

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU UNTUK
MENYIKAPI PUBLISITAS NEGATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@esqacosmetics**

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

Nama : Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih

NIM : 2110411311



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



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU UNTUK
MENYIKAPI PUBLISITAS NEGATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

@esqacosmetics

SKRIPSI

Disusun oleh

Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih (2110411311)

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

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih

NIM : 2110411311

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih
NIM : 2110411311
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 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 KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENYIKAPI PUBLISITAS NEGATIF DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @ESQCOSMETICS)

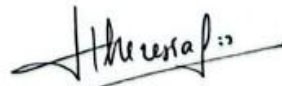
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 19 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih)

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Theresia Avilla Resti Ayu Marganingsih
NIM : 2110411311
PROGRAM STUDI : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
JUDUL : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Menyikapi Publisitas Negatif di Media Sosial Instagram @esqacosmetics

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



(Windhi Tia Saputra, M.Si)

Penguji 1



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2



(Ratu Nadya W. S.I.Kom, M.M)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Uljanatunnisa, S.Sos., MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Januari 2026

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU UNTUK
MENYIKAPI PUBLISITAS NEGATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@esqacosmetics**

THERESIA AVILLA RESTI AYU MARGANINGSIH

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumennya, termasuk dalam menghadapi publisitas negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bentuk strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh ESQA dalam menyikapi publisitas negatif yang muncul di media sosial, khususnya Instagram, akibat aksi boikot yang dipicu oleh tindakan salah satu pendirinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, serta teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi dengan mengacu pada konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ESQA menerapkan berbagai strategi seperti klarifikasi publik, donasi kemanusiaan, penguatan komunitas, serta kolaborasi dengan influencer. Namun, efektivitas strategi tersebut masih memiliki keterbatasan, seperti kurangnya komunikasi dua arah dan persepsi masyarakat yang belum sepenuhnya pulih. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang cepat, konsisten, dan adaptif sangat penting untuk memulihkan citra merek dan menjaga kepercayaan konsumen di era digital.

Kata kunci: ESQA, IMC, Instagram, Media Sosial, Publisitas Negatif, Strategi Komunikasi Pemasaran

**INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY TO
ADDRESS NEGATIVE PUBLICITY ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM
@ESQACOSMETICS**

THERESIA AVILLA RESTI AYU MARGANINGSIH

ABSTRACT

The growth of social media has significantly transformed how companies interact with consumers, especially in addressing negative publicity. This study aims to analyze the marketing communication strategies used by ESQA to respond to negative publicity that emerged on social media, particularly Instagram, triggered by a boycott following a controversial action by one of its founders. This research uses a qualitative approach with a descriptive method and collects data through in-depth interviews and documentation, based on the concept of Integrated Marketing Communication (IMC). The findings show that ESQA employed various strategies such as public clarification, humanitarian donations, community reinforcement, and influencer collaboration. However, the effectiveness of these strategies was limited by insufficient two-way communication and a lingering negative public perception. The study concludes that a fast, consistent, and adaptive marketing communication strategy is essential to restore brand image and maintain consumer trust in the digital era.

Keywords: *ESQA, IMC, Instagram, Marketing Communication Strategy, Negative Publicity, Social Media*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Menyikapi Publisitas Negatif di Media Sosial Instagram @esqacosmetics”, yang dilaksanakan sejak bulan Agustus 2024 hingga Januari 2026 dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih tak terhingga juga peneliti ucapkan kepada orang tua dan kakak peneliti, karena berkat dukungan mereka peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat doa, dukungan, dan bantuan dari banyak pihak, maka dari itu terima kasih peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. 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 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
3. Kak Uljatunnisa, S.Sos. MA Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Mas Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar telah membimbing saya dari awal penyusunan skripsi hingga akhir.
5. Kak Dr. Witanti Prihatiningsih, S.sos selaku dosen penguji 1 dan Kak Ratu Nadya Wahyuningratna, S.I.Kom. MM selaku dosen penguji 2.
6. Kepada seluruh informan dalam penelitian ini, terima kasih telah meluangkan waktunya dan bersedia memberikan informasi sebagai data penelitian ini.
7. Teruntuk sahabat peneliti Intan, Ray, Aubrey, Elsy, teman seperjuangan skripsi peneliti. Terima kasih sudah menjadi support system yang baik untuk satu sama lain, terima kasih sudah menemani peneliti dari awal proses penyusunan skripsi hingga selesai.
8. Kepada Arya dan Arimbi yang telah menemani peneliti dalam proses pengambilan data.
9. Kepada Kakak, Abang, Teman-teman, dan Adik-adik PSM Gita Advayatva, terkhusus Bang Wira, Bang Varell, Jeleo, Kak Anidha, Kak Namira, , Napan, dan Kakak, Abang, Teman-teman PSM Gita Advayatva lainnya.
10. Kepada teman-teman “Calon Orang Sukses” Dita, Ervira, Falika, Jasmine, dan Revi. Terima kasih sudah menemani, membimbing dan mendukung peneliti selama di perkuliahan terkhusus selama proses penyusunan skripsi.
11. Teruntuk teman-teman “Serius Dulu Yuk”, Elsy, Defi, Dino, Noel, Nico, terima kasih sudah selalu menemani peneliti mulai dari bangku sekolah hingga saat ini, terima kasih untuk segala doa yang diberikan. Semoga kalian sukses dan bahagia selalu serta selalu berada dalam lindungan Tuhan.
12. Dan teruntuk pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, Peneliti sangat berterima kasih atas segala bentuk dukungan yang telah kalian berikan. Semoga kiranya kalian semua selalu bahagia dan senantiasa berada dalam lindungan Tuhan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian ikut rumusan masalah.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori dan Konsep Penelitian.....	21
2.2.1 Komunikasi.....	21
2.2.2 <i>Publisitas Negatif</i>	28
2.2.3 Media Sosial.....	29
2.2.4 Instagram.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Objek Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Wawancara.....	35
3.4 Sumber Data.....	37
3.4.1 Data Primer.....	37

3.4.2	Data Sekunder	38
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	40
3.7	Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Tentang ESQA Cosmetics	45
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	ESQA Dalam Mengelola dan Merespons Publisitas Negatif di Media Sosial	49
4.2.2	Kesesuaian Strategi Digital Marketing ESQA dengan Keinginan Perusahaan dalam Mengembalikan Citra Perusahaan.....	62
4.3	Pembahasan.....	65
4.3.1	ESQA Dalam Menangani Publisitas Negatif	65
4.3.2	Kesesuaian Dalam Menangani Publisitas Negatif	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Informan Penelitian	36
Tabel 2 Tabel Jadwal Penelitian	43
Tabel 3 Tabel <i>Content Plan</i> ESQA	54
Tabel 4 Tabel Elemen IMC yang telah dilakukan ESQA.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Angelina Cindy Menyukai Postingan Gal Gadot	2
Gambar 2 Klarifikasi Angelina Cindy.....	3
Gambar 3 Klarifikasi ESQA	3
Gambar 4 Komentar Publisitas Negatif di Instagram @esqacosmetics	5
Gambar 5 Akun Instagram ESQA	31
Gambar 6 Struktur Teknik Analisis Miles dan Huberman	37
Gambar 7 Struktur Triangulasi Sumber	40
Gambar 8 Logo Utama ESQA	43
Gambar 9 Instagram ESQA	45
Gambar 10 Postingan Instagram ESQA	46
Gambar 11 Komentar Negatif di Instagram ESQA	49
Gambar 12 Komentar Salah Satu Followers Setelah Adanya Klarifikasi	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup Peneliti	75
Lampiran 2	Kontrak Penulisan Skripsi	76
Lampiran 3	Kartu Bimbingan	77
Lampiran 4	Transkrip Wawancara	78
Lampiran 5	Dokumen Penelitian	100
Lampiran 6	Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	103