

Pomelo.

Judul Skripsi:

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING BRAND* POMELO *FASHION*
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Natasha Gabriella Siburian

NIM: 2110411186



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**



**STRATEGI *DIGITAL MARKETING BRAND* POMELO *FASHION*
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Disusun oleh

Natasha Gabriella Siburian (2110411186)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Natasha Gabriella Siburian

NIM : 2110411186

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidak akuratan dengan pernyataan diatas ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Desember 2024



Natasha Gabriella Siburian

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Natasha Gabriella Siburian*
NIM : *2110111186*
Fakultas : *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*
Program Studi : *SI Ilmu Komunikasi*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI DIGITAL MARKETING BRAND POMELO FASHION
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : *26 Desember 2021*

Yang menyatakan,



(Natasha Gabriella Siburian)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Natasha Gabriella Siburian
NIM : 2110411186
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Digital Marketing Brand Pomelo Fashion Indonesia
Dalam Meningkatkan Brand Awareness

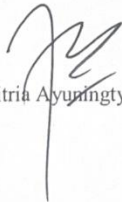
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Ratu Nadya W., S.Ikom, MM.

Penguji 1



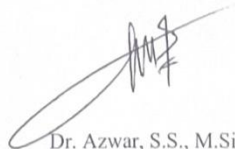
Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si.

Penguji 2



Anindita Lintangdesi A, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Januari 2025

Strategi *Digital Marketing Brand Pomelo Fashion* Indonesia Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

NATASHA GABRIELLA SIBURIAN

Abstrak

Persaingan industri *fashion* di Indonesia semakin ketat dengan cepatnya perubahan preferensi konsumen dan tren yang berkembang. Hal ini dipengaruhi oleh globalisasi serta kemajuan informasi dan teknologi, yang mempercepat pertukaran informasi dan memperbanyak pilihan bagi konsumen. *Pomelo Fashion* merupakan brand *fashion* wanita asal Thailand yang menjadi salah satu pelopor brand *fashion omnichannel* di Indonesia. *Pomelo* memanfaatkan strategi *digital marketing* untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* *Pomelo Fashion* Indonesia dalam meningkatkan brand awareness. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teori *Integrated Marketing Communication* sebagai landasan. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan lima informan yang berasal dari internal dan eksternal *Pomelo Fashion* Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand *Pomelo Fashion* Indonesia belum mencapai posisi *top of mind* di pasar industri *fashion* Indonesia. Oleh karena itu, perlu dilakukan optimalisasi strategi *digital marketing*, termasuk memperkuat konten produk baru, kampanye *digital* tentang keberlanjutan, serta meningkatkan keterlibatan dengan komunitas *Pomelo Girls*.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Digital Marketing, Pomelo Fashion*

***Digital Marketing Strategy of Pomelo Fashion Indonesia in Building
Brand Awareness***

NATASHA GABRIELLA SIBURIAN

Abstract

The competition in the fashion industry in Indonesia is becoming increasingly intense due to the rapid changes in consumer preferences and emerging trends. This is influenced by globalization and advancements in information and technology, which accelerate the exchange of information and provide consumers with more choices. Pomelo Fashion, a women's fashion brand from Thailand, has become one of the pioneers of omnichannel fashion brands in Indonesia. Pomelo utilizes digital marketing strategies to compete in this highly competitive market. This study aims to analyze Pomelo Fashion Indonesia's digital marketing strategies in enhancing brand awareness. A descriptive qualitative approach is used, with Integrated Marketing Communication theory as the foundation. Data were collected through interviews with five informants from both the internal and external sides of Pomelo Fashion Indonesia. The findings indicate that Pomelo Fashion Indonesia has not yet reached the top-of-mind position in the Indonesian fashion industry market. Therefore, it is necessary to optimize the digital marketing strategy, including strengthening content about new arrivals, digital campaigns on sustainability, and enhancing engagement with the Pomelo Girls community.

Keywords: Brand Awareness, Digital Marketing, Pomelo Fashion

KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, anugerah, dan bimbingan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Digital Marketing Brand Pomelo Fashion Indonesia dalam Meningkatkan Brand Awareness. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Peneliti dengan penuh rasa syukur menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan penghargaan, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penyusunan laporan ini, antara lain yaitu:

1. Bapak Dr. Anter Venus, MA.Comm selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).
3. Miss Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si, Bapak Anwar Ilmar, S.Sos, M.I.P, dan Bapak Musa Maliki, Ph. D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).
4. Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
5. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta atas bimbingan dan arahan mereka yang penuh kasih selama penulis menjalani kegiatan magang. Penulis sangat menghargai dukungan mereka, baik secara mental maupun materiil yang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap kelancaran dan kesuksesan skripsi penulis.
6. Kak Ratu Nadya W., S.Ikom., MM. sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang telah sangat banyak membantu penulis dan menuntun penulis, meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Natasya Esa, sebagai teman yang selalu mendampingi penulis sejak pertama kali masuk kuliah hingga saat ini, serta senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
8. Viera, Yemima, Jesicha, Chela, Calista yang selalu menemani penulis disaat susah-senang, selalu menghibur, menyemangati, dan mendukung penulis dalam doa.
9. Yohana, Aulia, Jesica, Syifa, Rahma, dan Diva yang menemani penulis selama masa perkuliahan dan selalu memberikan *support* untuk penulis.
10. Teman-teman Cool Profesional Bintaro yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam doa untuk penulis.
11. *Strong Independent Women* yang merupakan teman-teman penulis sejak masa SMA yang selalu ada dan membantu penulis selama proses pengerjaan skripsi.
12. Ci Michelle Natalia Muliadi selaku Head Marketing Pomelo yang telah membimbing penulis mulai dari magang sampai menjadi *marketing communication officer* di Pomelo Fashion Indonesia.
13. Seluruh tim Pomelo yang telah serta membantu penulis dalam penulisan skripsi, bekerja sama, memberikan ilmu dan support kepada penulis mulai dari penulis melaksanakan magang sampai menjadi karyawan tetap di Pomelo Fashion Indonesia.
14. Kak Daniel, Kak Meyske, Kak Faldo, Kak Tata selaku kakak-kakak rohani penulis yang selalu memberikan support, membimbing, menghibur, dan mendukung penulis dalam doa.
15. Teman-teman seperjuangan yang sedang menyelesaikan skripsi hingga saat ini.
16. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan namanya satu per satu atas segala bantuan dan support yang diberikan pada peneliti.

Semoga Tuhan senantiasa memberkati kita. Harapan penulis, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan dapat turut berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Akademik	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Konsep-konsep penelitian	24
2.2.1 Periklanan.....	24
2.2.2 <i>New Media</i>	25
2.2.3 <i>Digital Marketing</i>	27
2.2.4 <i>Strategi Digital Marketing</i>	30
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	33
2.3 Teori Penelitian	34
2.4 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41

3.4	Sumber Data	43
3.5	Teknik Analisis Data	45
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	45
3.5.2	Teknik Keabsahan Data	46
3.6	Jadwal Penelitian	47
3.6.1	Tempat Penelitian.....	47
3.6.2	Waktu Penelitian	48
	Sumber: Olahan Peneliti (2024)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Analisis.....	54
4.2.2	Pembahasan.....	89
BAB V PENUTUP		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran	103
5.2.1	Saran Praktis	104
5.2.2	Saran Akademis	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	44
Tabel 3. 2 Rencana Waktu	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Store Pomelo Emquartier Bangkok	2
Gambar 1. 2	Produk kolaborasi brand Pomelo Fashion dengan Aristotle.....	5
Gambar 1. 3	Pusat perbelanjaan baju Bangkok “Little Bangkok”	6
Gambar 1. 4	<i>Logo Pomelo</i>	6
Gambar 1. 5	Diagram Penggunaan Platform Media Sosial di Indonesia	8
Gambar 2. 1	Piramida Brand Awareness.....	34
Gambar 2. 2	Diagram Integrasi Komunikasi Pemasaran	36
Gambar 2. 3	Kerangka Berpikir Penelitian	37
Gambar 3. 1	Website Pomelo Fashion Indonesia.....	38
Gambar 3. 2	Media Sosial Instagram Pomelo Fashion Indonesia.....	39
Gambar 3. 3	Media Sosial Tiktok Pomelo Fashion Indonesia	39
Gambar 3. 4	E-mail blast Pomelo Fashion Indonesia	39
Gambar 3. 5	Mobile App Pomelo Fashion Indonesia	40
Gambar 4. 1	Logo Pomelo Fashion	49
Gambar 4. 2	Logo PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.....	51
Gambar 4. 3	Struktur Perusahaan PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.....	52
Gambar 4. 4	Konten Mix and Match Pomelo.....	63
Gambar 4. 5	Interaksi dengan followers Instagram Pomelo	67
Gambar 4. 6	Post KOL Pomelo	69
Gambar 4. 7	KOL Report	70
Gambar 4. 8	Matriks Pengukuran Traffic Website dan Aplikasi Pomelo	74
Gambar 4. 9	Kolaborasi Pomelo dengan Mad Coco	80
Gambar 4. 10	<i>Event Bersama Pomelo Girls</i>	81
Gambar 4. 11	Event Indonesia Retail Summit 2024	85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4 Berkas-berkas Penelitian