# KOMUNIKASI PEMASARAN COSMESTUFF CONDONGCATUR JOGJA

# DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

**SKRIPSI**

di susun oleh:

**Nanin Widya Anakoda**

**19.96.1203**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

# KOMUNIKASI PEMASARAN COSMESTUFF CONDONGCATUR JOGJA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi


disusun oleh :

Nanin Widya Anakoda 19.96.1203

Dosen Pembimbing:

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**


**2023**

# PERSETUJUAN

# SKRIPSI

## KOMUNIKASI PEMASARAN COSMESTUFF CONDONGCATUR JOGJA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Nanin Widya Anakoda**

**19.96.1203**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 31 Juli 2023

**Dosen Pembimbing,**

**Sheila Lestari Giza Pudrianisa M.I.Kom**

**NIK. 190302437**

# PENGESAHAN

# SKRIPSI

## KOMUNIKASI PEMASARAN COSMESTUFF CONDONGCATUR JOGJA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Nanin Widya Anakoda**

**19.96.1203**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 31 Juli 2023

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

| Nama Penguji | Tanda Tangan |
|---|---|
| **Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom**<br>**NIK. 190302437** | |
| **Nurfian Yudhistira, S.I.Kom. M.A**<br>**NIK. 190301435** | |
| **Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si**<br>**NIK. 19030247** | |

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 31 Juli 2023

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu intitusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 31 Juli 2023

Nanin Widya Anakoda

19.96.1203

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Komunikasi Pemasaran Cosmestuff Condongcatur Jogja Dalam Membangun *Brand Awareness*" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom.,M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis selama pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmu dan motivasi kepada penulis selama kegiatan perkuliahan.
6. Kak Dessy selaku Owner Cosmestuff Jogja yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Cosmestuff Jogja dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber penelitian ini.
7. Kak Auliyah Khairunnisa selaku Marketing Cosmestuff Jogja yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini dan memberikan informasi mengenai Cosmestuff Jogja.
8. Vilia Chrismelin selaku Konsumen Cosmestuff Jogja yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini dan memberikan informasi mengenai produk-produk di Cosmestuff Jogja.

8. Vilia Chrismelin selaku Konsumen Cosmestuff Jogja yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini dan memberikan informasi mengenai produk-produk di Cosmestuff Jogja.
9. Kedua orang tua Mama Tuti, Bapak Wahid dan Adik Lian yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Syarif Maulana yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman terbaik Vilia Chrismelin yang membantu penulis dari awal penyusunan skripsi hingga akhir.
12. Febby putri, Fiersa Besari, Nadin Amizah selaku idola yang disukai penulis, turut membantu membangun mood penulis saat penulisan skripsi ini.
13. Pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa adanya kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini demi kebaikan dan kemajuan penulis di masa mendatang.

"KALAU BISA SEKARANG KENAPA HARUS TAHUN DEPAN"

"Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories* nya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini".

Yogyakarta, 31 Juli 2023

(Nanin Widya Anakoda)

**DAFTAR ISI**

DAFTAR ISI ..... v
DAFTAR TABEL ..... 10
DAFTAR GAMBAR ..... 11
INTISARI ..... 12
ABSTRACT ..... 13
**BAB I** ..... **Error! Bookmark not defined.**
**PENDAHULUAN** ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.1 LATAR BELAKANG ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.2 RUMUSAN MASALAH ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.3 TUJUAN PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.4 BATASAN MASALAH ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.5 MANFAAT PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.6 SISTEMATIKA BAB ..... **Error! Bookmark not defined.**
**BAB II** ..... **Error! Bookmark not defined.**
**TINJAUAN PUSTAKA** ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.1 PENELITIAN TERDAHULU ..... 14
2.2. LANDASAN TEORI ..... 17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran (7P) ..... 17
2.2.3 Brand Awareness (Kesadaran Merek) ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.3 Kerangka Berpikir ..... **Error! Bookmark not defined.**
**BAB III** ..... **Error! Bookmark not defined.**
**METODE PENELITIAN** ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.1. DESAIN PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.2. METODE PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.3. PARADIGMA PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.4. OBJEK PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.5. SUBJEK PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6. SUMBER DATA ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.7. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....**Error! Bookmark not defined.**
3.8. TEKNIK ANALISI DATA.....**Error! Bookmark not defined.**
3.9 VALIDITAS DATA .....**Error! Bookmark not defined.**
**BAB IV**.....**Error! Bookmark not defined.**
**HASIL DAN PEMBAHASAN**.....**Error! Bookmark not defined.**
4.1 HASIL PENELITIAN.....**Error! Bookmark not defined.**
4.1.1 Gambaran Umum Cosmestuff Jogja……..34
4.1.2 Implementasi Komunikasi Pemasaran Cosmestuff Jogja ……36
4.1.3 Brand Awareness Cosmestuff Jogja……..51
4.2 PEMBAHASAN……...53
**BAB V**.....Error! Bookmark not defined.
**PENUTUP**.....Error! Bookmark not defined.
5.1 KESIMPULAN……62
5.2 SARAN……62
**DAFTAR PUSTAKA……..64**
**Lampiran……..66**

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Daftar Pengunjung di Cosmestuff Jogja Tahun 2021-2022……..9

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu……14

Tabel 2.2 Komunikasi Pemasaran (7P)……18

Tabel 3.1 Subjek Penelitian……...27

Tabel 4.1 Daftar Harga Produk kosmetik di Cosmestuff Jogja……41

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sertifikat Penghargaan Cosmestuff Jogja……10
Gambar 2.1 Dimensi Brand Awarenes……21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir……23
Gambar 4.1 Logo Cosmestuff Jogja……34
Gambar 4.2 Produk Kosmetik…….....39
Gambar 4.3 Tempat atau Lokasi Cosmestuff Jogja…….....44
Gambar 4.5 Promo sale produk Cosmestuff Jogja…….....45
Gambar 4.6 Kegiatan promosi cosmestuff Jogja melalui Tiktok……46
Gambar 4.7 Orang atau SDM Cosmestuff Jogja…….....48
Gambar 4.8 Bukti fisik Cosmestuff Jogja……50
Gambar 5.1 Lampiran……...66

## INTISARI

Cosmestuff Jogja merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang saat ini sedang di gandrungi oleh remaja yogyakarta karena merupakan sebuah fenomena yang mana *skincare* sedang di gandrungi para remaja, meskipun pendatang baru comestuff mampu bersaing dengan kompetitor sebelumnya sehingga peneliti tertarik melihat bagaimana komunikasi pemasaran cosmestuff condongcatur Jogja dalam membangun *brand awareness* tersebut dengan teori komunikasi pemasaran 7P *(product, price, place, people, promotion, process, physical evidence)* dan teori *brand awareness*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan paradigma yang digunakan yaitu paradigma *postpositivisme*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran 7P meliputi *product, price, place, people, promotion, process* dan *physical evidence* adalah komponen bauran pemasaran pada tahap *brand recognition* pada tingkat *brand awareness* di Cosmestuff Jogja yang paling efektif dalam komunikasi pemasaran dalam membangun *brand awareness*.



**Kata kunci: Cosmestuff Jogja, Komunikasi Pemasaran (7P), *Brand Awareness*.**

**ABSTRACT**

*Cosmestuff Jogja is a cosmetic company that is currently being loved by Yogyakarta teenagers because it is a phenomenon where skincare is being loved by teenagers, even though newcomers comestuff are able to compete with previous competitors so researchers are interested in seeing how Cosmestuff Condongcatur Jogja's marketing communications in building brand awareness with the 7P marketing communication theory (product, price, place, people, promotion, process, physical evidence) and brand awareness theory. This type of research is descriptive qualitative and the paradigm used is the postpositivism paradigm. The results of this study indicate that the 7Ps of marketing communications include product, price, place, people, promotion, process and physical evidence, which are the components of the marketing mix at the brand recognition stage at the brand awareness level in Cosmestuff Jogja, which are the most effective in marketing communications in building brand awareness.*

***Keywords: Cosmestuff Jogja, Marketing Communication (7P), Brand Awareness.***