



**AKTIVITAS PROMOSI PURNAMA BEAUTY
@PURNAMABEAUTYOFFICIAL DALAM
MEMPERTAHANKAN PENJUALAN MELALUI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing
Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Di susun oleh :

Endina Novita Sari

44318120009

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Endina Novita Sari

NIM : 44318120009

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Promosi Purnama beauty @pumamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan melalui Instagram

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 27 Februari 2023

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Endina Novita Sari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Endina Novita Sari
NIM : 44318120009
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Promosi Purnama beauty
@purnamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan melalui Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterimasebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata pada Program Studi/ Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	()
NIDN	: 0312046707	
Ketua Penguji	: Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed	()
NIDN	: 0316088201	
Penguji Ahli	: Dr. SM Niken Restaty, M.Si	()
NIDN	: 0319027201	

MERCU BUANA

Jakarta, 27 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Ahmad Mulyana, Dr, M.Si



Dr. Farid Hamid, M Si

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Endina Novita Sari
NIM : 44318120009
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Aktivitas Promosi Purnama beauty @purnamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan melalui Instagram

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. A S

MERCU BUANA

Jakarta, 27 Februari 2023

Yang menyatakan,



(Endina Novita Sari)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori.....	25
2.2.1 Bauran Pemasaran	25
2.2.2 Promosi.....	25
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital	25
2.2.4 Konsep <i>New Media</i>	26
2.2.5 Media Sosial	27
2.2.6 Instagram	27
2.2.7 Penyampaian Promosi Di Media Sosial	30
BAB III	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subyek Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Data Primer.....	34

3.6 Teknik Analisis Data	36
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Perusahaan	39
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	40
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Bauran Pemasaran	41
4.2.2 Promosi.....	42
4.2.4 Komunikasi Pemasaran Digital	43
4.2.5 Konsep New Media	43
4.2.4 Instagram	44
4.2.5 Penyampaian Promosi Di Media Sosial	45
4.3 Pembahasan	50
BAB V	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	66
5.2.1 Saran Akademis.....	66
5.2.2 Saran Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profile dari Instagram @purnamabeautyofficial	5
Gambar 4. 1 Logo Trinity Optima Production	40
Gambar 4. 2 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial yang berisi tentang product knowledge	54
Gambar 4. 3 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial yang berisi tentang caption menarik	54
Gambar 4. 4 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial yang berisi tentang audio trending	55
Gambar 4. 5 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial yang bertujuan membangun brand awareness	56
Gambar 4. 6 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial yang bertujuan membangun engagment	57
Gambar 4. 7 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial mengenai conversion to sales	58
Gambar 4. 8 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial terkait dengan berkomunikasi dengan calon konsumen	59
Gambar 4. 9 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial mengenai honest review dari salah satu followersnya	59
Gambar 4. 10 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial mengenai informasi new product	60
Gambar 4. 11 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial mengenai kolaborasi dengan followersnya	61
Gambar 4. 12 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial mengenai kolaborasi dengan followersnya	61
Gambar 4. 13 Konten reels dari @Purnamabeautyofficial mengenai live shopping	62
Gambar 4. 14 caption menarik dan unik dari reels @Purnamabeautyofficial....	62

Gambar 4. 15 konten reels @Purnamabeautyofficial mengenai pembaharuan produk 63

Gambar 4. 16 konten reels @purnamabeautyofficial mengenai relevancy 64

Gambar 4. 17 konten reels @purnamabeautyofficial mengenai relevancy 64

Gambar 4. 18 konten reels @purnamabeautyofficial mengenai relevancy 65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11-24
Tabel 3.1 Data Informan.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman wawancara dan Observasi.....	71-75
Lampiran 2 Hasil Transkrip Pedoman wawancara dan Observasi	77-92
Lampiran 3 Dokumentasi	93
Lampiran 4 Surat Permohonan wawancara dari kampus	94
Lampiran 5 Curriculum Vitae.....	95



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang atas rahmat-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Penelitian yang berjudul “Aktivitas Promosi Purnama Beauty @purnamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan” Penulisan laporan penelitian ini merupakan salah satu tugas yang diberikan dalam mata kuliah tugas akhir di Universitas Mercu Buana. Dalam penulisan Laporan Penelitian ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan penelitian ini.
2. Bapak Ahmad Mulyana, Dr, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M,Ed dan Ibu Dr. SM Niken Restaty selaku ketua sidang dan ketua penguji ahli dalam penelitian ini
6. Ibu Endang , Bapak Gutoyo, Endita dan Elza selaku orang tua, kakak kembar dan adik yang memberi dukungan dan doa kepada penulis untuk melakukan penelitian untuk tugas akhir ini
7. Pradityo selaku orang terdekat yang mendukung, memberikan doa dan menemani dari awal masa-masa perkuliahan hingga akhirnya ada di tahap ini.
8. Tatik Saputri, Hendrik Kurniawan dan Ananda Vicy selaku sahabat yang menemani dari awal masuk perkuliahan di Universitas Mercu Buana
9. Putri Angelia selaku sahabat yang mendukung dan menemani saat dalam pengerjaan skripsi

10. Bapak Raden Maulana selaku Head of Strategic & planning yang membantu penulis melakukan penelitian

Dalam penulisan Laporan Penelitian ini kami merasa masih banyak kekurangan baik pada teknis penulisan maupun materi, mengingat akan kemampuan yang kami miliki. Untuk itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi penyempurnaan pembuatan Laporan Penelitian ini.

04 Februari 2023

Endina Novita Sari

44318120009

