

**IMPLEMENTASI *INTERNET MARKETING* OLEH MIA GLASIE DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

AISSAH NADIA IRAWAN

17 090 6344

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**Implementasi *Internet Marketing* oleh Mia Glansie dalam Membangun
*Brand Awareness***

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Disusun oleh :
AISSAH NADIA IRAWAN
17 090 6344

Disetujui oleh :


Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Aissah Nadia Irawan
NPM : 17 090 6344
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Implementasi *Internet Marketing* oleh Mia Glansie membangun *Brand Awareness*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta,
Saya yang menyatakan



Aissah Nadia Irawan

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi *Internet Marketing* oleh Mia Glansie
membangun *Brand Awareness*
Penyusun : Aissah Nadia Irawan
NPM : 17 090 6344

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 02 Juli 2024

Pukul : 10:00 WIB

Tempat : Kampus 4 Gedung Bunda Theresa, FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Commun.

Penguji Utama



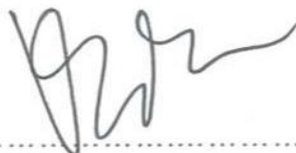
Rebekka Rismayanti, S.I.Kom, M.A

Penguji I



Brahma Putra Pratama, S.S., M.Si.

Penguji II



Irene Santika Vidiadari, M.A
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat Rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta melalui penulisan tugas akhir skripsi ini. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan, motivasi, dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan tanggung jawab ini dengan baik.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT serta Nabi Muhammad SAW yang senantiasa membimbing dan membantu melewati segala hal yang terjadi dalam hidup saya.
2. Papa, Mama, Baik, dan Kak Putry yang begitu sabar dalam menemani dan membantu setiap proses yang saya jalani dalam menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa.
3. Ibu Rebekka Rismayanti, S.I.Kom, M.A. sebagai dosen pembimbing yang sangat sabar membimbing, mengarahkan, dan menyemangati saya sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
4. Segenap Bapak dan Ibu Dosen FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya berterima kasih atas segudang ilmu yang bermanfaat dan ketulusannya dalam mengajar dan membimbing selama kuliah.
5. Ibu Indiyasti dan segenap team Mia Glansie yang bersedia membantu saya dalam penelitian ini.
6. Sahabat seperjuangan saya di FISIP Angkatan 2017 (Abraham Vincent, Yosua Raymond Simanjuntak, Chintya Tan, Otniel Krisandra) yang selama ini terus mengingatkan dan membantu saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini agar gelar saya sebagai donator tetap kampus segera selesai.
7. Terkhusus sahabat seperjuangan saya yang juga merupakan donator tetap kampus walaupun tidak selama saya, yaitu Yohanes Roberto Salvator (aka

Eto) yang telah membantu dan mendukung saya semenjak awal kuliah hingga skripsi saya. *Thank you for borrowing me your laptop for +- 4 years, I really really thank you for that. Without your help I wouldn't be at this point rn.*

8. Teman-teman seperjuangan saya yang memiliki predikat donator kampus terlama (Nadia Damarsasi, Devinta Lawrenza, Maretha, Damardjati, Humphrey, Michaella Vanya, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu) yang selama ini membantu saya dalam menyelesaikan segala keperluan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Walaupun demikian, peneliti berharap memalui penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi banyak pihak. Saran dan kritik sangat peneliti harapkan terlebih lagi jika penelitian saya ini berhasil memantik penelitian selanjutnya.

Peneliti
Aissah Nadia Irawan

Aissah Nadia Irawan
No. Mhs 17 090 6344

**IMPLEMENTASI *INTERNET MARKETING* OLEH MIA GLASIE DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

ABSTRAK

Di Indonesia, bidang kecantikan diproyeksikan dalam 10-15 tahun ke depan, Indonesia akan menjadi pasar kosmetik terbesar ke-5 di dunia. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh kesadaran masyarakat terhadap pentingnya merawat kecantikan menggunakan produk perawatan kulit atau tubuh semakin meningkat sehingga menjadi tren dalam menggunakan produk *skincare*. Selain itu, banyak bermunculan *brand* kecantikan, salah satunya yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu Mia Glansie.

Selain merek yang disebutkan tersebut, Mia Glansie menjadi salah satu merek lokal kecantikan di Indonesia yang telah melayani jutaan konsumen yang tersebar di Indonesia, Asia hingga ke Eropa. Selama berkecimpung belasan tahun sejak tahun 2010, Mia Glansie telah mengalami 3 fase perjalanan hingga akhirnya di fase ketiga memutuskan untuk mengimplementasikan *internet marketing*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi maka menjawab rumusan masalah yaitu implementasi *internet marketing* yang dilakukan oleh Mia Glansie adalah membangun *Brand Awareness* adalah didominasi melalui *social media marketing* melalui Instagram dan TikTok. Selain itu, membangun kedekatan dengan konsumen melalui Whatsapp.

Kata Kunci: Internet Marketing, Brand Awareness, Brand Kecantikan

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Praktis	14
2. Manfaat Akademis	14
E. Kerangka Teori	14
1. Komunikasi Pemasaran	14
2. Internet Marketing.....	17
3. Brand Awareness	21
F. Kerangka Konsep	23
G. Metodologi Penelitian	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Metode Penelitian.....	25
3. Objek Penelitian	26
4. Subjek Penelitian.....	26
5. Sumber Data.....	26
6. Teknik Pengumpulan Data	27
7. Pengujian Keabsahan Data.....	27
8. Teknik Analisis Data.....	28

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	30
A. Mia Glansie	30
1. Fase Pertama	31
2. Fase Kedua	32
3. Fase Ketiga.....	33
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA	36
A. Temuan Data	37
1. Pemahaman Internet Marketing Menurut Mia Glansie.....	37
2. Implementasi Internet Marketing	42
B. Analisis Data	46
BAB IV PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
1. Akademis	51
2. Praktis.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	55
Lampiran I Matriks Penelitian	55
Lampiran II Transkrip Wawancara	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses Analisis Data menurut Miles dan Huberman	28
Gambar 2.1	Logo Mia Glansie	29
Gambar 2.2	Tangkapan Layar Video Acara <i>Grand Launching</i> Mia Glansie	30
Gambar 2.3	Unggahan Instagram Mia Glansie <i>Comeback</i>	34
Gambar 3.1	Komentar Unggahan Mia Glansie <i>is Back</i>	38
Gambar 3.2	Kemasan Produk Mia Glansie	40
Gambar 3.3	Konten Informasi Produk TikTok dan Instagram	43
Gambar 3.4	Konten Promo Instagram	44
Gambar 3.5	Konten Testimoni TikTok dan Instagram	44
Gambar 3.6	Whatsap Mia Glansie	45