



**AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* HELLOBEAUTY
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER RELATIONS***

Tugas Akhir Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu
(S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public relations*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:
Laila Yukavie Iddana
44214010007

BIDANG STUDI *PUBLIC RELATIONS*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* HELLOBEAUTY DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER RELATIONS***

Nama : Laila Yukavie Iddana

NIM : 44214010007

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 September 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Riki Arswendi, M.I.kom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* HELLOBEAUTY DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER RELATIONS***

Nama : Laila Yukavie Iddana

NIM : 44214010007

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 5 September 2020

Ketua Sidang
Anindita, M.Ikom

Penguji Ahli
Dr. Suraya, M.Si

Pembimbing I
Riki Arswendi, M.Ikom



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
HELLOBEAUTY DALAM MENINGKATKAN
*CUSTOMER RELATIONS***

Nama : Lailla Yukavie Iddana

NIM : 44214010007

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, September 2020

Mengetahui,

Pembimbing

Riki Arswendi, S. Sos, M.IKom

Ketua Bidang Studi Public Relations

Dr. Elly Yulawati, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D

Ketua Program Studi Komunikasi

Dr. Farid Hamid, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laila Yukavie Iddana

NIM : 44214010007

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Skripsi dengan judul: **Aktivitas Marketing Public Relations Hellobeauty Dalam Meningkatkan Customer Relations** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 2 September 2020

Yang membuat pernyataan,



(Laila Yukavie Iddana)

Pembimbing

(_____)

Ketua Bidang Studi

(_____)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public relations*
Laila Yukavie Iddana
44214010007

Aktivitas *Marketing public relations* HelloBeauty dalam Meningkatkan *Customer relations*

Bibliografi: 5 Bab + 115 Halaman + Lampiran + Buku 30 +
Internet

ABSTRAK

Semakin tingginya minat dan kebutuhan wanita akan kecantikan bertambah mengakibatkan semakin berkembang pula industri make up di Indonesia. Perkembangan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi HelloBeauty yang melihat ini sebagai peluang bisnis. *Customer relations* muncul karena adanya tuntutan kebutuhan, HelloBeauty berusaha untuk meningkatkan *customer relations* yang baik pada publiknya, karena hal tersebut dapat menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan suatu perusahaan dalam pencapaian tujuannya.

Teori yang terdapat dalam penelitian ini antara lain proses public relation yang terdiri dari 4 tahap, yaitu: fact finding, planning, communicating, dan evaluation. Selain itu, strategi *marketing public relation* dalam penerapannya yaitu: strategi *pull*, strategi *push* dan strategi *pass*. Konsep “Lima A” menjadi landasan keberhasilan *customer relations* yang dilakukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik untuk memahami dan mendeskripsikan tindakan sosial yang penuh makna. Serta menggunakan metode penelitian deskriptif – kualitatif, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada narasumber yaitu divisi *Marketing Public Relation* HelloBeauty. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk teknik penarikan keabsahan data.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara yang dilakukan, untuk meningkatkan *customer relations* aktivitas *marketing public relations* yg dilakukan HelloBeauty adalah *exclusive partnership*, *online activations*, mengadakan *beauty class*, *beauty day* dan *gathering*. Sedangkan untuk hambatan yang dihadapi oleh HelloBeauty termasuk kedalam hambatan komunikasi,.

Kata Kunci: *Marketing public relations*, *Customer relations*, Kualitatif.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga proposal skripsi kuantitatif ini dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa pertolongan-Nya mungkin skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun dengan penuh rintangan baik yang datang dari peneliti maupun dari luar, namun dengan penuh kesabaran dan terutama dengan adanya pertolongan dari Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini memuat topik tentang “**Aktivitas *Marketing public relations* HelloBeauty dalam Meningkatkan *Customer Relations*” dan sengaja dipilih karena menarik perhatian peneliti untuk dicermati dan perlu mendapat dukungan dari semua pihak. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini:**

1. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan dukungannya.
2. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati., M.Si, selaku Ketua Bidang Studi *Public relations*.

5. Keluarga, terutama Ibunda dan Ayahanda saya yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi maupun materi kepada anaknya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan juga adik-adik yang selalu siap membantu dalam penelitian ini;
6. Kepada Geovani Novita dan Rachel Evasari, selaku narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi dengan sangat baik terkait penelitian ini.
7. Orang terdekat saya, Jerdi Anarchi Jantadi, Bayanita Suhertini, Giany Meiranti dan Reza Kradika Putra yang selalu memberikan saya dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman baik saya, Firda Al-Farizi, Karlina, Rida Manora Nasution, Nadira Razak, Victor Albert, Tasya Rezwini dan Alessa Astrid yang selalu menghibur saya selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang disusun ini masih banyak kekurangan atau jauh dari kesempurnaan, karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat khususnya bagi saya sendiri selaku penulis dan umumnya bagi para pembaca. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2020

Laila Yukavie Iddana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Komunikasi.....	20
2.2.1. Pengertian Komunikasi.....	20

2.2.2. Fungsi Komunikasi.....	22
2.2.3. Tujuan Komunikasi.....	23
2.3. <i>Public Relations</i>	24
2.3.1. Pengetian <i>Public Relations</i>	25
2.3.2. Peran dan Fungsi <i>Public Relations</i>	27
2.3.3. Tugas dan Tujuan <i>Public Relations</i>	31
2.3.4. Proses <i>Public Relations</i>	34
2.4. <i>Marketing Public Relations</i>	36
2.4.1. Pengertian <i>Marketing Public Relations</i>	37
2.4.2. Peran <i>Marketing Public Relations</i>	38
2.4.3. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	42
2.5. Kegiatan <i>Public Relations</i>	45
2.6. <i>Customer Relations</i>	47
2.6.1. Peranan <i>Customer Relations</i>	48
2.6.2. Aktivitas <i>Customer Relations</i>	48
2.6.3. Media komunikasi <i>Customer Relations</i>	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1. Paradigma Penelitian.....	50
3.2. Metode Penelitian.....	52
3.3. Subjek Penelitian.....	53
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5. Teknik Analisis Data.....	55
3.6. Teknik Penarikan Keabsahan Data	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.1. Visi Perusahaan.....	63
4.1.2. Misi Perusahaan	63
4.1.3. Identitas Perusahaan.....	64
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	65
4.1.5. Profil Informan.....	65
4.2. Hasil Penelitian	67
4.2.1. <i>Fact Finding</i>	68
4.2.2. <i>Planning and Communication</i>	71
4.2.2.1. <i>Beauty class</i>	72
4.2.2.2. <i>Gathering and Special Invitation</i>	75
4.2.2.3. <i>Exclusive Partnership</i>	78
4.2.2.4. <i>Beauty day</i>	82
4.2.2.5. <i>Online Activation (Giveaway & Promotion)</i>	91
4.2.3. <i>Evaluation</i>	96
4.2.4. Penerapan Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	98
4.2.5. <i>Customer Relations</i>	100
4.2.6. Hambatan yang Dialami HelloBeauty	103
4.3. Pembahasan.....	105
4.3.1. Penerapan Aktivitas <i>Marketing Public Relation</i> HelloBeauty.....	105
4.3.2. Hambatan yang Dialami HelloBeauty	110
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	113

5.1 Simpulan	113
5.2 Saran.....	115
5.2.1. Saran Akademis	115
5.2.2. Saran Praktis	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Ruang Lingkup CPR dan MPR.....	45
Tabel 4.2.1 Daftar Kegiatan <i>Beauty day</i> HelloBeauty	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Logo HelloBeauty	62
Gambar 4.1.2 Logo dan <i>Tagline</i> HelloBeauty	64
Gambar 4.1.3 Struktur Organisasi HelloBeauty	65
Gambar 4.1.4 Geovani Novita (Informan).....	65
Gambar 4.1.5 Rachel Evasari (Informan)	66
Gambar 4.2.1 Profil Instagram HelloBeauty.....	70
Gambar 4.2.2 Poster <i>Bridal Makeup Class</i> HelloBeauty.....	73
Gambar 4.2.3 Poster <i>Self Makeup Class</i> HelloBeauty.....	75
Gambar 4.2.4 HelloBeauty <i>Member Gathering</i>	76
Gambar 4.2.5 HelloBeauty <i>Mini Gathering</i> Axis Indonesia.....	76
Gambar 4.2.6 HelloBeauty Bandung <i>Gathering</i> Nokia Indonesia	77
Gambar 4.2.7 HelloBeauty <i>Launching Apps</i>	77
Gambar 4.2.8 HelloBeauty <i>Spesial Invitation</i>	78
Gambar 4.2.9 Konten Instagram HelloBeauty yang Menampilkan Produk Bioderma	79
Gambar 4.2.10 Kolaborasi HelloBeauty dengan Digital Fashion Week ..	80
Gambar 4.2.11 HelloBeauty sebagai <i>Official Media Partner</i> Jakarta X Beauty 2018 dan 2019	80
Gambar 4.2.12 Konten Instagram <i>Office to Office Beauty day</i> oleh HelloBeauty	84
Gambar 4.2.13 Dokumentasi Kegiatan <i>Beauty day</i> oleh HelloBeauty	

dalam Acara IPEX dan UI Fashion Week	86
Gambar 4.2.14 <i>Booth</i> HelloBeauty di BeautyFest Asia 2019.....	87
Gambar 4.2.15 <i>Signage</i> dan <i>Banner</i> HelloBeauty	88
Gambar 4.2.16 Desain Kipas HelloBeauty	89
Gambar 4.2.17 Desain <i>Voucher</i> HelloBeauty	89
Gambar 4.2.18 Profil Instagram HelloBeauty.....	91
Gambar 4.2.19 Program <i>Giveaway</i> HelloBeauty dengan Luxcrime.....	93
Gambar 4.2.20 Program <i>Giveaway</i> HelloBeauty dengan BlinkCharm....	93
Gambar 4.2.21 <i>Giveaway</i> HelloBeauty dengan GLMR Valentine’s Day	94
Gambar 4.2.22 <i>Free Ticket Giveaway</i> BeautyFest Asia 2018	94
Gambar 4.2.23 <i>Voucher</i> HelloBeauty di Tokopedia dan Traveloka.....	95
Gambar 4.2.24 <i>Beauty class</i> HelloBeauty.....	98
Gambar 4.2.25 <i>Giveaway</i> dan <i>Voucher</i> Diskon HelloBeauty.....	99
Gambar 4.2.26 Testimonial <i>Beauty artist</i> Community HelloBeauty.....	99
Gambar 4.2.27 Konten Instagram HelloBeauty	101
Gambar 4.2.28 <i>Beauty artist</i> of the Month Dashboard HelloBeauty.....	102
Gambar 4.3.1 <i>Surprise Beauty Box</i> HelloBeauty.....	108