

**ELABORASI MEDIA PEMASARAN BERBASIS APLIKASI  
TERHADAP *FEEDBACK* KONSUMEN SOZO SKIN CLINIC MELALUI  
APLIKASI WHATSAPP DAN INSTAGRAM  
SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh:**

**ALYA MEUTIA NIDA**

**210900040**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA**

**2025**

***APPLICATION BASED MARKETING MEDIA ELABORATION ON CONSUMER FEEDBACK AT  
SOZO SKIN CLINIC THROUGH WHATSAPP AND INSTAGRAM APPLICATIONS***

***UNDERGRADUATE THESIS***

***Submitted as a partial requirement to obtain a Bachelor's Degree in Communication Science***



**Prepared by:**

**ALYA MEUTIA NIDA**

**210900040**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

**JAKARTA**

**2025**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA PERNYATAAN**  
**KEASLIAN/ORSINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri. tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

  
81AMX40309037  
Alya Meutia Nida

210900040

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITA SATYA  
NEGARA INDONESIA**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**NAMA** : Alya Meutia Nida  
**NIM** : 210900040  
**JUDUL** : Elaborasi Media Pemasaran Berbasis Aplikasi  
terhadap Feedback Konsumen Sozo Skin melalui  
Aplikasi WhatsApp dan Instagram.

**PROGRAM STUDI** : Ilmu Komunikasi  
**PEMINATAN** : Hubungan Masyarakat

Jakarta, Agustus 2025

Menyetujui

**Ketua Penguji**  
(Solten Rajagukguk Drs. M.M)

**Anggota Penguji I**  
(Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom)

**Anggota Penguji II**  
(Risqi Inayah Dwijayanti, S.I.Kom., M. I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Risqi Inayah Dwijayanti, S.I.Kom., M. I.Kom)

Dekan Fisip

(Dr. Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITA SATYA**

**NEGARA INDONESIA**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Alya Meutia Nida  
NIM : 210900040  
JUDUL : Elaborasi Media Pemasaran Berbasis Aplikasi terhadap  
Feedback Konsumen Sozo Skin melalui Aplikasi WhatsApp  
dan Instagram.  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat  
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 25 Juli 2025

Menyetujui

Pembimbing II

Pembimbing I

Helen Olivia S.I.kom., M.I.Kom

Solten Rajagukguk Drs. M.M

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Dekan Fisip

Risqi Inayah Dwijayanti, S.I.Kom., M. I.Kom

Dr. Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITA SATYA  
NEGARA INDONESIA**

NAMA : Alya Meutia Nida  
NIM : 210900040  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat  
JUDUL : Elaborasi Media Pemasaran Berbasis Aplikasi terhadap  
Feedback Konsumen Sozo Skin melalui Aplikasi WhatsApp  
dan Instagram.  
Jumlah Halaman : 193 halaman  
Bibliografi : 20 buku, 20 jurnal

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh elaborasi media pemasaran berbasis aplikasi terhadap feedback konsumen Sozo Skin Clinic. Masalah ini muncul karena tidak semua pesan promosi digital mampu membentuk tanggapan konsumen yang efektif.

Landasan teori menggunakan Elaboration Likelihood Model (ELM), yang menjelaskan bagaimana konsumen memproses informasi melalui jalur sentral dan perifer. Kajian pustaka juga membahas konsep elaborasi pesan, media aplikasi, dan feedback konsumen.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden, serta analisis data melalui uji validitas, reliabilitas, korelasi, dan regresi linier sederhana. Instrumen disusun dalam bentuk skala Likert yang mengukur persepsi terhadap pesan dan respons konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara elaborasi pesan promosi melalui aplikasi dengan feedback konsumen. Semakin tinggi pemahaman dan keterlibatan terhadap isi pesan, semakin positif respons yang diberikan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keberhasilan komunikasi digital sangat ditentukan oleh kualitas pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, strategi konten harus disusun dengan bahasa yang jelas, relevan, dan sesuai karakteristik audiens.

Kata Kunci : Elaborasi pesan, media aplikasi, komunikasi pemasaran, feedback konsumen  
Pembimbing I : Solten Rajagukguk Drs. M.M  
Pembimbing II : Helen Olivia S.I.kom., M.I.Kom

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES SATYA NEGARA  
INDONESIA UNIVERSITY**

NAME : Alya Meutia Nida  
STUDENT ID : 210900040  
STUDY PROGRAM : Ilmu Komunikasi  
CONCENTRATION : Hubungan Masyarakat  
TITLE : Elaborasi Media Pemasaran Berbasis Aplikasi terhadap Feedback  
Konsumen Sozo Skin melalui Aplikasi WhatsApp dan Instagram.  
Page Total : 193 Page  
Bibliography : 20 books, 20 journal

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of application-based marketing media elaboration on consumer feedback at Sozo Skin Clinic. The issue arises from the observation that not all digital promotional messages successfully generate effective consumer responses.*

*The theoretical foundation applies the Elaboration Likelihood Model (ELM), which explains how consumers process information through central and peripheral routes. The literature review also includes concepts of message elaboration, application-based media, and consumer feedback.*

*The study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents and analyzing the data through validity tests, reliability tests, Pearson correlation, and simple linear regression. The research instrument uses a Likert scale to measure consumer perceptions of the promotional message and their feedback.*

*The results show a significant effect between message elaboration through applications and consumer feedback. The more comprehensible and relevant the message, the more positive the response from the consumer.*

*In conclusion, the effectiveness of digital communication is largely influenced by the quality and clarity of the message delivered. Therefore, content strategies should be developed with structured, relevant, and audience-specific language to optimize engagement and response.*

Keywords : *message elaboration, application media, marketing communication, consumer feedback*  
Pembimbing I : Solten Rajagukguk Drs. M.M  
Pembimbing II : Helen Olivia S.I.kom., M.I.Kom