

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dan diajukan kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dengan etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil plagiarisme maupun mencontek karya orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 23 Oktober 2019

Anastasya Shofia Alfatha
NIM. 153300588

ABSTRAK

Nama : Anastasya Shofia Alfatha, NIM : 153300588, Judul Skripsi : **Strategi *Marketing Communication Brand Wardah* Dalam Mempromosikan Produk (Studi di PT. *Paragon Technology and Innovation Wardah DC Serang*)**, Fakultas Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tahun 2019.

Saat ini telah banyak perusahaan mengadakan strategi *marketing communication* dengan konsep dan keunikan tersendiri. Sama halnya dengan *brand Wardah*, merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh PT. *Paragon Tecnology and Innovation*. Untuk meningkatkan volume penjualan dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk *Wardah*, salah satu strateginya ialah melalui kegiatan promosi yang dikemas untuk menambah edukasi mengenai kecantikan dan kesehatan kulit. Selain itu, peneliti melihat *brand Wardah* berbeda dengan *brand* kosmetik lainnya selain lekat dengan label *halal* juga dalam tiga tahun terakhir ini gencar melakukan strategi *marketing communication* melalui promosi di sekolah ataupun kampus juga *event* di masyarakat khususnya di wilayah Serang.

Dari keseluruhan uraian berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut, 1) Bagaimana strategi promosi yang di lakukan *Wardah DC Serang*? 2) Bagaimana strategi *special event* yang di lakukan *Wardah DC Serang* ?

Dari kedua rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitiannya adalah 1) Untuk mengetahui strategi promosi yang di lakukan *Wardah DC Serang*. 2) Untuk mengetahui strategi *special event* yang di lakukan *Wardah DC Serang*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk meneliti strategi *marketing communication brand Wardah* secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat yang akan diselidiki. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitian ini adalah: 1) Strategi *marketing communication brand Wardah* dalam mempromosikan produk di *Wardah DC Serang* dengan menggunakan teori *promotional mix* yaitu *advertising* dilakukan menggunakan media elektronik radio, media cetak surat kabar dan media sosial Instagram. *Sales Promotion* yang dilakukan terdapat 6 jenis promosi yaitu, diskon, *sponsorship*, sampel produk, *display*, hadiah dan *beauty demo*. *Personal selling* menggunakan dua jenis, yaitu *retail selling* yang disebut BA (*Beauty Advisor*) dan *field selling* yang disebut BP (*Beauty Promotor*). *Public Relation* menggunakan bentuk komunitas yang bernama *Wardah Beauty Agent (WBA)*, WBA adalah *public relation junior Wardah* yang bersifat *freelancer*. 2) Implementasi *special event* yaitu dengan mengadakan *event Wardah Bright Days* dan *Wardah Goes to Masjid*. Melalui *event* ini *Wardah* berusaha untuk menyeimbangkan *event* yang di gelar dengan menjangkau konsumen dari berbagai latar belakang baik di lingkup kampus dan di lingkup masyarakat atau majlis ta'lim, tentunya dengan pengemasan yang berbeda. Hal ini menjadikan salah satu nilai unggul yang dimiliki *brand Wardah* dalam strategi promosi untuk meningkatkan *brand awarness* dan *brand image* terhadap konsumen.



**FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp.(0254) 2003323 Fax.(0254) 200022

Nomor : Nota Dinas	Kepada Yth,
Lampiran : Skripsi	Dekan Fakultas Dakwah
Perihal : Usulan Ujian Munaqasyah	UIN SMH Banten
a.n. Anastasya Shofia Alfatha	di
NIM : 153300588	Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudari **Anastasya Shofia Alfatha**, NIM: **153300588**, yang berjudul: *Strategi Marketing Communication Brand Wardah Dalam Mempromosikan Produk (Studi di PT. Paragon Technology and Innovation Wardah DC Serang)*, telah memenuhi syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas segala perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 16 Oktober 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhibuddin, S.Sos., M.Si.
NIP. 19700620 199903 1 004

A.M. Fahrurrozi, S.Psi, M.A.
NIP. 19750604 200604 1 001

**STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION BRAND* WARDAH
DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK
(Studi di PT. Paragon *Technology and Innovation* Wardah DC Serang)**

Oleh :

Anastasya Shofia Alfatha
NIM: 153300588

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhibuddin, S.Sos., M.Si.
NIP. 19700620 199903 1 004

A.M. Fahrurrozi, S.Psi, M.A.
NIP. 19750604 200604 1 001

Mengetahui

Dekan
Fakultas Dakwah

Ketua
Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam

Dr. H. Suadi Sa'ad, M.Ag.
NIP. 19631115 199403 1 002

Muhibuddin, S.Sos., M.Si.
NIP. 19700620 199903 1 004

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Anastasya Shofia Alfatha**, NIM : **153300588** yang berjudul : **Strategi Marketing Communication Brand Wardah Dalam Mempromosikan Produk (Studi di PT. Paragon Technology and Innovation Wardah DC Serang)**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 23 Oktober 2019.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 23 Oktober 2019

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota

TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A
NIP. 19711026 200003 1 002

Hilda Rosida, S.S. M.Pd
NIP. 19831121 201101 2011

Anggota,

Penguji I

Penguji II

Dr. Kholid Suhaemi, M.SI.
NIP. 19650216 19903 1 001

Ilah Holilah, S.Ag., M.Si
NIP. 19710106 199803 2 003

Pembimbing I

Pembimbing II

Mhibuddin, S.Sos., M.Si.
NIP. 19700620 199903 1 004

A.M. Fahrurrozi, S.Psi, M.A.
NIP. 19750604 200604 1 001

MOTTO

“Kesuksesan adalah tentang cara berpikir, cara beraksi dan yang paling penting adalah cara berkomunikasi.”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Alamin

Yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan kasih sayangMu telah memberiku kekuatan, atas karunia yang Kau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhammad SAW.

Ku persembahkan sebuah karya kecil ini untuk kedua orangtua tercinta, mama Day Ayu Nurmina dan papa Sutris Trianto yang telah menjadi *support system*, memberikan doa, dorongan, nasihat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan juga untuk adik-adikku yang telah memberikan semangat selama ini. Kemudian, untuk sahabat-sahabat terkasih yang selalu ada menemani selama masa perkuliahan dan berjuang bersama-sama meraih gelar sarjana. Terima kasih untuk dukungan yang luar biasa, hingga skripsi ini terselesaikan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Anastasya Shofia Alfatha, lahir pada 21 Januari 1997. Beralamat di Komplek RSS Pemda, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Provinsi Banten. Penulis adalah anak pertama dari lima bersaudara, terlahir dari pasangan Bapak alm.Nasrullah dan Ibu Day Ayu Nurmina.

Jenjang pendidikan formal yang ditempuh adalah SDN 01 Cikareo-Lebak lulus tahun 2009, SMP Negeri 01 Cileles-Lebak lulus tahun 2012, SMA Qothrotul Falah Cikulur-Lebak lulus tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan belajar ke perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten mengambil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di organisasi internal kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sebagai anggota Bidang Pemberdayaan Perempuan (PP) periode 2016, kemudian berlanjut di HMJ KPI sebagai Ketua Bidang Pembinaan Aparatur Organisasi (PAO) periode 2017. Setelah itu kembali aktif di Senat Mahasiswa Fakultas Dakwah (SEMA F) sebagai Bendahara Umum periode 2018. Penulis juga pernah aktif di Komunitas Jurusan yaitu komunitas Jurnalistik sebagai anggota pada tahun 2015-2016 dan Komunitas Radio sebagai penyiar di 107.7 RDS FM. Selain itu, penulis mengikuti organisasi eksternal kemahasiswaan yaitu Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) di UIN SMH Banten. Demikian riwayat hidup dan pengalaman organisasi yang telah penulis jalani selama menempuh pendidikan pada jenjang perguruan tinggi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah “UIN SMH” Banten. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikut ajaran Islam sampai akhir zaman.

Dengan pertolongan Allah dan usaha semaksimal mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: *Strategi Marketing Communication Brand Wardah Dalam Mempromosikan Produk (Studi di PT. Paragon Technology and Innovation Wardah DC Serang)*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini dapat membawa manfaat bagi khazanah ilmu pengetahuan.

Skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Fauzul Iman, MA, Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Dr. H. Suadi Sa’ad, M.Ag, Dekan Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan persetujuan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Muhibuddin, S.Sos, Msi, ketua Jurusan KPI dan Bapak TB Nurwahyu, S.Ag., M.A, sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mengembangkan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan lebih baik dan selalu memberikan dukungan dalam penyelesaian studi penulis.
4. Bapak Muhibuddin, S.Sos, Msi, selain ketua Jurusan, beliau sebagai dosen pembimbing I dan Bapak A.M. Fahrurrozi, S.Psi, M.A, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, tenaga, pikiran dan tidak

bosan memberikan motivasi kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama kuliah yang tidak bisa disebutkan satu persatu, Pengurus Perpustakaan Umum, Iran *Corner*, Staf Akademik, yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga.
6. Bapak Gunawan Wibisono Kepala Kantor PT.PTI Wardah DC Serang, Mba Fenty Prestianti dan Mba Dzikrillah Rizqi Amalia sebagai PLDP Promotor PT.PTI Wardah DC Serang yang telah memberikan izin penelitian kemudian memberikan ilmu pengetahuan dalam membimbing dan memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh keluarga terutama, kedua orangtua yang tidak pernah lelah mencurahkan cinta dan kasihnya serta doa hingga skripsi ini terselesaikan.
8. Sahabat-sahabat yang selalu kebersamai penulis terutama saat di bangku kuliah dan teman-teman KPI 2015 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, teman-teman WBA Serang *Batch 3* yang selalu menghibur dan memberi semangat beserta yang telah membantu dalam berbagai hal sehingga memudahkan penulis menyusun skripsi ini.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT lah penulis memohon agar seluruh kebaikan dari semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini semoga diberi balasan yang berlipat ganda. Penulis berharap kiranya karya tulis ini turut mewarnai khazanah ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Serang, Oktober 2019

Penulis

Anastasya Shofia Alfatha

153300588

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN MUNAQOSAH	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Peneltian	8
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Metode Penelitian	14
G. Sistematika Penulisan	20
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Komunikasi	23
1. Pengertian Komunikasi	23
2. Unsur-Unsur Komunikasi	24
3. Fungsi Komunikasi	26
4. Tujuan Komunikasi	27
B. Pemasaran	29
C. Komunikasi Pemasaran	31
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	31

2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	33
3. Strategi Komunikasi Pemasaran	34
D. Teori Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)	36
E. Teori Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	44
F. <i>Special Event</i> (Ajang Khusus).....	45
BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN PT. PTI Wardah DC Serang	
A. Sejarah PT. Paragon Technology and Innovation	47
B. Logo Wardah	51
C. Visi dan Misi PT. Paragon Technology and Innovation .	51
D. Struktur Organisasi & Tugas Kerja Wardah DC Serang .	53
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Implementasi Strategi Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>) Produk Wardah di PT. PTI DC Serang	58
1. Iklan (<i>Advertising</i>)	58
2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	66
3. Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)	72
4. Humas (<i>Public Relation</i>).....	78
B. Implementasi Strategi <i>Special Event</i> pada Produk Wardah di PT. PTI DC Serang	84
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	95
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Teori <i>Promotional Mix</i>	27
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Teknik-teknik kegiatan promosi penjualan.....	30
Gambar 3.1 Logo Wardah.....	40
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT.PTI DC.Serang	42
Gambar 4.1 Target <i>Activity</i> WBA	62