

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRIALISTA BEAUTY

(Studi Deskriptif Kualitatif Produk Sabun Susu Trialista Beauty Dalam Meningkatkan Penjualan Di KabupatenNganjuk)

SKRIPSI



RISTA DWI LESTARI

NPM 18043010030

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWATIMUR

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL PENELITIAN : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TRIALISTA BEAUTY (Studi Deskriptif Kualitatif Produk
Sabun Susu Trialista Beauty Dalam Meningkatkan
Penjualan Di Kabupaten Nganjuk)

Nama : Rista Dwi Lestari

NPM : 18043010030

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

FAKULTAS : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian lisan skripsi

Menyetujui
Pembimbing Utama



Dr. Saifuddin Zuhri, M.Si

NIP 197006122021211002

Mengetahui

DEKAN FISIP



Dr. Drs. Ec. GENDIT SUKARNO, MS. CHRA

NIP 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PENELITIAN : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TRIALISTA BEAUTY (Studi Deskriptif
Kualitatif Produk Sabun Susu Trialista Beauty
Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kabupaten
Nganjak)

Nama : Rista Dwi Lestari


NPM : 18043010030

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

FAKULTAS : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Telah mengikuti ujian lisan skripsi pada tanggal 6 Juli 2022


PEMBIMBING


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji


Drs. Salfuddin Zubri, M.Si
NIP. 197006122021211002


Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si
NIP. 197410132021212005


Dr. Yuli Candrasari, M.Si
NIP. 197107302021212003


Dr.Drs.Ec.Gendut Sukaarno, MS, CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

iii

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rista Dwi Lestari
NIM : 18043010030
Fakultas /Program Studi : FISIP/ Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRIALISTA
BEAUTY (Studi Deskriptif Kualitatif Produk Sabun
Susu Trialista Beauty Dalam Meningkatkan Penjualan Di
Kabupaten Nganjuk)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 21 Juli 2022

Yang Menyatakan



(Rista Dwi Lestari)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan , sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRIALISTA BEAUTY (Studi Deskriptif Kualitatif Produk Sabun Susu Trialista Beauty Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kabupaten Nganjuk)”**.

Pada kesempatan kali ini penulis juga tidak lupa menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak DR. DRS. EC. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, S.sos, M.si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.si selaku dosen pembimbing peneliti dalam mengerjakan dan menulis skripsi ini. Terima kasih telah membimbing peneliti dengan sangat amat sabar.
4. Para dosen dan karyawan atau staff program studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang berguna untuk peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.

5. Terima kasih kepada *Owner, Reseller*, dan konsumen dari *Trialista beauty* yang telah bersedia memberikan waktu dan memberikan izin untuk peneliti dalam mengajukan skripsi ini untuk dijadikan objek penelitian.
6. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Akhirnya peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, tidak hanya menguntungkan sebelah pihak saja melainkan dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak yang terkait dalam penelitian ini. Besar harapan peneliti untuk menampung segala kritik maupun saran yang bersifat membangun dalam kebaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 LandasanTeori.....	15
2.2.1 Strategi Komunikasi	15
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.4 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	22
2.2.5 Media Sosial.....	25
2.2.6 Media Baru.....	27
2.2.7 <i>Online Shop</i>	29
2.2.8 <i>Brand</i>	32
2.3 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metodologi Penelitian	37
3.2 Definisi Konseptual.....	38
3.2.1 Strategi Komunikasi	38

3.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	39
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.4 Penentu Informan	40
3.5 Sumber Data	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisi Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum Trialista <i>Beauty</i>	46
4.1.2 Tujuan hadirnya sabun susu Trialista <i>Beauty</i>	49
4.1.3 Visi dan Misi Trialista <i>beauty</i>	49
4.1.4 Produk Trialista <i>beauty</i>	50
4.2 Identitas Information	51
4.3 Penyajian dan Analisis Data	54
4.4 Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	12
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Internet Terbanyak.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Profil Owner Trialista Beauty	47
Gambar 4.2 Pemanfaatan Fitur Grup Pada Facebook.....	47
Gambar4.3 Produk Sabun Susu Trialista Beauty	50

ABSTRAK

Trialista Beauty ialah salah satu brand lokal yang mempunyai produk sabun susu yang telah berhasil berkembang dengan pesat terutama pada pasar online. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran yang dijalankan oleh *Trialista beauty* untuk lebih meningkatkan penjualan disetiap bulannya. Dalam penelitian ini merupakan salah satu tipe deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta dengan metode deskriptif kualitatif. Kemudian, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik, yaitu observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. *Trialista beauty* merupakan salah satu brand kecantikan yang mempunyai produk sabun susu. Dalam pemasarannya, *Trialista beauty* menggunakan dua jalur yaitu online serta offline. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Trialista beauty* menggunakan beberapa elemen bauran promosi untuk memasarkan produk sabun susu. Beberapa elemennya yaitu, periklanan (advertising, promosi penjualan (sales promotion), penjualan perorangan (personal selling), serta pemasaran interaktif (interaktive marketing). Dalam empat elemen bauran promosi, terdapat dua jalur pemasaran *Trialista* yaitu jalur online yang dilakukan dengan cara periklanan (advertising) dan promosi penjualan (sales promotion) menggunakan aplikasi facebook, kemudian jalur offline yang dilakukan dengan cara penjualan perorangan (personal selling) dan pemasaran interaktif (interactive marketing). Kesimpulannya strategi pemasaran fokus pada empat elemen bauran promosi. Faktor komunikasi visual serta pemanfaatan fitur-fitur facebook juga memiliki pengaruh terhadap meningkatnya pembelian sabun susu *Trialista Beauty*.

Kata kunci : Strategi pemasaran, produk sabun susu, bauran promosi.

ABSTRACT

Trialista Beauty is one of the local brands that has milk soap products that have succeeded in growing rapidly, especially in the online market. The purpose of this research is to find out what marketing strategy is being carried out by Trialista Beauty to further increase sales every month. This research is a type of descriptive research using a qualitative approach as well as a qualitative descriptive method. Then, the data collection techniques in this study used three techniques, namely observation, in-depth interviews, and documentation. Trialista Beauty is a beauty brand that has milk soap products. In marketing, Trialista beauty uses two channels, namely online and offline. The results of this study indicate that Trialista Beauty uses several elements of the promotional mix to market milk soap products. Some of these elements are advertising (advertising, sales promotion), personal selling (personal selling), and interactive marketing (interactive marketing). advertising) and sales promotion using the Facebook application, then offline using personal selling and interactive marketing. Facebook also has an influence on increasing purchases.

Keywords: Marketing strategy, milk soap product, promotion mix.