

**UPAYA MEMBANGUN
BRAND ENGAGEMENT MELALUI TESTIMONI
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @camille.beauty)**

TUGAS AKHIR

Mengajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana S1



**DARYL ARSHAQ ISBANI
1181003146**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Daryl Arshaq Isbani

NIM : 1181003146

Tanda tangan : 

Tanggal : 20 Mei 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Daryl Arshaq Isbani
NIM : 1181003146
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Proposal : Upaya Membangun Brand Engagement Melalui Testimoni (Studi Kasus pada Akun Instagram @camille.beauty)

Telah berhasil dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk Tugas Akhir pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

PEMBIMBING :



Adrian Arditiar, S.Sos, M.I.Kom

PEMBAHAS 1 :



Dion Wardyono, S.E., M.S.M.

PEMBAHAS 2 :



**Prima Mulyasari Agustini, S.Sos,
M.SI, Dr**

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Mei 2022

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia – nya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Upaya Membangun Brand Engagement Melalui Testimoni (Studi Kasus pada Akun Instagram @camille.beauty)”** ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat berguna baik bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Penyusunan skripsi ini merupakan hal yang sangat baru untuk penulis dan tidak akan bisa berjalan lancar tanpa adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang Tua dan Keluarga

Terima kasih Ibu, Bapak, Kakak, dan Adik yang selalu memberikan motivasi serta arahan selama proses penyusunan skripsi, terima kasih sudah mendoakan penulis agar dipermudah dalam menyusun tugas akhir ini.

2. Adrian Arditiar, S.Sos, M.I.Kom

Terima kasih kepada Pak Adrian selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan masukan dan solusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar dan jelas.

3. Seluruh Staff dan Dosen

Terimakasih kepada seluruh dosen dan staf Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan pelajaran baik secara akademik maupun non-akademik yang sangat bermanfaat bagi penulis.

4. Pihak Terkait

Terima kasih penulis ucapkan kepada para informan Mas Ricky, Kak Meutia, Kak Ainun, Kak Shafira dan Pak Fahmi sebagai triangulator yang telah berkontribusi dalam penelitian ini dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.

5. Mahareshi, Chantyka, dan Catherine

Terima kasih penulis ucapkan kepada ketiga sahabat penulis yang berjuang bersama dalam penulisan tugas akhir. Terima kasih selalu berusaha selalu bersama dikala suka dan duka, terima kasih atas motivasi dan semangatnya dalam penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih bastie, semoga suatu saat kita bisa bangun bisnis bareng – bareng ya!

6. Wacana Forever

Terima kasih Sharon, Syafa, Thalia, Chantyka, Catherine, Cahyo, Prabas, Reka, Tatra, Kinan, Reshi atas kenangan semasa kuliah. Dari kuliah offline hingga online, terima kasih untuk canda tawa yang tidak bisa dibayarkan oleh apapun. Segala canda tawa selalu akan membekas dibenak penulis, sehingga berat rasanya untuk memulai kehidupan baru yang akan datang setelah masa kuliah jika kita harus berpisah. Tapi waktu tetap berjalan, hari tetap berganti, dan tahun demi tahun harus tetap kita lewati. Semoga kelak kita semua menjadi orang yang bisa membanggakan keluarga, negara, dan alam semesta. Sekali lagi, terima kasih, terima kasih, dan terima kasih. *See you when I see you.*

7. Komunal 2018

Terima kasih komunal 2018 untuk perjuangan bersama-samanya dari awal masuk hingga sekarang. Semoga kita tetap bisa menjalin silaturahmi dan semoga ilmu yang kita dapat bisa bermanfaat dimanapun kita berada.

8. *Last But No Least*

Penulis ingin berterima kasih, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah mempercayai diri sendiri. Penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karna sudah melakukan kerja keras ini. Penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena mau tidak memiliki hari libur. Penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena tidak pernah berenti. Penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah menjadi diri sendiri setiap saat.

Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 8 Juli 2022



Daryl Arshaq Isbani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daryl Arshaq Isbani
NIM : 1181003146
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“UPAYA MEMBANGUN *BRAND ENGAGEMENT* MELALUI
TESTIMONI (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM
@CAMILLE.BEAUTY)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Daryl Arshaq Isbani

**UPAYA MEMBANGUN
BRAND ENGAGEMENT MELALUI TESTIMONI
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @camille.beauty)**

Daryl Arshaq Isbani

ABSTRAK

Media sosial merupakan sebuah tempat yang baik untuk menciptakan interaksi dengan para konsumen. Melalui media sosial dapat tercipta komunikasi dua arah antara merek dengan konsumen yang dapat tersebar dengan luas dan cepat. Interaksi yang dilakukan secara terus menerus dan konsisten dapat membentuk dan memperkuat ikatan emosional antara merek dengan konsumen yang disebut sebagai *brand engagement*. Dengan membangun *brand engagement* yang baik dapat membuat suatu keterikatan. Salah satu upaya yang dapat digunakan dalam membangun *brand engagement* melalui media sosial adalah dengan memanfaatkan testimoni dari konsumen. Camille Beauty merupakan salah satu merek yang menggunakan media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan *brand engagement* dengan memanfaatkan testimoni konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan dalam membangun *brand engagement* melalui pemanfaatan testimoni konsumen. Menggunakan metode studi kasus intrinsik dengan pendekatan kualitatif, dan meminjam teori *brand engagement* (Katie Paine, 2011) yang berisikan lima tahapan yaitu *lurking, casual, active, committed, dan loyalty* penelitian ini mendapatkan hasil bahwa strategi Camille Beauty yang dilakukan di media sosial Instagram dengan memanfaatkan testimoni konsumennya dapat membangun sebuah keterikatan yang baik dengan para konsumennya sehingga para konsumen berhasil mencapai tahapan *loyalty*. Hal tersebut didapatkan karena mereka masih membagikan cerita tentang Camille Beauty setelah mengikuti *giveaway challenge* testimoni.

Kata Kunci : *Brand Engagement, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial Instagram, Testimoni*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rusmusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Maanfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Yang Relevan.....	12
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 Umpan Balik.....	18
2.1.4 Testimoni	20
2.1.5 Brand Engagement	22
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	26
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Desain dan Pendekatan	41
3.2 Objek dan Subjek	42
3.3 Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Sumber Data.....	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	44

3.4 Analisis Data	46
3.5 Triangulasi Data	48
3.6 Operasionalisasi Konsep	49
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	51
4.1.1 Profil Camille Beauty	52
4.1.2 Gambaran Objek Penelitian	57
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian	60
4.2 Penyajian Data	63
4.2.1 Brand Engagement Camille Beauty	63
4.2.2 Giveaway Challenge Testimoni Camille Beauty	70
4.3 Pembahasan dan Diskusi	72
4.3.1 Analisis Brand Engagement Camille Beauty	73
4.3.2 Analisis Giveaway Challenge Testimoni Camille Beauty	84
BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Kendala dan Keterbatasan	92
5.2.1 Kendala	92
5.2.1 Keterbatasan	93
5.3 Saran	93
5.3.1 Saran Teoritis	93
5.3.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform media sosial yang digunakan di Indonesia tahun 2021	2
Gambar 1. 2 Top Brand Masker Wajah Terlaris Shopee dan Tokopedia (Periode 1-15 Oktober 2021)	6
Gambar 1. 3 Highlights Testimoni Pada Akun @camille.beauty	8
Gambar 1. 4 Giveaway Time dari Lea Gloria	9
Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Pemasaran	17
Gambar 3. 1 Foto Profile Fahmi Anwar	48
Gambar 4. 1 Logo Camille Beauty	52
Gambar 4. 2 Masker Varian Strawberry	53
Gambar 4. 3 Masker Varian Coffee	54
Gambar 4. 4 Masker Varian Greentea	54
Gambar 4. 5 Masker Varian Lemon	55
Gambar 4. 6 Masker Varian Milk	55
Gambar 4. 7 Masker Varian Chocolate	56
Gambar 4. 8 Strawberry Yoghurt Body Scrub	56
Gambar 4. 9 Little Pop Facemist	57
Gambar 4. 10 Post Testimoni di Instagram Camille Beauty	57
Gambar 4. 11 highlights di Instagram Camille Beauty	58
Gambar 4. 12 Giveaway Challenge Testimoni	59
Gambar 4. 13 Foto Profile Meutia	61
Gambar 4. 14 Foto Profile Shafira	61
Gambar 4. 15 Foto Profile Ainun	62
Gambar 4. 16 Foto Profil Ricky	63
Gambar 4. 17 Pemenang Giveaway Testimoni	69
Gambar 4. 18 Testimoni Key Informan	69
Gambar 4. 19 Like pada Postingan Terkait Testimoni	76
Gambar 4. 20 Jumlah Pengikut Instagram @camille.beauty	78
Gambar 4. 21 Komentar dalam unggahan	80
Gambar 4. 22 Testimoni Key Informan	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	31
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	40
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Transkrip Wawancara99