



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN
BEDAH PLASTIK RHINOPLASTY PADA CALON KONSUMEN
(STUDI KASUS PT MAHANDARU THE CLINIC
BEAUTYLOSOPHY MENTENG).**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)**

Oleh:

Nadia Herliyana Pratwi

193516516533.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN
BEDAH PLASTIK RHINOPLASTY PADA CALON KONSUMEN
(STUDI KASUS PT MAHANDARU THE CLINIC
BEAUTYLOSOPHY MENTENG).**

SKRIPSI

**Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Communication Science (S.Ikom) degree**

Oleh:

Nadia Herliyana Pratiwi

193516516533.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516533

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty Pada Calon Konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng)

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.



Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nadia Herliyana Pratiwi
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516533
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan
Bedah Plastik Rhinoplasty (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy
Menteng)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 25 Februari 2023 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 03 Maret 20 23.....

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si

Penguji I : Zuhdi Saragih, SH., M.Ikom

Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS. halaman ini tidak dijilid.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi

NIM : 193516516533

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MEMPROMOSIKAN BEDAH PLASTIK RHINOPLASTY
PADA CALON KONSUMEN (STUDI KASUS PT
MAHANDARU THE CLINIC BEAUTYLOSOPHY
MENTENG).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian Pernyataan ini saya buat.

Yang membuat pernyataan,



Nadia Herliyana Pratiwi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi
NPM : 193516516533
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty Pada Calon Konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng).
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Jakarta,Maret 2023

Disetujui Untuk diujikan
Jakarta,....Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dekan,

(Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos.,MSi)



(Dwi Kartikawati, S.Sos.,MSi)



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
JAKARTA

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi
Program Studi : Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty Pada Calon Konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng)

ABSTRAK

<p>Kata Kunci</p> <p>Strategi Komunikasi Pemasaran, Dalam Bedah Plastik Rhinoplasty Pada Calon Konsumen Teori Konsep Aida</p>	<p>Penelitian di fokuskan pada penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan bedah plastik rhinoplasty pada calon konsumen studi kasus PT Mahandaru The Clinic beautylosophy menteng . Dengan perkembangan zaman cepat product bedah plastik rhinoplasty di era zaman sekarang sudah tidak ada lagi tabu, apalagi dengan metode promosi melalui media sosial yang khalayak umum dapat melihat dan mengakses informasi lebih banyak mengenai bedah plastic rhinoplasty. Tinjauan pustaka yang digunakan adalah dengan konsep strategi pemasaran yang dimana perusahaan dapat menarik perhatian calon konsumen dengan cara strategi pemasarann serta mempromosikan bedah plastik rhinoplasty kepada calon konsumen.</p> <p>Dengan berlandasan teori AIDA dipenelitian ini perusahaan mencakup 4 Elemen AIDA yaitu untuk mendapat perhatian (<i>Attention</i>),mempertahankan minat (<i>Interaset</i>), membangkitkan hasrat (<i>Desire</i>), dan meraih tindakan (<i>Action</i>) kerangka kerja dikenal sebagai model AIDA konsep Aida akan berkaitan dengan Metodologi penelitian yang digunakan berangkat dari analisis teks naratif, dengan proses wawancara terhadap 4 narasumber di PT Mahandaru The Clinic beautylosophy serta memiiki 3 tahap Strategi yaitu <i>Perencanaan</i> dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran serta <i>Membranding</i> tindakan Rhinoplasty,Strategi dalam Pelaksanaan Komunikasi Pesaran digital yaitu mengenai iklan promosi dan pendekatan kepada calo konsumen, <i>Evaluasi</i> komunikasi berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh pihak the clinic pendekatan kepada calon konsumen , mempromosikan kepada calon konsumen melalui <i>Personal Selling</i> secara langsung maupun di sosial media kepada calon Konsumen.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr.Dwi Kartikawati,S.Sos</p>



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
JAKARTA

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi
 Program Studi : Komunikasi
 Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty Pada Calon Konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng)

ABSTRACK

<p>Keyword</p> <p>Keywords Marketing Communication Strategy, In Rhinoplasty Plastic Surgery On Prospective Consumers Aida Concept Theory</p>	<p>The research is focused on the application of marketing communication strategies in promoting rhinoplasty plastic surgery to potential consumers of the PT Mahandaru The Clinic beautylosophy menteng case study. With the rapid development of rhinoplasty plastic surgery products in today's era there is no taboo anymore, especially with promotion methods through social media so that the general public can see and access more information about plastic rhinoplasty surgery. The literature review used is the concept of a marketing strategy in which companies can attract the attention of potential customers by means of marketing strategies and promoting rhinoplasty plastic surgery to potential customers.</p> <p>Based on AIDA theory in this study, the company includes 4 AIDA elements, namely to get attention, maintain interest (Interaset), arouse desire (Desire), and achieve action (Action). The method used departs from narrative text analysis, by interviewing 4 informants at PT Mahandaru The Clinic beautylosophy and has 3 stages of strategy, namely planning in developing marketing communication strategies and membrane rhinoplasty actions, strategies in implementing digital marketing communications, namely regarding promotional advertisements and approaches to consumer brokers, evaluating communications related to marketing activities carried out by the clinic, approaching potential customers , promoting to potential consumers through personal selling directly or on social media to potential consumers.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr.Dwi Kartikawati,S.Sos</p>

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karuniannya kepada penulis sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, Adapun judul Skripsi yang penulis ambil adalah **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN BEDAH PLASTIK RHINOPLASTY PADA CALON KONSUMEN (STUDI KASUS PT MAHANDARU THE CLINIC BEAUTYLOSOPHY MENTENG)”**.

Penulis sadar penulisan proposal skripsi ini masih Jauh dari sempurna. Ini karena keterbatasan pengetahuan yang menulis mliki meski begitu penulis berusaha semaksimal mungkin supaya pada penulisan ini berhasil dengan sebaik-baiknya sehingga bisa bermanfaat untuk pembaca khususnya rekan-rekan mahasiswa/mahasiswi Universitas Nasional. Maka mahasiswa ingin ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya pada :

1. Dr. Erna Ernawati Chotim, S.Sos., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
2. Drs. Adi Prakosa M.Si, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta
3. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. Selaku Pembimbing Skripsi
4. Keluarga serta orang- orang yang menyayangi saya yang menjadi alasan utama saya untuk terus semangat berjuang meraih kesuksesan.

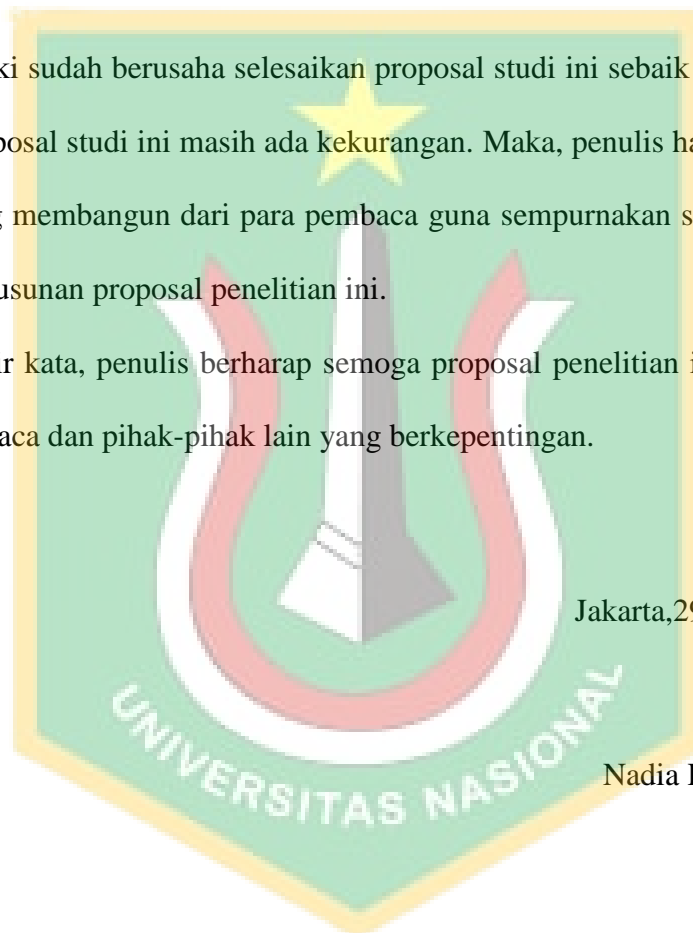
5. The Clinic Beautylosophy yang telah memberikan kesempatan kepada saya dalam melaksanakan penelitian skripsian saya saat ini
6. Berterima kasih kepada Alm Papah saya yang selalu menjaga saya dari jarak yang sangat jauh.
7. Teman-Teman saya yang selalu Menyemangati dalam proses skripsi ini

Meski sudah berusaha selesaikan proposal studi ini sebaik mungkin, penulis sadari proposal studi ini masih ada kekurangan. Maka, penulis harapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna sempurnakan semua kekurangan pada penyusunan proposal penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini berguna untuk para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 29 September 2022

Nadia Herliyana Pratiwi.



DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Masalah	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	14
2.3 Landasan Konseptual	17
2.3.1 Strategi	17
2.3.2 Komunikasi	18
2.3.3 Fungsi Komunikasi	19
2.3.4 Pemasaran	20
2.3.5 Komponen Strategi Pemasaran	23
2.3.6 Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.3.7 Promosi	36
2.3.8 Bedah Plastik	38
2.3.9 Konsumen	40

2.3.10 Definisi Konsumen	43
2.4 Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Penentuan Informan	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47
3.4.1 Teknik Pengolahan Data	47
3.4.2 Analisis Data Analisis	49
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	50
3.5.1 Lokasi Penelitian	50
3.5.2 Jadwal Penelitian Jadwal	50
3.6 Tabel Perencanaan penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Analisa Hasil Penelitian	52
4.1.1 Sejarah The Clinic Beautylosophy	53
4.1.2 Visi Misi The Clinic Beautylosophy	54
4.1.3 Sturktur Organisasi The Clinic Beautylosophy Menteng	55
4.1.4 Profile Informan	56
4.2 Pembahasan	57
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinolasty pada Calon Konsumen	57
4.2.2 Komunikasi Terkait Tindakan Rhinoplasty	69
4.2.3 Pemasaran	75
4.2.4 Promosi Terkait Tindakan Rhinoplasty	83
4.2.5 Bedah Plastik	88
4.2.6 Konsumen	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA	99
-----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I : Surat Tuags	103
2. Lampiran II : Surat	104
3. Lampiran ke III :Surat Kediaan Pembimbing	105
4. Lampiran IV :Surat Permohonan Penelitian untuk The Clinic Beautylosophy Menteng	106
5. Lampiran V : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Veronica Magdalena	107
6. Lampiran VI : Transkrip Wawancara Informan 1, Siti Fadlah	115
7. Lampiran VII : Transkrip Wawancara Informan II Elga Octa Filla	121
8. Lampiran VIII : Wawancara Calon Konsumen Della	130
9. Lampiran IX : Data pasien tindakan Periode bulan Oktober –Desember 2022	133
10. Lampiran X : Foto dengan Narasumber Supervisor Siti Fadlah	134
11. Lampiran XI : Foto dengan Narasumber Veronica Magdalena sebagai Admin	135
12. Lampiran XII : Foto dengan Narasumber Elga Octa fila Sebagai Marketing	136
13. Lampiran XIV : Foto Narasumber Della Calon Konsumen The Clinic Menteng	137
14. Lampiran XV : Hasil Trunitin	138
15. Lampiran XVI : Lampiran Surat Persetujuan	139
16. Lampiran XVII : Lembar Konsultasi	141

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2	Persamaan Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 2.3	Perbedaan Penelitian Sebelumnya	13
Tabel 2.4	Perencanaan penelitian	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	logo The Clinic Beautylosophy	53
Gambar 4.2	Sumber story WhatsApp TheclinicMenteng,Before- After Tindakan Rhinoplasty	61
Gambar 4.3	Penjelasan tentang Rhinoplasty sumber: theclinicbeautylosophy.com	72
Gambar 4.4	Branding Rhinoplasty Sumber The Clinic Menteng	80
Gambar 4.5	Gambar Promo sumber Tiktok The Clinic Menteng	85
Gambar 4.6	Doorprize sumber Instagram theclinicmenteng	86
Gambar 4.7	Tindakan Rhinoplasty sumber instagram theclinicmenteng	90



DAFTAR LAMPIRAN

17. Lampiran I : Surat Tuags	103
18. Lampiran II : Surat	104
19. Lampiran ke III :Surat Kediaan Pembimbing	105
20. Lampiran IV :Surat Permohonan Penelitian untuk The Clinic Beautylosophy Menteng	106
21. Lampiran V : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Veronica Magdalena	107
22. Lampiran VI : Transkrip Wawancara Informan 1, Siti Fadlah	115
23. Lampiran VII : Transkrip Wawancara Informan II Elga Octa Filla	121
24. Lampiran VIII : Wawancara Calon Konsumen Della	130
25. Lampiran IX : Data pasien tindakan Periode bulan Oktober –Desember 2022	133
26. Lampiran X : Foto dengan Narasumber Supervisor Siti Fadlah	134
27. Lampiran XI : Foto dengan Narasumber Veronica Magdalena sebagai Admin	135
28. Lampiran XII : Foto dengan Narasumber Elga Octa fila Sebagai Marketing	136
29. Lampiran XIV : Foto Narasumber Della Calon Konsumen The Clinic Menteng	137
30. Lampiran XV : Hasil Trunitin	138
31. Lampiran XVI : Lampiran Surat Persetujuan	139
32. Lampiran XVII : Lembar Konsultasi	141