

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Karnila. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Eksave pada Bank EKA Kantor Pusat Metro, Volume 11(1), 40.
- Ambarsarie, R., Yunita, E., Sariyanti, M., (2019). Buku Saku Coping Stres pada Mahasiswa Generasi Z.
- Arisandy Y. & Satriawan R. (2018). Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah, Volume 4(1), 79.
- Belch , George E. & Belch, Michael A. (2018). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective*. The McGraw-Hill Companies.
- Casofa, F., Isa, A. (2013). Jagat Desain Grafis. Penerbit Bumi Aksara
- Ginting. Prof. Dr. Nembah Philip Hartimbul. (2023). Manajemen Pemasaran. Penerbit Yrama Widya.
- Gomez, K., Mawhinney, T., & Betts, K. (2018). *Welcome to Generation Z*. New & Deloitte.
- Ilhamsyah. (2021). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital, Penerbit Andi.
- Martowinangun, K., Lestari, D., Karyadi. (2019). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG, Volume 1(2), 6.
- Musman, Asti. (2021). *Copywriting* : Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat Membujuk, Penerbit Quadrant.

- Moriarty, Dkk. (2018). Advertising Edisi 8, Prenamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2016). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi. Penerbit Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Nurusholih, S. (2019). ANALISIS RETORIKA VISUAL KONTEN IKLAN PRODUK PADA ACCOUNT INSTAGRAM BANK BNI, Volume 4(2), 4.
- Pangestu, Risvi. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain dan Budaya, Volume 4. (Hal.161)
- Putra, Ricky W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan, Penerbit Andi.
- Rabbani, A., Dharmawan, A. (2021). *Event* Sebagai Komunikasi Pemasaran Untuk Mempromosikan Merek Lokal (Studi Kasus Pada Basha Market), Volume 4(2), 2.
- Rustan, Surianto. (2011). Huruf Font Tipografi, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Sudarma, I Komang. (2014). Fotografi, Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Penerbit Alfabeta.
- Syafikarani, Aisyi. (2019). KAJIAN KOMUNIKASI DIBALIK MAKNA *CAMPAIGN* A MILD “NANTI JUGA LO PAHAM”, Volume 21(2), 2.
- Tarigan, Aryanda Azman. (2022). Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger, Volume 2, 3.
- Unonongo, W., Warouw, D., Tulung, L. (2015). FUNGSI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN DAYA BELI GADGET SAMSUNG DI KOTA MANADO, Volume IV(5), 6

- Witabora, Joneta. (2012). Peran dan perkembangan Ilustrasi, Volume 3, 2.
- Yolanda, Wijanarko, H. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR, Volume 6(1), 93
- Zafira, A., Karnadi, H., Renaningtyas, L., Bambang, M. (2019). PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI PRODUK BUSANA "FERVOIRE", Volume 1(14), 3.
- Wolipop. (2015). Warna Rambut Baru Bisa Membuat Wanita Lebih Bahagia. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-2909373/penelitian-warna-rambut-baru-bisa-membuat-wanita-lebih-bahagia>, diperoleh pada 22 Maret 2023.
- Goodstats. (2023). Survei : Sebagian besar orang Indonesia Alami Permasalahan Rambut Rontok. <https://goodstats.id/article/survei-sebagian-besar-orang-indonesia-alami-rambut-rontok-ojtfz>, diperoleh pada 6 Agustus 2023.
- Liputan6. (2021). Perubahan gaya Rambut Drastis Bisa Cerminkan Kondisi Mental. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4706942/perubahan-gaya-rambut-drastis-bisa-cerminkan-kondisi-kesehatan-mental>, diperoleh pada 6 Agustus 2023.

## LAMPIRAN

### TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Satryo Dewanto

1. **Pertanyaan :** Malam kak ryo, sebelumnya kak ryo boleh perkenalan diri dahulu seperti nama lengkap dan jabatan, sudah berapa lama bekerja dengan Makarizo?

**Jawaban :** Haloo malam, oke jadi namaku Satryo Dewanto sama kaya di google meet ini ya, terus aku sekarang di divisi Marketing & Product Development Makarizo.

2. **Pertanyaan :** Wah, di divisi tersebut pekerjaannya ngapain saja kak?

**Jawaban :** Kalau di divisiku itu kita kerjanya bikin konten-konten promosi untuk yang marketing, kemudian untuk product development aku mengembangkan atau membuat produk dan varian baru, misalkan mau ditambah apa nih, apa produk buat rambut ketombe lah, rambut rontok lah, macam-macam yang sesuai dengan target market, atau apa yang lagi dibutuhin di masyarakat, begitu angel. Nah kalau marketing itu lebih ke pemasaran produk consumer kaya Makarizo hair energy.

3. **Pertanyaan :** Untuk produk consumer berarti yang di distribusikan di toko-toko gitu ya ka?

**Jawaban :** Betul, betul, bener banget!.

4. **Pertanyaan** : Oke kak, aku penasaran di Makarizo untuk produk konsumernya itu ada target market terkhususnya sendiri ngga sih kak? Khususnya disini karena aku ambil produk Vitacaps , nah itu tuh ada target marketnya ngga ya kak?

**Jawaban** : Kalau untuk target marketnya sendiri di Makarizo consumer itu ada 3 brand. Pertama itu Makarizo Hair Energy yang kamu pake, abis itu ada Makarizo Advisor, dan yang terakhir Makarizo T1. Nah brand-brand ini punya target market masing-masing. Terkhusus Makarizo Hair Energy, ada beberapa produk juga di dalamnya ada creambath, shampoo, conditioner, hair scentation, easy straight, vitacaps, dan ada vitaglitiz. Kalau hair energy ini target marketnya lebih ke anak muda sama kuliah, makanya kamu pake kan? Berarti kamu target market kita. Kisaran remaja menuju dewasa muda, makanya warna-warnanya warni-warni, colorful banget.

5. **Pertanyaan** : Berarti Vitacaps itu masuknya ke brand hair energy ya kak?

**Jawaban** : Yes, bener banget.

6. **Pertanyaan** : Kalau untuk distribusi Vitacaps gimana ka?

**Jawaban** : Nah sekarang emang lebih banyak yang Vitaglitiz dulu, untuk Vitacaps ini lagi masifnya di JABODETABEK aja. Sebenarnya vitaglitiz sama vitacaps itu mirip-mirip cuma beda format aja, kalau Vitaglitiz formatnya tube kalau vitacaps kapsul, gitu sih. Nah karena ini juga Vitacaps dibatasin distribusinya di jabodetabek karena rencananya mau di branding

ulang pemasarannya karena ada kebingungan antara vitaglitz dan vitacaps di masyarakat.

7. Pertanyaan : Aku kan liat di media sosial Instagram Makarizo udah jarang up Vitacaps, berarti karena alasan yang sama ya kak?

Jawaban : Iya betul, pintaar. Jadi kita istilahnya sedang mematikan komunikasi pemasarannya sampai ditemukan komunikasi promosi yang baru agar konsumen nanti ga bingung nih bedanya apasih Vitacaps Vitaglitz.

## SURAT KETERANGAN NARASUMBER PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

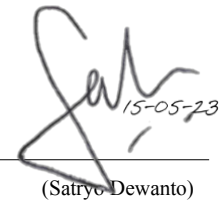
Nama : Satryo Dewanto  
Jabatan : Marketing & Product Development Makarizo Indonesia  
Alamat Kantor : JL. TB. Simatupang Kav. 89 RT 01 RW 02, Desa/Kelurahan Tanjung Barat, Kec. Jagakarsa, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta 12530

Adalah benar telah menjadi Narasumber untuk kegiatan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Vitacaps Primastic Shine & Color Reflect” yang mana pelaksanaan wawancara dilakukan pada :

Hari/tanggal : Rabu, 26 April 2023  
Tempat : Google Meet  
Waktu : 19.00 WIB – Selesai

Demikian surat ini penulis sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya, penulis ucapkan terima kasih.

....., .....



(Satryo Dewanto)

## SURAT KETERANGAN NARASUMBER PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anna Fatinasari

Pekerjaan : Market Research Intern,

Sekretariat Direktorat Digital Business - Telkom Indonesia

Adalah benar telah menjadi Narasumber untuk kegiatan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Vitacaps Primastic Shine & Color Reflect” yang mana pelaksanaan wawancara dilakukan pada :

Hari/tanggal : Sabtu, 6 Mei 2023

Tempat : Whatsapp

Waktu : 19.00 WIB - Selesai

Demikian surat ini penulis sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya, penulis ucapkan terima kasih.

**12-05-2023**



---

(Anna Fatinasari)



## SURAT KETERANGAN NARASUMBER PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nisrina Tazkiya Mubarak

Pekerjaan : Mahasiswi

Adalah benar telah menjadi Narasumber untuk kegiatan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Vitacaps Primastic Shine & Color Reflect” yang mana pelaksanaan wawancara dilakukan pada :

Hari/tanggal : Senin, 29 Mei 2023

Tempat : Whatsapp

Waktu : 18.00 WIB - Selesai

Demikian surat ini penulis sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya, penulis ucapkan terima kasih.

1-08-2023



---

(Nisrina Tazkiya Mubarak)

## SURAT KETERANGAN NARASUMBER PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alma Gracetia Revansa

Pekerjaan : Mahasiswi

Adalah benar telah menjadi Narasumber untuk kegiatan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Vitacaps Primastic Shine & Color Reflect” yang mana pelaksanaan wawancara dilakukan pada :

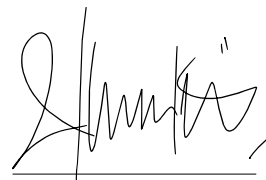
Hari/tanggal : Rabu, 24 Mei 2023

Tempat : Whatsapp

Waktu : 20.00 WIB - Selesai

Demikian surat ini penulis sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya, penulis ucapkan terima kasih.

Kamis, 3 Agustus 2023



(Alma Gracetia Revansa)