

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *SKINCARE* NBS  
MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM  
MEMBENTUK *BRAND IMAGE***

**Skripsi**

**Oleh :  
Devi Eka Syahyenni  
201710415027**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *SKINCARE* NBS  
MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM  
MEMBENTUK *BRAND IMAGE***

**Skripsi**

**Oleh :  
Devi Eka Syahyenni  
201710415027**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**



## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran  
Skincare NBS Melalui Media Sosial  
Instagram Dalam Membentuk Brand  
Image

Nama Mahasiswa : Devi Eka Syahyenni

Nomor Induk Mahasiswa : 201710415027

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 01 Februari 2023



NIDN. 0313088106



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran  
Skincare NBS Melalui Media Sosial  
Instagram Dalam Membentuk Brand  
Image  
Nama Mahasiswa : Devi Eka Syahyenni  
Nomor Induk Mahasiswa : 201710415027  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 01 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN.

Ketua Penguji : Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NIDN. 0301047107

Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si

NIDN. 0313088106

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

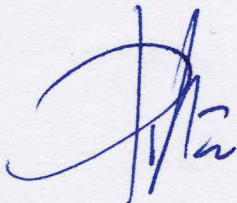
NIDN. 0327119701

Ketua Progam Studi

Ilmu Komunikasi

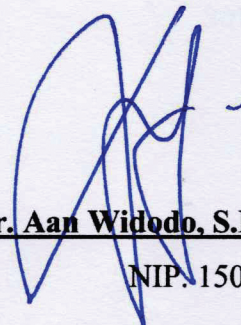
Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Skincare NBS Dalam Membentuk *Brand Image*. Penelitian ini ialah benar-benar merupakan hasil dari karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali adanya pengutipan pada referensi dari sumbernya yang telah dicantumkan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila nanti dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan pada karya ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi saya untuk digandakan atau dipinjamkan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dengan bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasinya melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.



Jakarta, 09 Februari 2023



Devi Eka Syahyenni

201710415027

## ABSTRAK

**DEVI EKA SYAHYENNI 201710415027.** Strategi Komunikasi Pemasaran Skincare NBS Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Image.

Penelitian ini mengenai strategi komunikasi pemasaran pada Skincare NBS yang menggunakan media sosial. Kemudian bisa dilihat NBS Skincare ini memanfaatkan platform instagram yang memakai fitur, promosi di highlight, story dan live.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan dibahas secara deskriptif. Penulis menggunakan data yang digunakan pada peneliti dengan melalui wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa NBS Skincare adalah brand lokal indonesia yang sangat terjangkau.

Kata kunci :Strategi komunikasi pemasaran, media sosial instagram, Skincare, Brand image





## ABSTRACT

*DEVI EKA SYAHYENNI 201710415027. NBS Skincare Marketing Communication Strategy Through Instagram Social Media in Forming Brand Image.*

*This research is about marketing communication strategies at Skincare NBS that use social media. Then you can see that NBS Skincare is utilizing the Instagram platform which uses features, promotions in highlights, stories and live*

*The method used in this study is a qualitative method and is described descriptively. The author uses data used by researchers through in-depth interviews, documentation and observation. The results of this study indicate that NBS Skincare is a very affordable local Indonesian brand.*

*Keywords: Marketing communication strategy, Instagram social media, Skin care, Brand image*



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan hikmah, karunia, dan hidayahnya. Shalawat serta salam tak lupa dihaturkan pada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SKINCARE NBS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE.**

Adapun selama proses penulisan, penulis sadar bahwa terdapat berbagai pihak yang bisa membantu peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Baik berupa bimbingan, maupun semangat. Pertama-tama kedua orang tua saya yang tercinta ayah (Rahmat Ramdanu) mama (Sartika), dan saudara perempuan saya (Fitria Novasari) atas doa dan dukungan moril maupun materil.

Terwujudnya pada proposal skripsi ini tentu saja tidak lepas dari kontribusi dari berbagai pihak. Sehubungan dengan ini maka penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh.Rifaldi Akbar S.Sos., M.Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dina Kristina, M.Si selaku Dosen Pembimbing telah menyetujui dan menerima Proposal skripsi penulis.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh keluarga besar Prodi Ilmu Komunikasi, para staff yang telah membantu penulis dalam hal perizinan dan informasi yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
7. Teman-teman saya sekaligus sahabat di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.



8. Special thanks for Agastha lorient yang telah menemani, dan menghibur penulis sehingga proposal ini terselesaikan.

Disini penulis menyadari bahwa pada proposal skripsi ini masih adanya kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai apabila adanya saran maupun kritik dari semua pihak, untuk bisa menyempurnakan proposal skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penyusunan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis atau khususnya bagi pembaca.



Jakarta, 09 Februari 2023

Devi Eka Syahyenni

201710415027

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xiix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xivv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Konseptual .....	13
2.2.1 Komunikasi.....	13
2.2.2 Strategi Pemasaran Komunikasi .....	16
2.2.3 Brand Image.....	16
2.2.4 Media Sosial .....	18
2.2.5 Instagram .....	19
2.3 Kerangka Berfikir .....	21



<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Metode Penelitian .....	22
3.3 Informan Penelitian .....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.4.1 Obersevasi .....	23
3.4.2 Wawancara .....	23
3.4.3 Dokumentasi .....	24
3.5 Teknik Analisis Data.....	24
3.5.1 Kondensasi Data .....	24
3.5.2 Penyajian Data .....	24
3.5.3 Kesimpulan dan Verifikasi .....	24
3.6 Triangulasi Data.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	27
4.2 Awal membangun Skincare NBS.....	28
4.3 Profil Informan .....	29
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Skincare NBS Melalui Media Sosial Instagram Berhasil Dalam Membentuk Brand Image .....	35
4.4 Pembahasan .....	39
<b>BAB VPENUTUP .....</b>	<b>43</b>
5.1 Kesimpulan .....	43
5.2 Saran .....	43
5.2.1 Saran Praktis .....	43
5.2.2 Saran Teoritis .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 NBS Paket <i>Ultimate</i> .....	5
Gambar 4.1 Logo NBS .....	27
Gambar 4.2 Promo NBS Skincare .....	33
Gambar 4.3 Media Sosial Instagram NBS Skincare .....	33
Gambar 4.4 Produk Instagram NBS Skincare .....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Kondesansi Data

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 : Form Perbaikan Skripsi



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berfikir.....	21
Gambar 4.1 Logo NBS .....	
Gambar 4.2 Forum NBS STIKOM .....	
Gambar 4.3 Media Sosial Instagram NBS STIKOM .....	
Gambar 4.4 Profil Instagram Hill Skincare .....	





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Kondesansi Data

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 : Form Perbaikan Skripsi

