....	11
Gambar 2. 1. Logo TikTok	46
Gambar 2. 2. Gambar struktur kerangka pemikiran	49
Gambar 4.1. Logo PT.Jiera Visi Berkarya.....	66
Gambar 4. 2. Makna Logo PT.Jiera Visi Berkarya	67
Gambar 4. 3. Struktur Organisasi PT.Jiera Visi Berkarya.....	68
Gambar 4. 4. Data USP (<i>Uniqe Selling Product</i>) Jiera <i>Natural Lip</i> serum	75
Gambar 4. 5. Grafik <i>Followers Growth</i> Instagram Jiera Oktober 2021.....	78
Gambar 4. 6. Grafik <i>Followers Growth</i> Instagram Jiera November 2021.....	79
Gambar 4. 7. <i>Flyer</i> Instagram Tentang Jiera Palsu.....	80
Gambar 4. 8. Akun TikTok Produk Jiera <i>Natural lip</i> Serum Palsu	82
Gambar 4. 9. <i>Screenshoot Live</i> TikTok Bulan November 2022	84
Gambar 4. 10. <i>Screenshoot Live</i> TikTok Bulan November 2022	85
Gambar 4. 11. <i>Screenshoot Live</i> TikTok Bulan Desember 2022	86
Gambar 4.12. Data SOP <i>Live</i> TikTok.....	90
Gambar 4 13. Data Peningkatan <i>Checkout Live</i>	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Perbandingan Produk <i>Lip</i> Serum Jiera, Noera dan Bioaqua	4
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	20

