

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir dengan judul “Implementasi Inbound Marketing Shopee NoonaKu Signature sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Pemegang sangat menyadari keterbatasan yang pemegang miliki dan pemegang sadar tanpa doa, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu pemegang mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam proses pengerjaan sampai dengan penyelesaian Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Dr. Naniek Novijanti Setijadi, S.Pd, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 3) Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan serta banyak masukan kepada Pemegang.

- 4) Selvi Siregar, S.Sos., M.Si., M.B.A., M.I.Kom. selaku Dosen Co. Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan serta banyak masukan kepada Pemagang.
- 5) Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing Akademik sekaligus ketua penguji Tugas Akhir yang selalu membantu dan memantau perkembangan akademik pemagang selama proses perkuliahan.
- 6) Carly Stiana Scheffer Sumampow, S.Sos., M.Comn., selaku Koordinator Tugas Akhir dan penguji Tugas Akhir yang membantu dan menguji pemagang dalam menyelesaikan Tugas Akhir dan memberikan pengumuman.
- 7) Jumadal Simamora, S.Sos., M.I.Kom., selaku Koordinator Tugas Akhir yang membantu Pemagang dalam menyelesaikan Tugas Akhir dan memberikan pengumuman.
- 8) Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan dan dibagikan kepada pemagang selama tiga tahun masa perkuliahan.
- 9) Pritti Putri Tambunan selaku supervisor pemagang pada laporan ini yang dengan sabar membimbing dan memberikan penjelasan mengenai pekerjaan selama proses magang berlangsung.
- 10) PT. NoonaKu Desain Indonesia dan Team yang telah memberikan kesempatan pada pemagang untuk menambah wawasan serta pengalaman pada dunia kerja, saling support satu dengan yang lain serta menjadi teman pemagang selama proses magang berlangsung.

11) Eugenia, Stefanny, Zakia, Amel, Steven selalu teman bermain dan bertukar pikiran selama proses perkuliahan dan penulisan Tugas Akhir.

12) HMPS Ilmu Komunikasi UPH 2017 sampai 2020 dan semua teman-teman panitia acara yang pemegang ikut selama perkuliahan dan telah mengisi hari-hari pemegang selama perkuliahan yang tidak akan terlupakan.

13) Michelle Selina selalu teman baik pemegang dari SMP dan roommate pemegang selama pemegang tinggal di Karawaci dan menjadi teman berbagi suka dan duka walau berbeda jurusan.

14) Semua teman perkuliahan dan teman SD-SMA yang masih dekat sehingga membuat lingkungan pertemanan pemegang semakin luas.

15) Keluarga yang sudah membantu pemegang dalam menyelesaikan serta memberi dukungan pada pemegang dari awal sampai dengan sekarang.

Akhir kata, pemegang sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat berharga dan bermanfaat bagi pemegang. Besar harapan pemegang Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 5 Januari 2021

Nathania Amanda

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMANAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UGGAH MANDIRI	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	9
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Magang.....	9
1.4 Lokasi dan Waktu Magang.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi.....	11
2.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	12
2.3 <i>Digital Marketing</i>	14
2.4 <i>E-commerce</i>	15
2.5 <i>Inbound Marketing</i>	15
BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN & URAIAN PELAKSANAAN MAGANG	
3.1 PT. NoonaKu Desain Indonesia	22
3.1.1 Visi, Misi.....	24
3.1.2 Tagline Perusahaan	25
3.1.3 Filosofi NoonaKu.....	25
3.1.4 Pencapaian NoonaKu.....	26
3.1.5 Tujuan dan Target Pasar	26
3.1.6 Produk <i>Knowledge</i>	27
3.1.7 Struktur Perusahaan	29
3.2 Pelaksanaan Magang	31
3.2.1 Kegiatan Lingkup Administratif.....	31
3.2.2 Kegiatan Lingkup Operasional	32
BAB 4 URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	
4. 1 Uraian Magang	33
4.1.1 Uraian Magang Operasional	34
4. 2 Pembahasan Magang	69
4.2.1 Peran Komunikasi.....	70
4. 2.2 Implementasi <i>Integrated Marketing Communication</i>	70
4.2.3 Fungsi <i>Inbound Marketing</i>	74

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	
TURN IT IN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Penelitian <i>Live Streaming Shopee</i>	4
Gambar 1.2 Hasil Penelitian Pengguna <i>Shopee Feeds</i>	4
Gambar 1.3 Diagram <i>Insight</i> Shopee NoonaKu	5
Gambar 1.4 Diagram <i>Insight</i> Instagram NoonaKu	6
Gambar 1.5 Pengumuman Pemenang Wira Usaha Muda Mandiri.....	7
Gambar 1.6 <i>Customer Testimonials</i>	8
Gambar 2.1 <i>Inbound Marketing Flywheel Model</i>	17
Gambar 3.1 Good News <i>WomanPreneur</i>	23
Gambar 3.2 Contoh <i>Product Daily Wear</i>	27
Gambar 3.3 Contoh Produk <i>Dress</i>	28
Gambar 3.4 Contoh Produk <i>New Normal</i>	28
Gambar 4.1 Contoh Unggahan Produk	35
Gambar 4.2 Contoh Hasil Unggahan Produk	36
Gambar 4.6 Contoh Tambahan Konten <i>Website</i>	38
Gambar 4.7 <i>Insight</i> Spark AR	39
Gambar 4.8 Contoh Saat <i>Filter</i> Digunakan	40
Gambar 4.9 <i>Feedback Customer</i> dari Instragram <i>Live</i>	41
Gambar 4.10 <i>Customer Engagement</i> Instagram	42
Gambar 4.17 Video Oktober <i>Collection</i>	49
Gambar 4.18 <i>Customer Engagement</i> Shopee <i>Story</i>	50
Gambar 4.19 Contoh Konten Shopee <i>Story</i>	51
Gambar 4.20 <i>Banner Homepage</i> Shopee	52
Gambar 4.21 <i>Rebranding</i> Instagram.....	53
Gambar 4.22 <i>Broadcast</i> Shopee	54
Gambar 4.23 Data Penjualan Pengguna <i>Voucher</i> Toko Shopee	55
Gambar 4.26 Data Penjualan <i>Flash Sale</i> Shopee.....	58
Gambar 4.27 Data Penjualan <i>Promo</i> Shopee	59
Gambar 4.30 Hasil Perdana <i>Live Sale</i> Instgram	62
Gambar 4.31 Tampilan <i>Kuisoner Feedback Customer</i>	63
Gambar 4.32 Hasil <i>Kuisoner Feedback Customer</i>	64
Gambar 4.43 Konten <i>Attract</i> Instagram <i>Feeds</i>	75
Gambar 4.46 Instagram <i>Story</i> Berisi Tujuan ke Shopee	78
Gambar 4.47 Instagram <i>Live</i>	79
Gambar 4.48 Instagram <i>Live Checkout</i> Shopee	80
Gambar 4.49 <i>Kuisoner Feedback</i> NoonaKu	80
Gambar 4.50 <i>Shopee Sale</i>	81
Gambar 4.51 Contoh Membalas <i>Chat</i> dan <i>Broadcast</i>	82
Gambar 4.52 Contoh Kritik dan saran Pelanggan.....	83
Gambar 4.53 Laporan Shopee NoonaKu	84
Gambar 4.54 Laporan Performa Pelayanan Shopee NoonaKu.....	85
Gambar 4.55 Laporan Hasil <i>Kuisoner</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Form Pengajuan Magang	A-1
Email Persetujuan Magang Dosen PA	A-2
Surat Pengantar Magang	A-3
Bukti Surat Penerimaan	A-4
Lembar Monitoring Pembimbing	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang	A-6
Daftar Evaluasi Kinerja Pemangang Tahap Akhir	A-7
Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang	A-8
Angket Pendapat Pemangag Terhadap Program Magang	A-9
Lembar Monitoring Supervisor Magang	A-10
Pernyataan Selesai Magang	A-13
Foto bersama Team NoonaKu Signature	A-14

