

**PERAN INFLUENCER @MICHAN\_91 DALAM  
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NIVEA  
HIJAB SERIES DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Hana Velonia Rahma**

**201610415253**



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

**2023**

**PERAN INFLUENCER @MICHAN\_91 DALAM  
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NIVEA  
HIJAB SERIES DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Hana Velonia Rahma**

**201610415253**



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

**2023**

## LEMBER PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PERAN INFLUENCER @MICHAN\_91  
DALAM STRATEGI KOMUNIKASI  
PEMASARAN NIVEA HIJAB SERIES DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM


Nama Mahasiswa : Hana Velonia Rahma

Nomor Induk Mahasiswa : 201610415253

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Bekasi, 28 JULI 2023

MENYETUJUI,  
Pembimbing

  
Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si  
(0307108503)

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa. : Hana Velonia Rahma  
Nomor pokok mahasiswa : 201610415253  
Judul skripsi : Peran influencer@michan\_91 Dalam Strategi komunikasi pemasaran Nivea hijab series di media sosial instagram  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal lulus ujian : 18 Julii 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM .....  
NIDN. 0311036501

Penguji I : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.Si .....  
NIDN. 0307108503

Sekretaris Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom .....  
NIDN. 0323127802

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si  
NIP. 2109527

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul :

**“Peran *Influencer* @Michan\_91 dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Nivea Hijab Series di Media Sosial Instagram”**

ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi/tesis\* ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Hana Velonia Rahma

201610415253

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakngi maraknya penggunaan *influencer* dalam strategi komunikasi pemasaran di media sosial instagram. Nivea Hijab Series merupakan salah satu merek yang menggunakan jasa *influencer* dalam menerapkan komunikasi pemasaran di media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Nivea Hijab Series di Instagram serta menganalisis peran konten *influencer* @michan\_91 dalam strategi komunikasi pemasaran Nivea Hijab Series. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Nivea Hijab Series menerapkan perpaduan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) dan 3 langkah komunikasi pemasaran yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Hasil lain yang ditunjukkan dalam penelitian ini yaitu konten *influencer* @michan\_91 berperan dalam aspek *content creation*, *content sharing*, *connecting*, dan *community building* dalam strategi komunikasi pemasaran Nivea Hijab Series di Media Sosial Instagram.

**Kata kunci:** *Influencer*, Nivea Hijab Series, @michan\_91

## ***ABSTRACT***

*This research is motivated by the widespread use of influencers in marketing communication strategies on Instagram social media. Nivea Hijab Series is one of the brands that uses the services of influencers in implementing marketing communications on Instagram social media. This study aims to describe the marketing communication strategy carried out by Nivea Hijab Series on Instagram and analyze the role of influencer content @michan\_91 in Nivea Hijab Series' marketing communication strategy. This research is qualitative research with a content analysis approach. Based on the results of the study, it is known that the Nivea Hijab Series applies a combination of the concept of marketing mix and 3 steps of marketing communication, namely segmenting, targeting, and positioning. Another result shown in this study is that influencer content @michan\_91 plays a role in aspects of content creation, content sharing, connecting, and community building in the marketing communication strategy of Nivea Hijab Series on Instagram Socialmedia*

**Keywords:** *Influencer, Nivea Hijab Series, @michan\_91*

## 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. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya atas doa serta dukungan moril maupun materil yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **PERAN INFLUENCER @MICHAN DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NIVEA HIJAB SERIES DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

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 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Akademik 2016.
5. Ibu Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si selaku Dosen Pembimbing telah menyetujui dan menerima Proposal skripsi penulis.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
7. 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.
8. Teman-teman saya dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selalu membantu dan berdiskusi bersama-sama 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, 28 Juli 2023



Hana Velonia Rahma

201610415253



## DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PEMGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II</b> .....	8
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
<b>BAB III</b> .....	32
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	34
3.6 Triangulasi.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
4.1 Subjek Penelitian.....	41
4.2 Hasil.....	47
4.3 Pembahasan.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	74
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2. 2 Waktu Penelitian .....	29
Tabel 4. 1 Konten Nivea Hijab Series Bantu Hijabers Hadapi Perubahan .....	58
Tabel 4. 2 Konten Nivea Cooling Body Serum Melindungiku dari Paparan Sinar Matahari .....	61
Tabel 4. 3 Konten Nivea Hijab Cooling Body Serum Melindungiku Setiap Saat .....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak.....	1
Gambar 1. 2 Merek Perawatan Tubuh Terlaris.....	4
Gambar 1. 3 Akun Instagram @nivea_id dan <i>highlight</i> Hijab Series.....	5
Gambar 2. 1 Bauran Pemasaran.....	17
Gambar 2. 2 Akun Instagram @michan_91 .....	27
Gambar 2. 3 Logo Nivea.....	28
Gambar 3. 1 Konten Unit Analisis 1.....	38
Gambar 3. 2 Konten Unit Analisis 2.....	38
Gambar 3. 3 Konten Unit Analisis 3.....	39



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....	31
-----------------------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Mahasiswa
2. Dokumentasi Wawancara
3. Transkrip Wawancara
4. Kartu Bimbingan Skripsi
5. Form Perbaikan Skripsi

