IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI MELALU PERAN EMINA *GIRL GANG AMBASSADOR* SEBAGAI MEDIA PROMOSI

SKRIPSI

Oleh:

Fahrani Maulidina

202110415386

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI MELALU PERAN EMINA *GIRL GANG AMBASSADOR* SEBAGAI MEDIA PROMOSI

SKRIPSI

Oleh:

Fahrani Maulidina

202110415386

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Melalui Peran Emina *Girl Gang Ambassador* Sebagai Media Promosi
Nama Mahasiswa	: Fahrani Maulidina
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415386
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par

NIDN. 0310068902

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi :Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Melalui Peran Emina *Girl Gang Ambassador* Sebagai Media Promosi

Nama Mahasiswa : Fahrani Maulidina

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110415386

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tangga Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr.Asrul Nur Iman, S. Sos., M. I. Kom ..... 1.

NIDN. 0914128902

Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par ..... 2.

NIDN. 0310068902

Sekretaris Penguji : Hani Astuti, S. Sos., M.I.Kom ..... 3.

NIDN. 0319048601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIP. 2203551

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D

NIP. 1908425

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Melalui Peran Emina *Girl Gang Ambassador* Sebagai Media Promosi** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali kutipan 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 ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Fahrani Maulidina

202110415386

ABSTRAK

Fahrani Maulidina, 202110415235. Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Melalui Peran Emina *Girl Gang Ambassador* Sebagai Media Promosi.

Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang diterapkan oleh brand kosmetik Emina melalui program Emina *Girl Gang Ambassador* (EGGA) dalam menjangkau *audiens* utama mereka, yaitu remaja perempuan usia 15 hingga 21 tahun. Program ini dipilih karena dinilai mampu menyampaikan pesan pemasaran secara lebih dekat dan relevan dengan target pasar melalui pendekatan komunitas dan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran EGGA tidak hanya sebagai perpanjangan tangan promosi, tetapi juga sebagai representasi merek yang membangun keterlibatan emosional dengan audiens. Aktivitas EGGA yang konsisten dalam membuat konten, berinteraksi dengan followers, serta merepresentasikan nilai-nilai Emina menjadi elemen penting dalam memperkuat citra positif dan loyalitas konsumen. Strategi ini memanfaatkan elemen komunikasi pemasaran terintegrasi seperti promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, pemasaran digital, dan personal selling yang dikemas secara sinergis. Teori komunikasi pemasaran terintegrasi digunakan sebagai dasar dalam menganalisis efektivitas strategi yang diterapkan.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terintegrasi, Emina, *Brand Ambassador*, Media Sosial, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Fahrani Maulidina, 202110415235. *The Implementation of Integrated Marketing Communication Through the Role of Emina Girl Gang Ambassador as a Promotional Medium.*

This study discusses the integrated marketing communication strategy implemented by the cosmetic brand Emina through the Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) program in reaching its primary audience teenage girls aged 15 to 21. This program was chosen for its effectiveness in conveying marketing messages in a more relatable and personal way through community-based and social media approaches. The research uses a qualitative descriptive method, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that EGGA serves not only as a promotional tool but also as a brand representation that builds emotional engagement with the audience. EGGA's consistent content creation, audience interaction, and embodiment of Emina's brand values play a significant role in strengthening brand image and consumer loyalty. This strategy utilizes various elements of integrated marketing communication, including sales promotion, direct marketing, public relations, digital marketing, and personal selling, all of which are synergized effectively. The theory of integrated marketing communication serves as the analytical framework to assess the effectiveness of the strategy applied.

Keywords: *Integrated Marketing Communication, Emina, Brand Ambassador, Social Media, Consumer Loyalty*

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **"Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Melalui Peran Emina *Girl Gang Ambassador* Sebagai Media Promosi"**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, yaitu almarhum Nenek Sri Asih dan Kakek Safri Yasira, yang telah memberikan banyak dukungan secara material serta doa yang tulus sebagai wujud cinta kasih yang tiada henti.

Selain itu, dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bimbingan, pengarahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Drs. Nasarudin Siregar, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Imaddudin, M.I.Kom., M.Tr.Par., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh keluarga dan sahabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala dukungan dan motivasi yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan agar skripsi ini dapat

Dipindai dengan CamScanner

Jakarta, 30 Juli 2025

Penulis,



Fahrani Maulidina

202110415386

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR BAGAN ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 10

1.3 Pertanyaan Penelitian 10

1.4 Tujuan Penelitian 10

1.5 Manfaat Penelitian 10

1.5.1 Manfaat Teoritis 10

1.5.2 Manfaat Praktis 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**

2.1 Penelitian Terdahulu 12

2.2 Tinjauan Konseptual 20

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.1 Komunikasi Pemasaran 20
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC) 21
2.2.3 *Brand Ambassador* 22
2.2.4 Komunitas 23
2.2.5 Media 23
2.2.6 Promosi 24
2.3 Kerangka Berpikir 26
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1 Pendekatan Penelitian 28
3.2 Desain Penelitian 29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 29
3.4 Teknik Pengumpulan Data 31
3.5 Teknik Analisis Data 33
3.6 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Penelitian 36
3.6.1 Tempat Penelitian 36
3.6.2 Waktu Penelitian 36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38
4.1 Gambaran Objek Penelitian 38
4.1.1 Profil Emina *Cosmetics* 38
4.1.2 Profil Emina *Girl Gang Ambassador* (EGGA) 40
4.1.3 Profil Informan 43
4.2 Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC) oleh Emina *Girl Gang Ambassador* (EGGA) 45
4.2.1 Iklan (*Advertising*) Melalui Konten EGGA 45
4.2.2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) oleh EGGA 47

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.2.3 Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) melalui Kegiatan Sosial 48
4.2.5 Pemasaran Interaktif (*Interactive Marketing*) melalui Media Sosial ... 50
4.2.6 Penjualan Personal (*Personal Selling*) melalui Rekomendasi Produk . 52
4.3 Pembahasan 54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 60
5.1 Kesimpulan 60
5.2 Saran 60
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 12
Tabel 3.1 Daftar Kriteria Informan 30
Tabel 3.2 Waktu Penelitian 36
Tabel 4.1 Komponen IMC 56

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Brand lokal Paling Banyak Digunakan 1
Gambar 1.2 Akun Instagram Emina *Girl Gang Ambassador* (EGGA) 6
Gambar 1.3 Foto Produk Emina *Cosmetics* 8
Gambar 4.1 Logo Emina Cosmetics 38
Gambar 4.2 Logo Emina *Girl Gang Ambassador* 41
Gambar 4.3 *Event* Emina *Girl Gang Ambassador* 42
Gambar 4.4 Promosi Iklan Emina *Girl Gang Ambassador* 46
Gambar 4.5 Promosi Penjualan Emina 47
Gambar 4.6 Kegiatan *Offline* Emina *Cosmetics* 48
Gambar 4.7 Kegiatan Komunitas Emina *Girl Gang Ambassador* 50
Gambar 4.8 Konten Interaktif Anggota EGGA Berupa Tantangan (*Challenge*) ... 51
Gambar 4.9 *Review* Produk Emina *Cosmetics* 52

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 26

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Mahasiswa

Lampiran 2: Pedoman Wawancara

Lampiran 3: Transkrip Wawancara

Lampiran 4: Tabel Reduksi Data

Lampiran 5: Dokumentasi Kegiatan

Lampiran 6: Kartu Bimbingan

Lampiran 7: Form Perbaikan

Implementasi Komunikasi.., Fahrani Maulidina, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025