

DAFTAR PUSTAKA

- Adam,Muhammad.2015.*Manajemen Pemasaran Jasa*.Bandung: Alfabeta
- Cangara,Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja
Grafindo Persada
- Effendy,O.Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*.Bandung: Remaja Rosdakarya
- Elvinaro,Ardianto, 2003, *Public Relations*, Bandung: Remajaa Rosdakarya
- Firmansyah,M.A.2020.*KomunikasiPemasaran*.Cetakan
Pertama.Jakarta:CV.Penerbit Qiara Media
- Gitosudarmo,Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta:
BPFE
- Hamidati,Anis. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi Kontemporer*.
Jakarta: Kencana
- Hurriyati,Ratih. 2005 .*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:
Alfabeta
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Lupiyoladi,Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*.
Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi,Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta :
Penerbit Salemba Empat

Ma'aruf,Abdullah.2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Peressindo

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*.Jakarta: Salemba Humanika

Moleong,J.Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara

Simamora,Bilson. 2004. *Aura Merek*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka

Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono,Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono,Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono,Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi

Tjiptono,Fandy Dan Diana,Anastasia. 2016. *Pemasaran Esensi&Aplikasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset

Wahjono,S.Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Yunus Ahmad Syaiban dkk. 2011. *New Media: Teori dan Perkembangannya: New Media Teori dan Aplikasi*. Surakarta: Lindu Pustaka

Adhamawati, Annisa. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @Kremakoffie Dalam Membangun Brand Image. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim <http://repository.uin-suska.ac.id/62322/>

Aditya, M. Osan. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Kesehatan Kota Bandung Sebagai Media Edukasi Pencegahan Virus Corona). *Skripsi*. Bandung: Program S1 Universitas Komputer Indonesia.

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4320/8/UNIKOM_41816160_MAR%20IO%20OSANN%20ADITYA_BAB%20II.pdf

Saputra, A. Yoga. 2020. RRI Net Sebagai Perkembangan Siaran Radio Dan Video Streaming Pada RRI Yogyakarta Di Era New Media Tahun 2019 (Analisis Deskriptif Kualitatif). *Skripsi*. Program S1 Universitas Mercu Buana Yogyakarta

<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/8528/2/BAB%20I.pdf>

Adhianti, Aprilia A. Dan Herlinda. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Scriptura Vol 10 (1): 35* <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/22344/20108>

Aziz, M. Abdul Dan Fariastuti, Ida. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran OneFourThree.Co Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi 2 (1): 57*
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/download/871/500>

Hakim,H.Ibnu, Ohorella,N.Rasyid Dan Prihantoro,Edy. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi 1 (2): 114*
<https://journal.y3a.org/index.php/mukasi/article/view/802/39>

Iga,M.Mulitawati Dan Maya, Retnasary. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @ahlinyaobatmaag) *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial 4 (1) : 24*
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/KOMUNIKOLOGI/article/view/7616>

Jauhariyah,K.Cahaya, Yunus,M.Indrasari Dan Pamuji,Eko. 2022. Strategi Citra Living With Aesthateic And Quality Reviewer Pada Platform Tiktok Live Natasha Surya. *Jurnal Komunikasi Dan Media 2 (4): 29*
<https://www.ojs3.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/download/380/198>

Rahastine,M.Puri Dan Wulandari,Y.Fajar. 2020. Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Masyarakat Di Kelurahan

Pekayon Jaya Bekasi Selatan. *Jurnal Komunikasi* 11 (2): 186

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/viewFile/8476/pdf>

Reza,Faisal. 2020. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Mengokohkan Citra Merek

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Warung Kopi Imah Babaturan di Kota

Bandung). *Jurnal Komunikasi dan Desain* 3 (1): 22

<http://repository.unibi.ac.id/95/1/STRATEGI%20BAURAN%20PEMASARAN%20DALAM%20MENGOKOHKAN%20CITRA%20MEREK%20>

[pdf](http://repository.unibi.ac.id/95/1/STRATEGI%20BAURAN%20PEMASARAN%20DALAM%20MENGOKOHKAN%20CITRA%20MEREK%20)

[pdf](http://repository.unibi.ac.id/95/1/STRATEGI%20BAURAN%20PEMASARAN%20DALAM%20MENGOKOHKAN%20CITRA%20MEREK%20)

Rokhmah,Naeli. 2020. Analisis Terhadap Vlog M Ulil Albab Sebagai Media

Untuk Melawan Paham Radikalisme. *Jurnal Ilmiah Komunikasi dan*

Penyiaran Islam 4 (2): 106

<https://www.jurnal.unugha.ac.id/index.php/hjh/article/download/50/100>

Anwar,I.Choirul. 4 Januari 2023. Tata Cara Live Streaming diTikTok, Tips-Tips

dan Manfaatnya. tirto.id

[https://tirto.id/tata-cara-live-streaming-di-tiktok-tips-tips-dan-manfaatnya-](https://tirto.id/tata-cara-live-streaming-di-tiktok-tips-tips-dan-manfaatnya-gABG?page=all#secondpage)

[gABG?page=all#secondpage](https://tirto.id/tata-cara-live-streaming-di-tiktok-tips-tips-dan-manfaatnya-gABG?page=all#secondpage)

Pangestu,Inggih. 1 September 2022. Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan

Beberapa Fitur-fiturnya. idmetafora.com

<https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok->

[Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html](https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html)

Winaryo, Alia. 7 September 2021. Cara Pakai Lip Serum Untuk Menjaga Kesehatan

Bibir. Kompasiana.com

<https://www.kompasiana.com/alia75561/61371abf06310e30c15d4124/cara-pakai-lip-serum-untuk-menjaga-kesehatan-bibir>





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT TUGAS PEMBIMBING

**UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi
R. Sawo Mudo No. 67 Pejagan, Pasar Minggu, Jakarta 12530 Telp. (021) 78033307, 7806300 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box. 4741 Jakarta 12547 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : info@un.ac.id

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 222/D/X/2022

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

Nama Dosen : **Swastiningsih, S.E., M.Si.**

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

Nama Mahasiswa : Afifah Rahmadani
Nomor Pokok : 183112351670572
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 2

LAPORAN KONSULTASI BIMBINGAN

**UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Program Studi : S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata
R. Soero Mudo No. 61 Pejagan, Purwokerto, Jawa Tengah 52528 Telp. (021) 7883307, 7886706 (Hunting) Fax: 7882718, 7882719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage: <http://www.unas.ac.id> E-mail: fb@unas9@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 183112351670572
Nama : Afifah Rahmadani
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

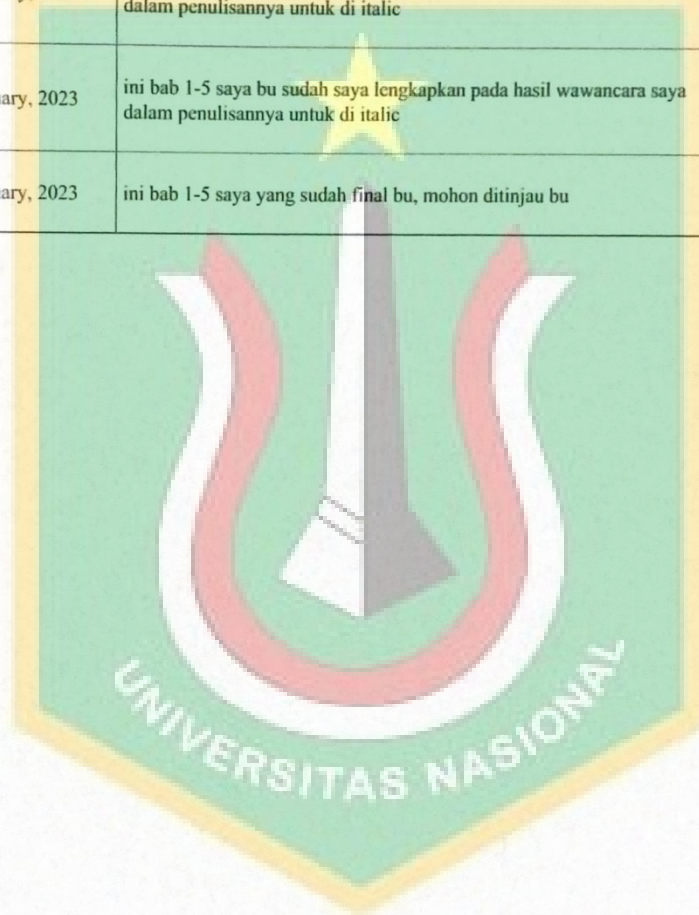
KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 October, 2022	konsultasi judul	Sudah Ditanggapi
12 October, 2022	konsultasi tentang kerangka pemikiran. maaf bu apakah kerangka pemikiran saya sdh benar bagannya?	Sudah Ditanggapi
12 October, 2022	konsultasi mengenai penjelasan apa saja yg termasuk dan ada didalam new media. maaf bu saya izin bertanya isi dalam teori new media apakah perlu saya masukkan jg apa saja yg termasuk ke dalam new media itu? spt instagram,tiktok,wa dan yg lainnya?	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	bu ini untuk proposal saya	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 December, 2022	konsultasi revisi latar belakang, tinjauan pustaka, kerangka berpikir serta pendekatan penelitian	Sudah Ditanggapi
16 January, 2023	hari senin, 9 januari 2023, konsultasi tentang memasukan bauran pemasaran pada kerangka konsep atau teori dan memilih salah satu dari unsur bauran pemasaran yaitu promosi	Sudah Ditanggapi
18 January, 2023	hari jumat 13 januari 2023 konsultasi mengenai kerangka konsep apakah ditambahkan komunikasi pemasaran atau langsung strategi komunikasi pemasaran saja? karna sebelumnya sempat mengajukan untuk memasukan bauran promosi yang ternyata merupakan model dari komunikasi pemasaran.	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
30 January, 2023	mohon untuk ditinjau bu bab 4-5 saya yang sudah selesai saya susun	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	ini bab 1-5 saya bu sudah saya perbaiki penulisannya mohon ditinjau kembali bu	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	ini bab 1-5 saya bu sudah saya lengkapi pada hasil wawancara saya dalam penulisannya untuk di italic	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	ini bab 1-5 saya bu sudah saya lengkapi pada hasil wawancara saya dalam penulisannya untuk di italic	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	ini bab 1-5 saya yang sudah final bu, mohon ditinjau bu	Sudah Ditanggapi



LAMPIRAN 3

SURAT PERMOHONAN PENELITIAN



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

Jl. Sawo Manis 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 : *104* /WD/ I /2022 Jakarta, 24 November 2022
Lamp : -
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Ibu Kayla
Social Media Officer
PT. Jiera Visi Berkarya
Jl. Raya Lubang Buaya No.68, Kec. Cipayung Kota Jakarta Timur

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Afifah Rahmadani
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351670572
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Alamat Rumah : Villa Pertiwi Blok S 2/33 Kota Depok, Jawa Barat
HP : 085714281350

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk Natural Lip Serum Melalui Program Live TikTok*, dengan Dosen Pembimbing : Ibu Swastiningsih, SE, M.Si.

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

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


Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

 Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN 4

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Jl. Monumen Pancasila Sakti No.68, RT.6/Rw.8, Lubang Buaya, Kec.Cipayung, Kota Jakarta timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13608

Jakarta, 20 Februari 2023

Tertanda dibawah ini

Nama : Kayla Putri
Jabatan : Social Media Officer PT.Jiera Visi Berkarya

Dengan ini mewakili PT.Jiera Visi Berkarya menyatakan bahwa, Afifah Rahmadani selaku mahasiswa/i Universitas Nasional telah melakukan penelitian di PT.Jiera Visi Berkarya.

Adanya surat keterangan penelitian ini untuk memberikan bukti persetujuan perusahaan atas segala keperluan informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa/i yang bersangkutan dalam mengumpulkan data dalam penelitiannya.

Demikian surat ini dikeluarkan untuk digunakan oleh mahasiswa/i yang bersangkutan seperlunya.

Hormat saya

Kayla Putri

LAMPIRAN 5

TRANSKRIP WAWANCARA 1

Wawancara 1

Key Informan

Nama : Kayla

Jabatan : Social Media Officer PT.Jiera Visi Berkarya

PERTANYAAN	JAWABAN
1. Perusahaan yang bergerak dibidang apa PT.Jiera Visi Berkarya?	Jiera itu bergerak dibidang <i>beauty</i> atau kecantikan, nah fokusnya itu memproduksi produk perawatan bibir.
2. Apa produk yang ditawarkan oleh PT.Jiera Visi Berkarya?	Produk yang kita tawarin itu produk yang dapat mendukung perawatan bibir. Kita punya dua produk saat ini, ada Jiera <i>natural lip</i> serum sama Jiera <i>bamboo in your lip scrub</i> namanya.
3. Dalam menawarkan produk, media apa saja yang digunakan?	Untuk menawarkan produk media yang kita gunakan itu media sosial dan <i>market place</i> . Media sosial nya itu di TikTok, kita manfaatin <i>live</i> TikTok <i>shop</i> dan <i>market place</i> kita ada Shopee.
4. Pada beberapa konten di TikTok dan highlight Instagram PT.Jiera Visi Berkarya, terdapat informasi mengenai produk KW/palsu, dari dua produk yang dimiliki oleh PT.Jiera Visi Berkarya, produk apa yang ada dalam informasi tersebut?	Oke, terkait informasi produk palsu itu isinya tentang produk Jiera <i>natural lip</i> serum. Jadi produk itu tiba-tiba beredar diinternet, tapi yang nyebarin bukan akun resmi dari jiera <i>official</i> , karna hal itu makanya kita <i>sounding</i> kalo nemu produk yang beredar tapi bukan dari akun resmi kita, itu sudah pasti adalah produk palsu.
5. Adanya pemalsuan produk yang terjadi, lalu bagaimana awal terjadinya pemalsuan itu?	Jiera <i>natural lip</i> serum itu mulai ada yang malsuin dibulan November 2021, tapi sebenarnya udah mulai ada mention dari penonton <i>live</i> TikTok Jiera dari sebelum kita resmiin Jiera <i>natural lip</i> serum itu ada yang palsu, katanya beli Jiera

	<p>diTikTok harganya beda terus kemasannya beda, warnanya beda juga sama Jiera yang ada di <i>live</i> dan akun resmi kita yang lain kaya Instagram sama Shopee. Terus karna tadi kita dapet mentionnya tersebut diTikTok, makanya kita coba cari tau nih disana dan bener aja kita nemuin Jiera kw itu disana, setelah kita bisa nge <i>reach out</i> kasus itu hasilnya ada beberapa akun diTikTok yang mengatas namakan Jiera dan jual Jiera lip serum palsu juga disana. Setelah itu kita langsung ngadain tuh gerakan <i>report</i> Jiera kw di TikTok dan udah ke <i>banned</i> juga akun-akun yang tidak bertanggung jawab tersebut.</p> <p>Terus konsumen yang mungkin udah sampe beli atau baru denger itu produk palsu itu mereka langsung cari tau juga dengan <i>ngefollow</i> Instagram Jiera, mungkin mereka mau tau Jiera kalau jual produk dimana aja dan gimanasih bentuk produknya. Kenapa mereka ga cari tau diTikTok padahal pertama kali kasusnya kan adanya diTikTok, itu karna Instagram adalah media sosial pertama Jiera setelah itu ada Twitter baru TikTok, ibaratnya pada saat itu kita baru ngerintis karir diTikTok jadi konsumen spontan mengarah ke Instagram untuk get more information tentang kasus produk Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu itu.</p> <p>Udah gitu juga ada akun yang terdeteksi pertama kali ngejual produk Jiera yang palsu itu ada TikTok, untuk nama akunnya itu <i>Jieralip.serum</i>, <i>jieranaturallipserum</i>, <i>jieralipserum</i> sama <i>bigflashsalee</i>.</p>
<p>6. Dari kasus pemalasan yang terjadi maka bisa saja pandangan konsumen menjadi negatif pada Jiera <i>natural lip</i> serum. Jika dikaitkan dengan citra merek yang merupakan kesan yang terdapat pada benak seseorang tentang</p>	<p>Adanya Jiera kw atau palsu itu sebenarnya kita sayangin banget karna setelah beredar produk palsu itu kita jadi banyak terima pertanyaan-pertanyaan seputar Jiera yang dijual bukan di <i>official store</i> nya. Mereka anggap kalau Jiera itu</p>

<p>suatu merek, maka apa yang terjadi pada citra Jiera <i>natural lip</i> serum setelah munculnya kasus Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu?</p>	<p>ada <i>reseller</i> nya padahal ga ada sama sekali. Kalau terjadi sesuatu yang fatal sih ga sampe, tapi bukan berarti ga jadi perhatian kita juga ya, kaya yang aku bilang tadi, konsumen Jiera itu jadi bingung produk lip serum kita itu ada <i>reseller</i> ga sih, karna sampai sekarang kita belum ada <i>reseller</i> dan semua produk Jiera yang asli cuma ada di <i>official store</i> kita aja. Artinya kalau mereka nemuin yang bukan di <i>official store</i> tandanya itu palsu dan kita sangat ga rekomendasi banget produk itu untuk dibeli. Jadi dengan adanya kasus itu sebenarnya ngerugiin kita juga karna kita khawatir kepercayaan konsumen jadi hilang, makanya kita selalu <i>sounding</i>, mau di TikTok atau Instagram hati-hati sama produk palsu dan yang asli cuma ada di <i>official store Jiera Official</i>.</p>
<p>7. Bagaimana penanganan dari adanya kasus pemalsuan?</p>	<p>Cara nanganinnya kita selalu <i>sounding</i> ke konsumen mau lewat konten, lewat <i>live</i> TikTok tentang produk palsu itu</p>
<p>8. Jika penanganan kasus pemalsuan dikaitkan dengan strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan bauran pemasaran yaitu promosi dan melalui promosi penjualan, apakah strategi komunikasi pemasaran dalam menjaga citra merek pada produk Jiera <i>natural lip</i> serum akibat kasus pemalsuan dilakukan melalui promosi penjualan?</p>	<p>Dalam menangani kasus pemalsuan Jiera <i>natural lip</i> serum itu benar kita melalui promosi penjualan, karna upaya yang kita lakukan adalah dengan selalu menginformasikan terkait produk palsu tersebut melalui <i>live</i> TikTok. Dan di <i>live</i> TikTok ini merupakan salah satu tempat kita masarin produk dan mengadakan promo penjualan produk kita, yaitu Jiera <i>natural lip</i> serum dan Jiera <i>lip scrub</i>. Terus kalau lewat <i>live</i> TikTok itu kita informasiin seputar Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu itu biasanya <i>host</i> ngejelasin kaya perbedaannya, terus harus beli di akun resmi sekaligus juga jawabin pertanyaan dari konsumen terkait kasus pemalsuan. Nah salah satu hal yang paling mudah juga untuk konsumen <i>notice</i> terkait produk palsu itu, harus diingat bahwasannya kita selalu mengadakan promo dan diskon ketika <i>live</i> berlangsung, terlepas dari itu harga kita balik normal. Jadi kalau ada Jiera</p>

	<p><i>natural lip</i> serum dengan harga murah udah pasti itu palsu dan kalaupun harganya sama tapi bukan di akun toko resmi kita itu juga palsu.</p>
<p>9. Dari promosi penjualan yang dilakukan melalui <i>live</i> TikTok, TikTok ini merupakan media baru dengan beberapa sifat yang dimiliki oleh media baru salah satunya interaktifitas, apa interaktifitas ini yang menjadi alasan memilih untuk memanfaatkan <i>live</i> TikTok tersebut?</p>	<p>Alasan kita manfaatin <i>live streaming</i> itu kan memang berhubungan sama media pemasaran produk kita dan dalam menyampaikan informasi tentang kasus pemalsuan produk Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu ini memang relevan dengan sifat interaktif tersebut, menurut kita saat ini udah ga jaman aja strategi ala korporat gitu, jadi kita mau lebih ngerangkul aja sih, karna lewat <i>live</i> itu menurut kita konsumen bakalan lebih ngerasa sampe apa yang mau kita infoin dan mereka disana juga bisa <i>chit chat</i> sama <i>host</i> nya, jadi terkesan <i>friendly</i> aja.</p>
<p>10. Bagaimana hasil dari penetapan strategi komunikasi pemasaran akibat adanya kasus pemalsuan produk pada Jiera <i>natural lip</i> serum yang dilakukan melalui <i>live</i> TikTok pada citra merek Jiera <i>natural lip</i> serum?</p>	<p>Menurut aku berdasarkan laporan anak Host Live strategi ini cukup efektif, karna mereka bilang kalo antusiasme konsumen itu di live cukup baik, mereka banyak mau tau tentang Jiera lip serum atau lip scrub dan mau coba tapi lagi mau cari tau dulu, gitu sih kurang lebih.</p>
<p>11. Lalu apakah kasus pemalsuan ini masih terjadi hingga tahun 2022?</p>	<p>Untuk pemalsuan itu sendiri masih ada sampe sekarang. Karna kita gabisa ngejangkau semua pemalsu itu maka kita selalu menggiatkan komunikasi ke konsumen misalnya setiap kita <i>live</i> selalu kita <i>sounding</i> tentang Jiera palsu atau kita buat konten juga terkait itu. Kalau sebelumnya kan kita ngadain gerakan <i>report</i> Jiera kw dan sudah ke <i>banned</i> pula akunya, tapi ternyata ga memutus rantainya juga. Apalagi dari <i>host live</i> kadang mereka suka sharing ke aku kalau masih banyak konsumen yang nanyain Jiera palsu gitu.</p>

LAMPIRAN 6

TRANSKRIP WAWANCARA 2

Wawancara 2

Informan

Nama : Mail

Jabatan : *Host Live* PT.Jiera Visi Berkarya

PERTANYAAN	JAWABAN
1. Perusahaan yang bergerak dibidang apa PT.Jiera Visi Berkarya?	Jiera itu bergerak dalam bidang perawatan bibir.
2. Apa produk yang ditawarkan oleh PT.Jiera Visi Berkarya?	Produk yang kita tawarin itu ada dua yaitu Jiera <i>natural lip</i> serum sama Jiera <i>lip scrub</i> .
3. Dalam menawarkan produk, media apa saja yang digunakan?	Dalam menawarkan produk media yang kita gunakan itu media sosial dan <i>market place</i> . Media sosial nya itu di TikTok lewat <i>live</i> TikTok <i>shop</i> dan <i>market place</i> kita ada Shopee.
4. Pada beberapa konten di TikTok dan highlight Instagram PT.Jiera Visi Berkarya, terdapat informasi mengenai produk KW/palsu, dari dua produk yang dimiliki oleh PT.Jiera Visi Berkarya, produk apa yang ada dalam informasi tersebut?	Terkait informasi produk palsu itu isinya tentang produk Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu.
5. Adanya pemalsuan produk yang terjadi, lalu bagaimana awal terjadinya pemalsuan itu ?	Mulai terjadinya tuh akhir tahun 2021, bisa diliat juga dari <i>flyer</i> tentang <i>warning</i> Jiera palsu di Instagram Jiera. Apalagi <i>searching</i> Jiera diShopee, itu banyak banget yang jual. Karna kan yang asli itu cuma ada di <i>official store</i> dan kita belum ada <i>reseller</i> , kalau pun kita mau mengadakan <i>reseller</i> , pasti kita udah <i>sounding</i> di media sosial kita atau pasti kita info <i>link</i> di <i>bio</i> .

<p>6. Dari kasus pemalsuan yang terjadi maka bisa saja pandangan konsumen menjadi negatif pada Jiera <i>natural lip</i> serum. Jika dikaitkan dengan citra merek yang merupakan kesan yang terdapat pada benak seseorang tentang suatu merek, maka apa yang terjadi pada citra Jiera <i>natural lip</i> serum setelah munculnya kasus Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu ?</p>	<p>Kalau apa yang terjadi sih sebenarnya jadi menimbulkan keraguan, itu dibuktikan dengan konsumen Jiera yang masih sering bertanya apalagi aku lagi <i>live</i> terkait produk palsu tersebut. Tapi kita menanggapi itu bukan suatu dampak yang buruk, karna kita udah punya upaya untuk menangani hal itu. Upaya ini juga <i>continue</i> jadi keraguan konsumen tetap bisa teratasi. Maksudnya disini konsumen yang ragu itu terjawab keraguannya dari pertanyaan mereka di <i>live</i> kita. Jadi pada intinya tetap dipertahankan citranya yang tidak berubah dengan terus melakukan upaya <i>continue</i> tadi, yaitu dengan terus kasih informasi ke konsumen ketika lagi <i>live or</i> lewat konten-konten di media sosial kita.</p>
<p>7. Bagaimana penanganan dari adanya kasus pemalsuan?</p>	<p>Oke, caranya itu kita selalu ngerangkul Jiers atau sebutan untuk knsumen Jiera lewat informasi-informasi tentang waspada Jiera palsu itu lewat postingan sosial media atau ketika kita lagi <i>live</i> diTikTok atau kadang kita biki Q and A juga, pokoknya kita manfaatin sosial media kita sih untuk itu.</p>
<p>8. Jika penanganan kasus pemalsuan dikaitkan dengan strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan bauran pemasaran yaitu promosi dan melalui promosi penjualan, apakah strategi komunikasi pemasaran dalam menjaga citra merek pada produk Jiera <i>natural lip</i> serum akibat kasus pemalsuan dilakukan melalui promosi penjualan ?</p>	<p>Itu betul, karna itu masuk jadi bagian dari SOP yang harus dijalani oleh para <i>host live</i> Jiera termasuk aku.</p>
<p>9. Dari promosi penjualan yang dilakukan melalui <i>live</i> TikTok, TikTok ini merupakan media baru dengan beberapa sifat yang dimiliki oleh media baru salah satunya interaktifitas, apa interaktifitas ini yang menjadi alasan memilih untuk memanfaatkan <i>live</i> TikTok tersebut?</p>	<p>Kenapa alasannya itu bisa aku bilang sama ya dengan alasan kita gunain TikTok itu sendiri. Tapi kalo lebih spesifik lagi menurut aku betul alasan Jiera manfaatin <i>live streaming</i> di TikTok ini karna kita bisa interaksai langsung sama konsumen. Jadi ya seru aja gitu kalo <i>live</i>, bisa saling ngobrol sama konsumen dan jadi lebih dekat,</p>

	kita jadi lebih tau apa yang mereka harapin dari kita, gitu sih.
10. Bagaimana hasil dari penetapan strategi komunikasi pemasaran akibat adanya kasus pemalsuan produk pada Jiera <i>natural lip</i> serum yang dilakukan melalui <i>live</i> TikTok pada citra merek Jiera <i>natural lip</i> serum ?	Hasil nya itu cukup efektif, buktinya kalo aku <i>live</i> banyak yang komentar abis <i>checkout</i> Jiera <i>natural lip</i> serum atau pengen coba dan lainnya. Artinya kan ga ada <i>trust issues</i> gitu sama produknya sendiri. Walaupun sempet ragu tapi karna kita selalu <i>handle</i> itu maka konsumen masih tetep percaya sama produk Jiera <i>natural lip</i> serum
11. Lalu apakah kasus pemalsuan ini masih terjadi hingga tahun 2022?	Kaya yang udah aku bilang sebelumnya ya, karna dampaknya udah masif jadi sampe sekarang pun tetep masih ada aja, contohnya kalo aku lagi <i>live</i> itu masih ada yang tanya tentang produk Jiera <i>lip</i> serum yang palsu bahkan sampe beli, tentunya aku ga pernah bosan untuk terus bales pertanyaannya dan kasih informasi berulang supaya konsumen semakin hati-hati dengan produk palsu.



LAMPIRAN 7

TRANSKRIP WAWANCARA 3

Informan Pendukung

Nama : Hana

Status : Pengguna Jiera *Natural Lip Serum*

PERTANYAAN	JAWABAN
1. Apa yang anda ketahui tentang PT.Jiera Visi Berkarya?	Yang aku tau Jiera itu jual produk perawatan bibir atau <i>lip care</i> .
2. Apa yang anda ketahui mengenai produk yang ditawarkan oleh PT.Jiera Visi Berkarya?	Yang aku tau itu Jiera nawarin produk perawatan bibir, ada <i>lip serum</i> sama <i>lip scrub</i> .
3. Dari produk yang anda ketahui, apa produk milik PT.Jiera Visi Berkarya yang anda gunakan?	Yang aku gunain itu <i>lip serumnya</i> , cuma belakangan ini pengen nyoba sih <i>lip scrubnya</i> .
4. Dari produk yang dimiliki PT.Jiera Visi Berkarya, salah satunya adalah Jiera <i>natural lip serum</i> . Apakah yang terpikirkan dibenak anda ketika mendengar mengenai produk Jiera <i>natural lip serum</i> tersebut?	Kalau yang aku gambarin tentang produk Jiera <i>natural lip serum</i> ini merupakan <i>natural lip care</i> .
5. PT.Jiera Visi Berkarya pernah dan masih megalami kasus pemalsuan produk Jiera <i>natural lip serum</i> , apakah anda mengetahui tentang kasus pemalsuan tersebut, dan jika mengetahuinya dari mana anda pertama kali mengetahui informasi itu?	Iya, aku tau tentang itu dan aku tau pertama kali dari postingan mereka diInstagram.
6. Jika dikaitkan dengan citra merek yang merupakan kesan yang terdapat pada benak seseorang tentang suatu merek, maka bagaimana citra Jiera <i>natural lip serum</i> menurut anda sebagai konsumen setelah munculnya kasus Jiera <i>natural lip serum</i> yang palsu ?	Kalau aku mikirnya positif aja sih karna kan Jiera sendiri udah cukup punya nama jadi hal wajar aja kalau ada oknum yang mau malasuin Jiera dengan harapan bisa dapet keuntungan, tinggal kita aja yang jadi <i>smart buyer</i> , kalau ada produk palsu ya ngindarinnya dengan beli langsung di <i>official store</i> ,

	jangan mentang-mentang misalnya yang palsu harganya jauh lebih murah terus malah jadi tergiur, itu salah dan malah ngebahayain diri sendiri juga
7. Dari adanya isu pemalsuan produk Jiera <i>natural lip</i> serum, PT.Jiera Visi Berkarya melakukan sebuah strategi komunikasi pemasaran dalam menangani kasus pemalsuannya melalui live TikTok. Menurut anda apakah penetapan strategi komunikasi pemasaran melalui live TikTok tersebut efektif?	Menurut aku strateginya cukup efektif, karena lewat <i>live</i> itu lebih interaktif aja sih jadi lebih cepet buat dapetin informasi yang mau kita tau.



LAMPIRAN 8

TRANSKRIP WAWANCARA 4

Informan Pendukung

Nama : Lita

Status : Pengguna Jiera *Natural Lip Serum*

PERTANYAAN	JAWABAN
1. Apa yang anda ketahui tentang PT.Jiera Visi Berkarya?	Yang saya tau Jiera itu adalah <i>brand</i> perawatan bibir.
2. Apa yang anda ketahui mengenai produk yang ditawarkan oleh PT.Jiera Visi Berkarya?	Yang saya tau Jiera menawarkan produk perawatan bibir. Produknya sendiri yang saya tau ada <i>lip serum</i> sama <i>lip scrub</i> .
3. Dari produk yang anda ketahui, apa produk milik PT.Jiera Visi Berkarya yang anda gunakan?	Yang saya gunain cuma <i>lip serum</i> nya aja sih.
4. Dari produk yang dimiliki PT.Jiera Visi Berkarya, salah satunya adalah Jiera <i>natural lip serum</i> . Apakah yang terpikirkan dibenak anda ketika mendengar mengenai produk Jiera <i>natural lip serum</i> tersebut?	Oke, kalau menurut saya produk ini adalah produk perawatan bibir yang <i>natural ingredients</i> atau punya kandungan bahan yang alami
5. PT.Jiera Visi Berkarya pernah dan masih megalami kasus pemalsuan produk Jiera <i>natural lip serum</i> , apakah anda mengetahui tentang kasus pemalsuan tersebut, dan jika mengetahuinya dari mana anda pertama kali mengetahui informasi itu?	Oh saya tau kok tentang Jiera kw saya dapet info itu dari temen.
6. Jika dikaitkan dengan citra merek yang merupakan kesan yang terdapat pada benak seseorang tentang suatu merek, maka bagaimana citra Jiera <i>natural lip serum</i> menurut anda sebagai konsumen setelah munculnya kasus Jiera <i>natural lip serum</i> yang palsu ?	Menurut saya sendiri setelah adanya kasus pemalsuan tersebut ga merubah pandangan saya sama produknya sih karna kalau ada yang niru gitu udah biasa ya, kasus di Jiera ini pasti bukan yang pertama kalinya.
7. Dari adanya isu pemalsuan produk Jiera <i>natural lip serum</i> , PT.Jiera Visi	Menurut saya bagus penerapan strateginya lewat <i>live</i> gitu, karna lewat

<p>Berkarya melakukan sebuah strategi komunikasi pemasaran dalam menangani kasus pemalsuannya melalui live TikTok. Menurut anda apakah penetapan strategi komunikasi pemasaran melalui live TikTok tersebut efektif?</p>	<p><i>live</i> itu kita sama yang lagi <i>live</i> itu bisa komunikasi langsung lewat komentar terus yang <i>live</i> bisa jawabin langsung, intinya interaktif sih kalo lewat <i>live</i> itu</p>
--	--



LAMPIRAN 9

TRANSKRIP WAWANCARA 5

Informan Pendukung

Nama : Reza

Status : Pengguna Jiera *Natural Lip Serum*

PERTANYAAN	JAWABAN
1. Apa yang anda ketahui tentang PT.Jiera Visi Berkarya?	Iya saya tau.
2. Apa yang anda ketahui mengenai produk yang ditawarkan oleh PT.Jiera Visi Berkarya?	Yang saya tau nawarin profuk perawatan bibir kaya lip serum gitu.
3. Dari produk yang anda ketahui, apa produk milik PT.Jiera Visi Berkarya yang anda gunakan?	Iya kebetulan saya gunain lip serumya.
4. Dari produk yang dimiliki PT.Jiera Visi Berkarya, salah satunya adalah Jiera <i>natural lip serum</i> . Apakah yang terpikirkan dibenak anda ketika mendengar mengenai produk Jiera <i>natural lip serum</i> tersebut?	Kalau pendapat saya tentang produk Jiera <i>natural lip serum</i> itu sama kaya nama produknya aja sih, serum bibir alami,
5. PT.Jiera Visi Berkarya pernah dan masih megalami kasus pemalsuan produk Jiera <i>natural lip serum</i> , apakah anda mengetahui tentang kasus pemalsuan tersebut, dan jika mengetahuinya dari mana anda pertama kali mengetahui informasi itu?	Iya saya tau, waktu itu pas mau beli produknya karna banyak pilihan dishopee akhirnya saya tanya temen saya yang lebih ngerti soal kecantikan gitu, katanya emang ada yang palsu makanya saya diarahinbeli di TikTok katanya beli pas lagi <i>live</i> aja karna suka ada diskon. Jadi saya ikutin sarannya aja dan lumayan sih waktu beli dapet diskon.
6. Jika dikaitkan dengan citra merek yang merupakan kesan yang terdapat pada benak seseorang tentang suatu merek, maka bagaimana citra Jiera <i>natural lip serum</i> menurut anda sebagai konsumen setelah munculnya kasus	Menurut saya sendiri setelah adanya kasus pemalsuan itu konsumen harus cukup bijak sama hati-hati aja sama produk palsu itu. Bijaknya dengan cara beli langsung ditempat terpercaya, kalau masih bingung kaya saya yang

<p>Jiera <i>natural lip</i> serum yang palsu ?</p>	<p>awam lebih baik tanya sama yang mengerti tentang produk itu atau seputar produk perawatan, dari kaya gitu kita jadi bisa hati-hati.</p>
<p>7. Dari adanya isu pemalsuan produk Jiera <i>natural lip</i> serum, PT.Jiera Visi Berkarya melakukan sebuah strategi komunikasi pemasaran dalam menangani kasus pemalsuannya melalui live TikTok. Menurut anda apakah penetapan strategi komunikasi pemasaran melalui live TikTok tersebut efektif?</p>	<p>Menurut saya cukup bagus sih langkahnya karna lewat live kita bisa saling dapet feedback, jadi menguntungkan aja.</p>



LAMPIRAN 10

Dokumentasi Wawancara

1. Wawancara Key Informan

Nama : Kayla Putri

Usia : 23 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Social Media Officer* PT.Jiera Visi Berkarya

Waktu : Jumat 23 Desember 2022 16.00 s/d 17.00 WIB

Tempat : Kantor PT.Jiera Visi Berkarya, Jl.Monumen Pancasila Sakti
No.68, RT.6/RW.8, Lubang Buaya, Kec.Cipayung, Kota Jakarta
Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13608



2. Wawancara Informan

Nama : Mohammad Ismail

Usia : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : *Host Live* PT.Jiera Visi Berkarya

Waktu : Jumat 23 Desember 2022 17.00 s/d 18.00 WIB

Tempat : Kantor PT.Jiera Visi Berkarya, Jl.Monumen Pancasila Sakti
No.68, RT.6/RW.8, Lubang Buaya, Kec.Cipayung, Kota Jakarta
Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13608



3. Wawancara Informan Pendukung (Pengguna Jiera)

Nama : Hana Sungkar

Usia : 21 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Waktu : Minggu 25 Desember 2022 15.00 s/d 16.00 WIB

Tempat : Samatha Coffee Depok



4. Wawancara Informan Pendukung (Pengguna Jiera)

Nama : Firlita Zakkia

Usia : 20 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu : Selasa 27 Desember 2022 16.00 s/d 17.00 WIB

Tempat : Samatha Coffee Depok



5. Wawancara Informan Pendukung (Pengguna Jiera)

Nama : Reza Zakki Ramadhan

Usia : 21 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Waktu : Rabu 28 Desember 2022 16.00 s/d 17.00

Tempat : Samatha Coffee Depok



LAMPIRAN 11

HASIL TURNITIN

