

**Strategi *Content Marketing* sebagai Upaya Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Pastella Indonesia
(Analisis Model AISAS pada Akun Instagram dan TikTok
Pastella Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

ALVIRA FEBRIAN PRISTIANA

NBI: 1152000094

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2024**

**Strategi *Content Marketing* sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas
Pelanggan Pastella Indonesia
(Analisis Model AISAS pada Akun Instagram dan TikTok
Pastella Indonesia)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

ALVIRA FEBRIAN PRISTIANA

NBI 1152000094

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Alvira Febrina Pristiana**

NPM : **1152000094**

Judul : **Strategi *Content Marketing* sebagai Upaya
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pastella
Indonesia (Analisis Model AISAS pada Akun
Instagram dan TikTok Pastella Indonesia)**

Surabaya, 08 Juli 2024

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing 1

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103

Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom
NPP 20150200830

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 08 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. Maulana Arief, S. Sos., M. Ikom
Ketua
2. Novan Andrianto, S.I.Kom, M.I.Kom
Anggota
3. Herlina Kusumaningrum, S.Sos., MA
Anggota



Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Drs. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP 20120870103

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Alvira Febrian Pristiana
NBI : 1152000094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi *Content Marketing* sebagai Upaya
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pastella Indonesia
(Analisis Model AISAS pada Akun Instagram dan TikTok
Pastella Indonesia)

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau/ karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Passal 70).

Surabaya, 08 Juli 2024

membuat pernyataan



(Alvira Febrian Pristiana)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : pcrpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvira Febrian Pristiana
NBI : 1152000094
Fakultaa : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Strategi *Content Marketing* sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pastella Indonesia (Analisis Model AISAS pada Akun Instagram dan TikTok Pastella Indonesia)”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 08 Juli 2024

Menyatakan,

(Alvira Febrian Pristiana)

KATA PENGANTAR

Dengan berkah dan rahmat Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Dengan ridho-Nya, serta semangat, doa, dan dukungan dari orang-orang terdekat, peneliti tentunya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan memenuhi syarat untuk meraih gelar sarjana. "Strategi Content Marketing sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pastella Indonesia (Analisis AISAS pada Akun Instagram dan TikTok Pastella Indonesia)". Usaha penelitian ini tentunya akan berhasil dengan ridho Allah SWT serta bantuan, dorongan, dan syafaat dari orang-orang terdekat peneliti. Para dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penelitian ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan oleh karena itu bersama dengan ini peneliti meminta maaf terkait kekurangannya. Dengan harapan dapat membantu para pembaca dan akademisi serta menjadi sumber informasi dan wawasan baru bagi para peneliti di masa mendatang yang ingin melakukan penelitian serupa.

Surabaya, 08 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan

Alvira Febrian Pristana

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi *Content Marketing* sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pastella Indonesia (Analisis Model AISAS pada Akun Instagram dan TikTok Pastella Indonesia)”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinati, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom. M.Med.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Maulana Arief, S.Sos., MA dan Dr. Widiyatmo Ekoputro, MA selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membantu penulis melakukan penyusunan penelitian.
5. Seluruh dosen pengajar dan staff program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan dari awal hingga akhir selama perkuliahan.
6. Bapak Sutriyono, SH dan Ibu Septiani Trisnita, SH selaku orang tua terimakasih telah melangitkan semua doa dan pengorbanan yang telah diberikan untuk kehidupan penulis. Terima kasih karena telah memberikan kepercayaan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Astrid Octaviani Pristiana, SH selaku kakak Perempuan penulis. Terima kasih sudah turut berkorban dan memberi dukungan dalam proses pendidikan penulis. Terima kasih sudah menjadi kakak yang baik, pengertian, dan selalu mendoakan yang terbaik di setiap progres pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada pemilik NIP 113-05032002-1-0107-060 selaku teman bahagia penulis. Terima kasih telah meluangkan semua waktu untuk menemani penulis pada setiap waktu bimbingan dan proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih karena telah memberikan rasa cinta yang tulus kepada penulis.

9. Kepada pemilik NBI 1152000093 dan 1152000100 selaku sahabat dari mahasiswa baru. Terima kasih sudah saling support atas segala aktivitas oendidikan yang sedang sama-sama dijalani mulai dari kegiatan hima, dan lain-lain. Semoga kesuksesan selalu menyertai kalian.
10. Kepada teman-teman HIMAKOTA angkatan 2020 terima kasih atas segala bentuk ptoteksi, motivasi, afeksi, dan saran yang membangun baik untuk Skripsi maupun kehidupan penulis.
11. Ibu HRD Rizqi Fitria Damayanti, ST selaku sahabat penulis sejak SMA. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk menjadi pendengar yang baik dan tempat berkeluh kesah selama pengerjaan Skripsi ini.
12. Kepada Pastella Indonesia yang bersedia dijadikan objek penelitian. Novianah Dwi selaku *owner* dan juga *staff* yang lain.
13. Kepada semua orang-orang terdekat yang tidak bisa disebutkana satu-satu. Terima kasih karena telah memberikan dukungan penuh untuk penulis menyelesaikan Skripsi ini dengan bantuan doa serta support dari kalian semua.
14. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebut namanya, yang memberikan semangat dan yang berkata akan menunggu hingga kelulusan penulis, walau nyatanya dia tidak mampu menepati janjinya. Terima kasih untuk patah hati yang diberikan saat akan memulai proses Skripsi ini. Guru terbaik yaitu pengalaman pendewasaan untuk belajar ikhlas, sabar, dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses menghadapi dinamika kehidupan. Karena hidup setiap harinya adalah pembelajaran, pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya.
15. *Last but not least, for myself. Thank you because you have survived in any situation, thank you because you are strong to face whatever is in front of you, and thank you because you have tried to be yourself.*

“It will pass, everything you`ve gone through it will pass”

-rv-

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya.

ABSTRAK

Berkembangnya pola pemasaran berdasarkan perkembangan teknologi komunikasi menjadi sesuatu yang menguntungkan dalam sektor bisnis. Model pemasaran yang juga mengalami perkembangan memudahkan pelaku bisnis dalam melakukan promosi sebagai upaya pengembangan salah satunya menjaga loyalitas pelanggan. Model pemasaran AISAS menjadi salah satu teknik analisis yang dapat dilakukan pada strategi *content marketing* pada sebuah *brand*. Pastella Indonesia merupakan salah satu bisnis yang melakukan strategi *content marketing* sebagai upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam kajian ini, peneliti ingin mengungkap keberhasilan *content marketing* di media sosial dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan Pastella Indonesia.

Kata Kunci: Pemasaran, AISAS, *Content marketing*, Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The development of marketing patterns based on developments in communication technology has become something profitable in the business sector. The marketing model which is also experiencing development makes it easier for business people to carry out promotions as a development effort, one of which is maintaining customer loyalty. The AISAS marketing model is an analysis technique that can be used in a brand's content marketing strategy. Pastella Indonesia is one of the businesses that implements a content marketing strategy as an effort to maintain customer loyalty. In this research, researchers want to reveal the success of content marketing on social media in an effort to maintain Pastella Indonesia customer loyalty.

Keywords: Marketing, AISAS, Content Marketing, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	16
PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Masalah	16
1.2 Fokus Penelitian	19
1.3 Pertanyaan Penelitian	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II	22
KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Landasan Teori	27
2.3 Landasan Konsep	33
2.4 Kerangka Berpikir	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Pendekatan Penelitian	36

3.2	Jenis Penelitian.....	36
3.3	Objek dan Subjek Penelitian	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
3.6	Keabsahan Data.....	41
BAB IV		42
HASIL PENELITIAN.....		42
4.1	Deskripsi Subjek/Objek Penelitian.....	42
4.2	Hasil Penelitian	45
4.3	Pembahasan.....	60
BAB V.....		78
KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.5.2-1 Penelitian Terdahulu (Sumber: Diolah Peneliti, 2024).....	7
Tabel 3.4.2-1 Kriteria Informan (Sumber: Diolah peneliti, 2024).....	23
Tabel 4.3.1-1 Brief konten Instagram Pastella Indonesia.....	51
Tabel 4.3.1-2 Brief konten TikTok Pastella Indonesia	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5.1.1 Survei Meta & Bain 2022 (Sumber: Sribu.com)	1
Gambar 2.3.2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	20
Gambar 4.1.1.1 Logo Pastella Indonesia.....	27
Gambar 4.1.1.2 Akun Instagram Pastella Indonesia.....	28
Gambar 4.1.2.1 Akun TikTok Pastella Indonesia	29
Gambar 4.1.3.1 Akun e-commerce Pastella Indonesia.....	29
Gambar 4.2.1.1 Konten Story, Caption, dan Komentar Pastella Indonesia.....	31
Gambar 4.2.2.1 Konten TikTok (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	39
Gambar 4.2.2.2 Konten produk (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	40
Gambar 4.2.2.3 Video yang mengikuti tren (Sumber: TikTok/pastellaindonesia)	41
Gambar 4.2.2.4 Penggunaan tagar (Sumber: TikTok/pastellaindonesia)	42
Gambar 4.2.2.5 Informasi kontak (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	43
Gambar 4.2.2.6 Fitur interaksi di TikTok (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	44
Gambar 4.3.1.1 Commemorative content Payday Sale (Sumber: Instagram/pastellaindonesia)	46
Gambar 4.3.1.2 Konten Commemorative Payday Sale (Sumber: Instagram/pastellaindonesia)	49
Gambar 4.3.1.3 Konten Testimoni (Sumber: Instagram/pastellaindonesia)	50
Gambar 4.3.2.1 Konten TikTok (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	53
Gambar 4.3.2.2 Konten Pastella bersama Influencer lokal (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	54
Gambar 4.3.2.3 Konten dengan interaksi tertinggi (Sumber: TikTok/pastellaindonesia).....	55
Gambar 4.3.3.1 Review produk di Shoppe (Sumber: Shoppe/pastellaindonesia)	60
Gambar 4.3.3.2 Respon Pastella Indonesia terhadap review pelanggan (Sumber: Shopee/pastellaindonesia)	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan wawancara.....	54
Lampiran 2 Scripting wawancara.....	58
Lampiran 3 Dokumentasi	72
Lampiran 4 Instagram Pastella Indonesia.....	73
Lampiran 5 TikTok Pastella Indonesia.....	73
Lampiran 6 : Hasil Turnitin	74
Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....	75
Lampiran 8 Lembar revisi Dosen Penguji 1.....	77
Lampiran 9 Lembar revisi Dosen Penguji 2.....	78
Lampiran 10 Lembar revisi Dosen Penguji 3.....	79