

**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS OHS (OH SEMMY) MAKE-  
UP DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI SOCIAL MEDIA**

**Artikel Ilmiah**

**Diajukan kepada**

**Fakultas Teknologi Informasi**

**untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Peneliti:**

**Kevin Alvaro Biantoro (602016012)**

**Dra. Lina Sinatra Wijaya, MA  
George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom**

**1956**

**Program Studi Teknik Informatika**

**Fakultas Teknologi Informasi**

**Universitas Kristen Satya Wacana**

**Salatiga**

**Mei 2023**

## Pernyataan

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Kevin Alvaro Biantoro  
NIM : 602016012  
Program Studi : S1 Hubungan Masyarakat  
Fakultas : Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS OHS (OH SEMMY) MAKE-UP  
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI SOCIAL MEDIA**

yang dibimbing oleh:

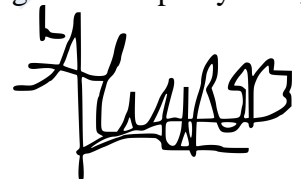
1. Dra. Lina Sinatra Wijaya, MA
2. George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom.

adalah benar-benar hasil karya saya.

Di dalam tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau gambar serta simbol yang saya aku seolah-olah sebagai karya saya tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumber aslinya.

Salatiga, 03 Mei 2023

Yang memberi pernyataan,



Kevin Alvaro Biantoro

## **ABSTRACT**

*OHS Make-up Artist is one of the male make-up artists in Malang City. It becomes a big challenge for a man to compete in the world of the Make-up Artists which women dominate. Therefore, we need a marketing strategy that can increase sales volume from time to time. The purpose of this study was to analyze the marketing public relations strategy of OHS Make-up Artists in building brand awareness through social media. This is descriptive qualitative research. This study uses observation, interviews, and documentation as data collection techniques with the target population of the general public in the city of Malang aged between 18 to more than 30 years. The result of the study indicates that OHS Make-up Artist uses a push strategy, namely, using social media (Whatsapp & Instagram) as a medium of communication and information. It also uses Advertising on Instagram stories, as well as being a sponsor for some photoshoot events. At the same time, the pull strategy is in the form of collaboration with beauty products and influencers as promotion (re-branding) and portfolio enhancement. At the brand awareness level, OHS Make-up Artist is in the Brand Recognition position because people still need a stimulus to get to know OHS Make-up Artist's service products.*

*Keywords: Communication Strategy, Marketing Public Relations, Brand Awareness, Social Media, Make-up Artist.*

## **ABSTRAK**

*OHS Make-up Artist merupakan salah satu make-up artist pria yang ada di Kota Malang. Menjadi sebuah tantangan besar sebagai seorang pria bersaing dalam dunia make-up artist yang didominasi oleh wanita. Dari itu diperlukan sebuah strategi pemasaran yang dapat meningkatkan volume penjualan dari waktu ke waktu. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi marketing public relations dari OHS Make-up Artist dalam membangun brand awareness melalui social media. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data dengan target sasaran masyarakat umum di Kota Malang yang berusia antara 18 hingga lebih dari 30 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa OHS Make-up Artist menggunakan pull strategy yaitu dengan menggunakan social media (Whatsapp dan Instagram) sebagai media komunikasi dan informasi dari OHS Make-up Artist. Selain itu juga menggunakan advertising (poster) pada media sosial Instagram, serta menjadi sponsorship dalam beberapa kegiatan-kegiatan pemotretan. Sedangkan pull strategy dilakukan kerjasama dengan produk kecantikan dan influencer sebagai bentuk promosi (re-branding) juga sebagai peningkatan portofolio. Pada tingkat brand awareness OHS Make-up Artist berada pada posisi Brand Recognition karena masyarakat masih membutuhkan stimulus untuk dapat mengenal produk jasa OHS Make-up Artist.*

*Keywords: Strategi Komunikasi, Marketing Public Relations, Brand Awareness, SocialMedia, Make-up Artist.*

## Lembar Pengesahan

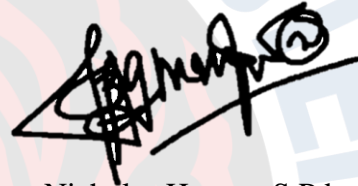
Judul Artikel : STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS OHS (OH SEMMY) MAKE-UP DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI SOCIAL MEDIA.  
Nama Mahasiswa : KEVIN ALVARO Biantoro  
NIM : 602016012  
Program Studi : Public Relations  
Fakultas : Teknologi Informasi

Menyetujui,



Dra. Lina Sinatra Wijaya, MA.

Pembimbing 1



George Nicholas Huwae, S.Pd.,

M.I.Kom.

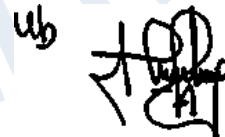
Pembimbing 2

Mengesahkan,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc.,

Ph.D.  
Dekan

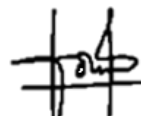


Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.

Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus Proses Review Tanggal : (23 Agustus 2022)

Reviewer :



- Zon Vanel, S.Sos., M.Si.
- 

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana  
repository.uksw.edu



**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS OHS  
(OH SEMMY) MAKE-UP DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS MELALUI SOCIAL MEDIA.**

Oleh,

**KEVIN ALVARO BIANTORO  
602016012**

**LAPORAN PENELITIAN**

Diajukan Kepada Program Studi Public Relation guna memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (*isi dengan gelar yang akan didapat, tidak disingkat*)

Disetujui oleh,



Dra. Lina Sinatra Wijaya, MA.  
Pembimbing 1

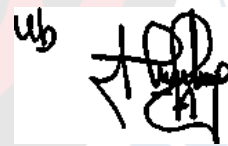


George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom.  
Pembimbing 2

Diketahui oleh,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.  
Dekan



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.  
Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS OHS  
(OH SEMMY) MAKE-UP DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS MELALUI SOCIAL MEDIA.**

Oleh,

**KEVIN ALVARO BIANTORO  
602016012**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Kepada Program Studi Public Relation guna memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (*isi dengan gelar yang akan didapat, tidak disingkat*)

Disetujui oleh,



Dra. Lina Sinatra Wijaya, MA.  
Pembimbing 1

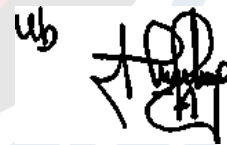


George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom.  
Pembimbing 2

Diketahui oleh,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.  
Dekan



Dr. Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si.  
Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA**

**2023**



FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

Jl. Dr. O Notohamidjojo Blotongan Salatiga

Telepon: 0298-321212 (Hunting)

Fax. (0298) 321433

E-mail: [fti@uksw.edu](mailto:fti@uksw.edu)

Salatiga 50715-INDONESIA



Dengan mempertimbangkan isi dari jurnal mahasiswa :

Nama Mahasiswa : KEVIN ALVARO BIANTORO

NIM :602016012

Maka jurnal ini dinyatakan :

- LAYAK TERBIT  
 TIDAK LAYAK TERBIT  
 TELAH DIPUBLIKASIKAN\*

\*Nama jurnal/prosiding : Preciuos – Public Relations Journal/ Artikel diterbitkan pada Volume 3 No.1 Oktober-April 2023