

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Ayu Andira “Motivasi Kerja Pustakawan Non-Sarjana Ilmu Perpustakaan Di Dinas Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Parepare” jurnal : Ilmu Perpustakaan di akses tahun 10 Januari 2022 hal 35.
- Destri Sonatasia¹ Onsardi, Ety Arini “Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten REJANG LEBONG” Jurnal Manajemen, Vol 1.No 1 (2020) hal 13.
- Desy Triyana Moh Muhibbin “Operasi Bedah Plastik Untuk Meningkatkan Kecantikan Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Kesehatan” Jurnal Hukum, Vol 28 No 16 (Juli 2022) 5461
- Dwi Kartikawati, Dwi Kuswandari (Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Vol. 5, No. 2, Desember 2021, pp Hal 116
- Fitria Rismawati,Sri Wahyuni, Joko Widodo “ Strategi Pemasaran STP (Segmenting ,Targeting, Positioning) Pada Larissa Aesthetic Center Jabang Jember” Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 13, No.2 (2018) 68
- Indra kartika , Daniel Susilo “ Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Deposito Online Bank Sinarmas Kantor Cabang Surabaya”, Jurnal Public Relation,Vol.1 No.1 (Oktober-2020),48
- Mohammad Hidayatul Ahsan dan Jamiludin Usman “Strategi Persuasif Dalam Pengembangan Hubungan Sosial Religius Antara Siswa Dan Tenaga Kependidikan Di Lingkungan MTSN 2 Pamekasan”, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam , Vol 2 No. 2 (Desember 2022) 253.
- Novi tri Hariyanti , Alexabder Wirapraja “Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Srategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)” Jurnal Eksekutif , Vol 25, No 1. (Juni 2018) 13.

BUKU :

Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), h 85

Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*,(Yogyakarta: Liberty, 2005) hal.

Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Fajar Interpratama Offset, Jakarta: 2007), Hal107

Dra. RR. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M Ilmu Komunikasi (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.)

Duncan, *Strategi Komunikasi Pemasaran* (2008, h. 283)

Everett M. Rogers dalam Buku "*Ilmu Komunikasi*" Pada tahun 2003 hal 62

Elliot dan Dkk dalam buku *Komunikasi Pemasaran peran promosi penjualan bagi perusahaan*, 1997, hal 55.

Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Anggota IKAPI, 2009), h. 49

Graham J Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. (London: Prentice Hall, 2008),hlm. 7.

Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), h. 104-105

MudrajadKuncoro,*Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*,Jakarta: Erlangga, 2005, hlm. 86

Nurul Maghfiroh dan Heniyatun, *Kajian Yuridis Operasi Plastik*,.....hal. 121.

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga,1997),

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006) 59.

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 296

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *prinsip-prinsip pemasaran*, 62.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997), 75.

Philipps Kotler dan Keler(2009) hal 178 (Diterjemahkan oleh Siti Nurma Rosmitha pada Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keutusan Pembelian) UIN Raden Intan Lampung:2017

S.K. Srivastava, Modern Concepts in Surgery, (New Delhi: Tata Mc Graw-Hill Publishing Company, 1992), hal. 474.

Saifullah, Buku Panduan Metologi Penelitian, (Malang: Fakultas Syariah UIN, 2006), h. 59

Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, ,(Jakarta: Raja Grafindo, 2007) hlm. 168-169

Sumarwan, Ujang. "Model keputusan konsumen." *Perilaku konsumen* 5 (2014): 1-41.

Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW (Bandung: PT Karya Kita, 2007) 46

William Albig dalam Buku : “*Ilmu Komunikasi pengantar Studi*” Tahun 2000 hal 15

WEBSITE :

Hasil wawancara dengan Drs.Hasanuddin, Sekretaris Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). “**The Clinic Beautylosophy; Kini Hadir Di Kota Bandung**”
<https://kabarindo.com/post/the%20clinic%20beautylosophy%20kini%20hadir%20di%20kota%20bandung/13072> (Diakses pada Tanggal 18 November 2022 Pukul 21.07)

Prawiro M “Pengertian Konsumen: Arti, Jenis-Jenis, serta Hak dan Kewajiban Konsumen”
<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-konsumen.html> (diakses pada tanggal 19 Novwmbler 2022 pukul 20.06)





Lampiran I : Surat Tuags

	<p style="text-align: center;">UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara, S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi Jl. Sawo Manda No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719 P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : http://www.unas.ac.id E-mail : fbunas49@gmail.com</p>
PELUGASAI PEMBIMBING SKRIPSI Nomor : 222/D/X/2022	
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :	
Nama Dosen : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.	
Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :	
Nama Mahasiswa	: Nadia Herliyana Pratiwi
Nomor Pokok	: 193516516533
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi	: Hubungan Masyarakat
Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :	
<ul style="list-style-type: none">o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitiano Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitiano Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi	
Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.	
Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022 Dekan,	
	
Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si N.I.P. : 0109150857	
Tembusan :	
<ol style="list-style-type: none">1. Wakil Dekan FISIP;2. Ka. Program Studi;3. Arsip;	

Lampiran II : Pengesahan



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

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)

Telah Berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan di terima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

DEWAN PENGUJI

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


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

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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal: .../...../2023

Lampiran III : Biodata Alumni

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

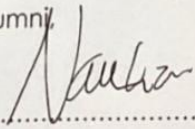
BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022./2023.

Nama Mahasiswa : Nadia Herliyana Pratiwi
No. Pokok : 193516516533
Program Studi/Jurusan : FISIP / Ilmu Komunikasi
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 27 Juli 2000
Alamat Rumah : Jl. Pondok Labu 1 No. 45 RT 05/RW07 Cilandak
Jakarta Selatan

Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 087776744046

Alamat Kantor :
.....
.....

E-mail :

Jakarta,
Alumni,

.....

Lampiran IV : Surat Riwayat Hidup

NADIA HERLIYANA PRATIWI

RIWAYAT HIDUP

CONTACT

☎ : 087776744046
✉ : nadiaherlianaprawati@gmail.com

SUMMARY

Menambah pengalaman dalam dunia pekerjaan, agar dapat berkontribusi dengan baik.

EDUCATION

UNIVERSITAS NASIONAL
University
2019-2023

SMK KELUARGA WIDURI
High School
2015-2018

SKILLS

- Kreativitas
- Komunikasi
- Adaptasi

WORK EXPERIENCE

KAPPY.EYELASH
Admin Social Media
Mei 2020-Agustus 2020

- Merespon serta memfollow up respond customer
- Update campaign atau promo yang sedang berlangsung
- Report Penjual

THE CLINIC BEAUTYLOSOPHY
Admin Beauty Consultant
2022-2023

- Mengumpulkan dan mengelola catatan dan laporan pencapaian selling setiap harinya
- Mendata Patty Cash Clinic
- membuat laporan harian

Lampiran ke V: Surat Kesiediaan Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),
Fax. 7802718-7802719 http://www.unas.ac.id, E-mail : info@unas.ac.id

Jakarta, 26 September 2022

Nomor: 101 /IK/IX/2022

Lamp : -

Hal : *Kesiediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Dr. Dwi Kartikawati, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi
Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi
NPM : 193516516533
Konsentrasi : Public Relations
Judul Proposal Skripsi : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PT MAHANDARU (THE CLINIC BEAUTYLOSOPHY MENTENG) TERHADAP STRATEGI PROMOSI BEDAH PLASTIK AESTHETIC DI MASYARAKAT

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

Bersedia/ Tidak Bersedia
Sebagai Pembimbing,

Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua,

Dr. Dwi Kartikawati, M.Si
* coret yang tidak perlu


Drs. Adi Prakosa, M.Si

Lampiran VI : Surat Permohonan Penelitian untuk The Clinic Beautylosophy
Menteng



**UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Manis No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Nomor : /WD/ 1 /2023 Jakarta, 11 Januari 2023
Lamp : -
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : The Clinic Beautylosophy Menteng

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nadia Herliyana Pratiwi
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516533
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Alamat Rumah : Jl. Pondok Labu 1 No 45
HP : 087776744046

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty Pada Calon Konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng)", dengan Dosen Pembimbing : Dr. Dwi Kartikawati, S. Sos., M.Si.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,


Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

Lampiran VII : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Veronica
Magdalena

TRANSKRIP WAWANCARA 1.

Waktu Wawancara : 11 Januari 2023

Lokasi Wawancara : Jl. Wahid Hasyim No. 41 B, Menteng , Kec, Menteng ,
Kota Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibukota Jarkarta.



PROFIL WAWANCARA.

Nama : Magda
Umur : 23 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Admin The Clinic Beautylosophy.

HASIL WAWANCARA.

Penulis : Selamat Siang Kak perkenalkan nama saya Nadia Herliyana Pratiwi mahasiswa Universitas Nasional pada hari ini saya ingin mewawancarari kakak sebagai narasumber skripsi saya dengan berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty pada calon konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng). Apakah kakak bersedia?

Narasumber : Bersedia.

Penulis : Oke, baik. Boleh dibantu untuk nama dan jabatannya kak?

Narasumber : Nama aku Magda, jenis kelamin aku perempuan dan jabatan aku Admin The Clinic Beautylosophy.

- Penulis : Baik aku langsung dengan pertanyaa pertama ya kak tentang menarik perhatian, menurut kaka Bagaimana cara anda untuk menarik perhatian calon konsumen untuk melakukan tindakan bedah plastik rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy Menteng ?
- Narasumber : Untuk caranya ada beberapa macam ya,yang utama adalah unik selling point misalnya kita ambil contoh dia mau tindakan rhinoplasty, Rhinoplasty unik sellingnya apasih dia itu tidak sakit untuk hasil permanent hasilnya lebih terjangkau karena untuk si rhinoplasty ini modelnya implant jadi kalau untuk implant sendiri itu kuat dan menyatu dengan kulit , walaupun dia benda asing sudah FDA approve jadi tidak takut lagi seperti tahun 2013 yang katanya diganti selama 5 tahun atau 3 tahun sekali karena bisa mengakibatkan infeksi untuk implantnya saat ini sudah tersedia sampai seumur hidup lalu untuk harganya sendiri sangat terjangkau.
- Penulis : Apakah tindakan bedah plastik Rhinoplasty tersebut dapat di lakukan sesuai umur?
- Narasumber : Bisa yang penting sudah di atas 17 tahun
- Penulis : Bagaimana The Clinic meyakinkan konsumen untuk melakukan rhinoplasty terhadap calon konsumen?
- Narasumber : Untuk cara meyakinkan konsumen sendiri dengan cara unik selling yang pertama kali aku di awal untuk harga terjangkau karena rangenya itu dari mulai Rp15.000.000 sampai Rp25.000.000 untuk rhinoplasty tidak sakit karena nanti di bantu dengan bius sedasi dan untuk hasil permanent karena di bantu implant karena tidak perlu retouch- retouch lagi.
- Penulis : Siapa saja yang bisa dilakukan untuk melakukan tindakah bedah plastik Rhinoplasty?
- Narasumber : Untuk dikalangan kita sendiri semua bisa ya remaja boleh, lansia pun boleh

- Penulis : Seberapa sering anda mempromosikan tindakan bedah plastik rhinoplasty kepada calon Konsumen ?
- Narasumber : Kalau berapa sering si kalau kita bilang setiap hari, contohnya kita naikin adsense atau pun kita posting via Instagram, via Whatsapp ataupun beberapa facebook page dan lainnya.
- Penulis : Kalau boleh tahu Media pemasaran apa yang di gunakan di The Clinic Beautylosophy untuk mempromosikan Rhinoplasty?
- Narasumber : Untuk media pemasaran yang kita pakai biasanya kita memakai adsense elektronik ya dan beberapa sosial media, bisa juga flyiring brosur jadi orang itu tau kita punya produk yang lumayan hebat di The Clinic Beautylosophy
- Penulis : Baik ka kita langsung untuk pertanyaan ke dua mengenai (Mempertahankan Minat). Bagaimana cara anda memperhatikan minat kepada calon konsumen agar tertarik dengan tindakan bedah plastik rhinoplasty?
- Narasumber : Untuk mempertahankan minat sendiri dapat kita pakai unik selling point yang aku bilang diawal, atau engga aku bisa share foto before after karena beberapa pasien yang ragu karena operasi itu sedikit terdengar asing ya di beberapa orang jadi kita harus di jelasin lagi bahwa before after akan seperti ini kadang beberappa pasien ada yang takut akan operasi itu biru, bengkak dan sakit .
- Penulis : Bagaimana cara anda membuat pasien tersebut tetap berminat dengan rhinoplasty yang memiliki proses penyembuhan lebih lama?
- Narasumber : Oh tentunya gini ya dan pasiennya sendiri memiliki luka jahitan, dan rhinoplasty sendiri memiliki luka jahitan di dalam hidung dan walaupun ingin pengambilan tulang rawan letaknya di belakang telinga jadi tidak terlihat jadi kita bantu jelasin kebali, rhinoplasty ini tidak memperlihatkan luka jahitan secara langsung.
- Penulis : Bagaimana Cara mendorong pasien supaya tidak khawatir untuk melakukan rhinoplasty?

- Narasumber : Kalau untuk cara mendorongnya banyak tapi beberapa yang membuat khawatir pasien itu adalah takut sakit, nanti kita bilang jika takut sakit kita memakai bius tidur.
- Penulis : Apa yang Membuat calon konsumen memiliki minat untuk tindakan rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy menteng?
- Narasumber : Biasanya kalo minat sendiri itu karena beberapa di era sekarang kan lebih menonjol ya untuk kecantikannya, untuk cara membuat pasien minat biasanya teman sejawatnya teman-temannya lebih cantik jadi mencoba rhinoplasty.
- Penulis : Kalau boleh tahu Metode apa yang di berikan untuk membuat pasien tetap memiliki minat terhadap Rhinoplasty ?
- Narasumber : Untuk metode yang kita pakai biasanya kita menggunakan pendekatan si kepada pasien , misalkan kita memberi pendekatan dengan cara unik selling point tetap ya saya bilang di awal, lalu kita memberikan promo-promo yang ada di clinic dan kita mengedukasi pasien bahwa rhinoplasty itu tidak menakutkan lalu kita bantu dengan melihatkan foto before afternya.
- Penulis : Baik kita langsung pertanyaan ke 3 ya kak tentang ke inginan. Bagaimana cara mempertahankan calon konsumen yang berkeinginan request hidung?
- Narasumber : Kalau untuk request hidung kita bisa ke pasiennya misalnya aku mau tinggi segini nanti kita bilang nanti kita bisa mengaca di dalam ruang operasi.
- Penulis : Bagaimana The Clinic Beautylosophy dapat membranding tindakan Rhinoplasty terhadap calon konsumen?
- Narasumber : Dengan cara kita memperlihatkan ya beberapa review pasien kita yang puas setelah tindakan di The clinic ini terus kita kasih juga foto before afternya jadi pasien juga pasti tidak akan ragu karena oiya stigma pastinya adalah ternyata sudah bagus-bagus dan hasilnya puas.

- Penulis : Apakah keunggulan tindakan Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy dibandingkan competitor lainnya ?
- Narasumber : Keunggulannya ada beberapa tapi di antaranya kalau di The Clinic kita pakai yaitu close rhino atau tindakan rhinoplasty yang tidak terlihat untuk jahitannya jadi orang tidak mengira bahwa orang melakukan tindakan rhinoplasty dan setelah itu harganya lebih terjangkau di bandingkan copetitor lainnya.
- Penulis : Bagaimana cara meyakini pasien bahwa Rhinoplasty adalah pilihan yang tepat ?
- Narasumber : Kita meyakinkan dengan cara unik selling point itu jadi pertama rhinoplasty itu tidak perlu retoch karena ada beberapa treatment yang sama seperti rhinoplasty contohnya filler, filler ini sebenarnya perlu retoch ya karena akan terserap oleh tubuh kalau rhino karena dia implant benda asing jadi dia tidak bisa terserap oleh tubuh.
- Penulis : Bagaimana cara menyikapi calon konsumen yang ragu bahwa Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy belum teruji ?
- Narasumber : Untuk cara menyikapi calon konsumen yang ragu pasti kita jelaskan via review ya jadi beberapa pasien akan pasti memberikan review , memberikan foto before after dan kadang lewat instagram pun untuk di era zaman digital sekarang beberapa pasien sering merepost di instagram jadi kita repost balik gitu jadi beberapa pasien pun tidak hanya melihat addsense kita di instagram tapi melihat juga review pasien juga yang puas dari The Clinic.
- Penulis : Kita langsung ke pertanyaan ke empat ya kak tentang (Tindakan) Apakah anda yakin dengan startegi anda dalam mempromosikan Rhinoplasty agar pasien bisa tertarik dengan tindakan tersebut?
- Narasumber : Tentu yakin karena gini kita ambil contoh dari addsanse faceboock page banyak kalkulasi dari faceboock page tingkat minat seseorang setelah mempromosikan dari iklan tersebut.

- Penulis : Seberapa sering anda mempromosikan tindakan bedah plastik rhinoplasty kepada calon Konsumen?
- Narasumber : Kalau mempromosikan setiap hari ya tapi kalau promosikan berdasarkan seperti flyring di satu bulan sekali karna untuk flyring itu bisa sekaligus pendekatan dengan calon konsumen secara face to face.
- Penulis : Bagaimana cara anda menghandle calon konsumen yang apabila calon konsumen melakukan negosiasi harga mengenai Rhinoplasty?
- Narasumber : Perbandingan harga sendiri kita sudah tau ya plus minusnya kadang juga ada harga ada rupa gitu, nah kita patut ketahu nih di beberapa competitor dibebarnya yang sudah datang ke The Clinic Beautylosophy sendiri ada yang memberikan harga murah kita tidak tahu after salesnya bagaimana, kalau misalnya di The Clinic Beautylosophy sendiri kalau apabila perbandingan harga nanti kita bantu promo sedang berlanjut dibulan itu.
- Penulis : Bagaimana Cara anda dalam menghandle tingginya persaingan antar clinic dalam tindakan rhinoplasty?
- Narasumber : Kalo untuk nghandle sedikit rumit, karena untuk competitor sendiri kadang sudah tau titik lemah Cliniknya, tapi ada beberapa juga competitor yang tidak tau titik kelemahan kita sendiri. Jadi bisa menjelaskan kebeberapa pasien, pastinya pasien suka memeberikan review. Misalnya untuk pasien yang Rhinoplasty ataupun yang sudah revisi Rhinoplasty, kadang datang untuk menanyakan Rhinoplasty harganya bagaimana, after treatmentnya bagaimana dan terkadang suka merasa kecewa, dibebarnya review pasien yang mungkin kecewa dengan competitor-competitor, disitu kita bisa bantu untuk menjelaskan bahwa keunggulan kita adalah tidak seperti competitor yang sudah kakak jalanin saat ini. Misalkan kakak treatment di Clinic A terus merasa kecewa karna hasilnya tidak maksimal atau luka jahitannya terlihat, kita bantu

masuk disitu dan dijelaskan bahwa di Clinic Beautylosophy ini hasil jahitannya tidak terlihat karna didalam.

Penulis : Oke. Bagaimana cara anda merespond calon konsumen saat calon konsumen melakukan perbandingan harga dengan Clinic bedah plastic lainnya?

Narasumber : Untuk respon sendiri si cukup tenang dulu, karna memang untuk perbandingan harga pasti sedikit sengit. Cuman kita bantu dengan promosi yang ada dan beberapa contohnya kita bantu diskon 5% tambahan lagi, apabila mau didokumen realiskin.

Penulis : Promosi yang di gunakan untuk membuat pasien semakin tertarik dan yakin ntuk memilih The Clinic Beautylosophy ?

Narasumber : Biasanya selain dari segi harga lumayan dari kita berikan doorprize atau gift-gift lainnya. Kita bantu dengan review seperti selebgram, artis ataupun yang sudah memiliki nama, karna ada beberapa artis yang sudah terkenal dan melakukan tindakan di The Clinic Beautylosophy jadi pasien tidak ragu.

Penulis : Jenis teknik komunikasi apa yang anda gunakan pada calon konsumen ?

Narasumber : Jenis teknik komunikasi yang di pakai oleh The Clinic Beautylosophy adalah repetition atau pengulangan, supaya pasien tertarik ataupun pasien terhipnotis, jadi pasien tetap mau dengan apa yang kita bicarakan karna memang kita menghipnotis secara berulang-ulang.

Penulis : Media promosi apa yang digunakan The Clinic Beautylosophy di setiap bulannya terkait Rhinoplasty ?

Narasumber : Media yang kita pakai biasanya Instagram ads, Facebook ads, ataupun YouTube.

Penulis : Menurut anda cara promosi The Clinic Beautylosophy mencapai target pasar yang anda kelola? Atau tidak?

Narasumber : Sudah mencapai targetnya, karna target pasarnya memang orang yang merasa insecure, jadi beberapa pasien datang kesini karna

merasa “ko teman kerabanya lebih cantik dibandingkan saya, hidungnya lebih terlihat seperti orang luar sedangkan saya tidak” nah target pasar kita sudah sesuai dengan apa yang kita mau dan disemua kalanganpun bisa melakukannya.

Penulis : Oke baik. Terimakasih banyak ya kak magda atas waktunya, mohon maaf jika mengganggu.

Narasumber : Oke, samasama dan selamat siang.



TRANSKRIP WAWANCARA 1.

Waktu Wawancara : 16 Januari 2023

Lokasi Wawancara : Jl. Wahid Hasyim No. 41 B, Menteng , Kec, Menteng ,
Kota Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibukota Jarkarta.

PROFIL WAWANCARA.

Nama : Siti Fadlah
Umur : 28 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : SPV The Clinic Beautylosophy.

HASIL WAWANCARA.

Penulis : Selamat Siang Kak perkenalkan nama saya Nadia Herliyana Pratiwi mahasiswa Universitas Nasional pada hari ini saya ingin mewawancarari kakak sebagai narasumber skripsi saya dengan berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty pada calon konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng). Apakah kakak bersedia?

Narasumber : Bersedia.

Penulis : Oke, baik. Boleh dibantu untuk nama dan jabatannya kak?

Narasumber : Nama aku Siti Fadlah, jenis kelamin aku perempuan dan jabatan aku SPV The Clinic Beautylosophy.

Penulis : Baik aku langsung dengan pertanyaa pertama ya kak tentang menarik perhatian, menurut kaka Bagaimana cara anda untuk

menarik perhatian calon konsumen untuk melakukan tindakan bedah plastik rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy Menteng ?

Narasumber : oke untuk menarik perhatian calon konsumen biasanya kita liat dulu nih kondisi dari hidungnya jika hidungnya kurang proposional disini baru aku menyarankan kalo pasien ini bisa melakukan tindakan bedah plastik

Penulis : Apakah tindakan bedah plastik Rhinoplasty tersebut dapat dilakukan sesuai umur?

Narasumber : Bisa yang penting sudah di atas 18 ke atas tahun

Penulis : Bagaimana The Clinic meyakinkan konsumen untuk melakukan rhinoplasty terhadap calon konsumen?

Narasumber : Untuk meyakinkan pasien kita akan kasih foto before after pasien yang sudah melakukan tindakan rhinoplasty, serta mengedukasi pasien jika tindakan rhinoplasty tersebut tidak terasa sakit

Penulis : Siapa saja yang bisa dilakukan untuk melakukan tindakan bedah plastik Rhinoplasty?

Narasumber : Untuk dikalangan kita sendiri semua bisa ya remaja boleh, lansia pun boleh

Penulis : Seberapa sering anda mempromosikan tindakan bedah plastik rhinoplasty kepada calon Konsumen ?

Narasumber : Kalau berapa sering si kalau kita bilang setiap hari, contohnya kita naikin adsense atau pun kita posting via Instagram, via Whatsapp story dan tiktok.

Penulis : Kalau boleh tahu Media pemasaran apa yang di gunakan di The Clinic Beautylosophy untuk mempromosikan Rhinoplasty?

Narasumber : Untuk media pemasaran yang kita pakai biasanya kita memakai kita ngeblash promo yang sudah kami buat setiap bulan, terus kita share melalui WhatsApp story, dan instagram

Penulis : Baik ka kita langsung untuk pertanyaan ke dua mengenai (Mempertahankan Minat). Bagaimana cara anda memperhatikan

minat kepada calon konsumen agar tertarik dengan tindakan bedah plastik rhinoplasty?

Narasumber : Kalau di Clinic si udah pasti kita memberikan informasi yang jelas ya kak misalnya kita kasih penjelasan mengenai Rhinoplasty mulai dari tindakannya, foto before after, contoh implant yang akan di pakai biasanya kita tunjukkan kepada calon konsumen ya kak dan implant kita sudah sangat amat aman ya kak, karena sudah banyak pasien-pasien yang menggunakan dan di Website juga kami berikan penjelasan tentang

Penulis : Bagaimana cara anda membuat pasien tersebut tetap berminat dengan rhinoplasty yang memiliki proses penyembuhan lebih lama?

Narasumber : kita akan jelaskan terlebih dahulu untuk masa penyembuhannya, dan kita akan berikan obat-obatan seperti antibiotik dan anti nyeri serta salep untuk area jahitan

Penulis : Bagaimana Cara mendorong pasien supaya tidak khawatir untuk melakukan rhinoplasty?

Narasumber : Agar pasien tidak khawatir dokter akan berikan bius tidur atau bius sedasi agar pasien lebih terasa nyaman dan aman dan tidak terasa sakit

Penulis : Apa yang Membuat calon konsumen memiliki minat untuk tindakan rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy menteng?

Narasumber : untuk pasien tetap memiliki minat kita menjelaskan tindakan rhinoplasty tersebut dan juga menunjukkan foto before after , dan saat pengerjaan pun pasien akan dibangunkan untuk mengaca terlebih dahulu

Penulis : Kalau boleh tahu Metode apa yang di berikan untuk membuat pasien tetap memiliki minat terhadap Rhinoplasty ?

Narasumber : metode pendekatan ya kak karena kita dapat mendengarkan keluhan pasien terutama untuk area hidungnya ya kak

- Penulis : Baik kita langsung pertanyaan ke 3 ya kak tentang ke inginan. Bagaimana cara mempertahankan calon konsumen yang berkeinginan request hidung?
- Narasumber : Untuk request ketinggian hidung kita sangat bisa kak, jadi disaat ruang operasi pasien akan dibangun terlebih dahulu untuk mengaca untuk hasilnya apakah sudah sesuai atau belum, terus jika pasien merasa masih kurang pas akan kita benarkan kembali hidungnya sampai pasien merasa cukup dengan hasilnya.
- Penulis : Bagaimana The Clinic Beautylosophy dapat membranding tindakan Rhinoplasty terhadap calon konsumen?
- Narasumber : Untuk membranding tindakan Rhinoplasty kami biasanya membangun prestise, keyakinan, dan juga jaminan kualitas si Rhinoplasty ini bahawa tindaan Rhinoplsty ini sangat aman serta memberikan penjelasan terkait tindakan Rhinoplasty
- Penulis : Apakah keunggulan tidnakan Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy dibandingkan competitor lainnya ?
- Narasumber : Untuk hasil jahitan yang pasti tidak akan terlihat ya kak karena untuk jahitan sendiri berada di dalam hidung jadi tidak akan terlihat dari luar, dan tindakan kami menggunakan close Rhinoplasty ya kak
- Penulis : Bagaimana cara meyakini pasien bahwa Rhinoplasty adalah pilihan yang tepat ?
- Narasumber : Karena banyak calon konsumen yang masih kurang percaya diri dengan kondisi hidungnya saat ini
- Penulis : Bagaimana cara menyikapi calon konsumen yang ragu bahwa Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy belum teruji ?
- Narasumber : Untuk calon konsumen yang masih ragu kita biasanya melakukan Brand Awareness kita dapat mengedukasi serta manfaat dan keunggulan bedah plastik Rhinoplasty ini serta kita berikan experience kepada calon konsumen bahwa untuk dokter bedah

plastik di The Clinic Beautylosophy ini sudah banyak pengalaman dalam menangani tindakan Rhinoplasty

Penulis : Kita langsung ke pertanyaan ke empat ya kak tentang (Tindakan) Apakah anda yakin dengan startegi anda dalam mempromosikan Rhinoplasty agar pasien bisa tertarik dengan tindakan tersebut?

Narasumber : yakin, karena banyak calon konsumen yang masih kurang percaya diri dengan kondisi hidungnya yang masih kurang proposional

.Penulis : Seberapa sering anda mempromosikan tindakan bedah plastik rhinoplasty kepada calon Konsumen?

Narasumber : setiap hari ya kak untuk mempromsikan tindakan rhinoplasty

Penulis : Bagaimana cara anda menghandle calon konsumen yang apabila calon konsumen melakukan negosiasi harga mengenai Rhinoplasty?

Narasumber : untuk menegoisasi harga biasanya kita kasih discount sebesar 10% ya kak dan biasanya kita juga terdapat syarat dengan document rillis atau saat pengerjaan kita shoot untuk sebagai pasien review

Penulis : Bagaimana Cara anda dalam menghandle tingginya persaingan antar clinic dalam tindakan rhinoplasty?

Narasumber : Untuk menghandle persaingan antar clinic menurut aku si kami harus tingkatkan pelayanannya contohnya gini banyak clinic lain jika untuk hasil tindakan pasca operasi kadang pasien masih kurang puas seperti hidungnya masih kurang tinggi, ketika pasien complain pihak clinic pun slow respond, nah kalo dikita tidak kak kita tetap menyediakan revisi kembali jika hidung pasien masih kurang puas dan kita berikan harga khusus untuk tindakan revisi kembal

Penulis : Oke. Bagaimana cara anda merespond calon konsumen saat calon konsumen melakukan perbandingan harga dengan Clinic bedah plastic lainnya?

Narasumber : baik untuk perbandingan harga biasanya kita liat dulu ya kak untuk kondisi pasiennya jika menurut pasien untuk tindakan rhinoplasty terlalu mahal akan kami berikan discount khusus.

Penulis : Promosi yang di gunakan untuk membuat pasien semakin tertarik dan yakin ntuk memilih The Clinic Beautylosophy ?

Narasumber : promosi yang digunakan untuk pasien semaki tertarik dan yakin tindakan bedah plastik biasanya aku kasih harga discount si kak misalnya dari harga Rp30.000.000 kadang kita kasih discont 7-10% nah banyak calon konsumen yang tertarik dengan promo tersebut

Penulis : Jenis teknik komunikasi apa yang anda gunakan pada calon konsumen ?

Narasumber : kami menggunakan teknik pendekatan terhadap calon konsumen serta pengulangan mengenai edukasi tentang tindakan Rhinoplasty

Penulis : Media promosi apa yang digunakan The Clinic Beautylosophy di setiap bulannya terkait Rhinoplasty ?

Narasumber : Media yang selalu kita gunakan Instagram, Tiktok, Whatsapp, Google Ads

. Penulis : Menurut anda cara promosi The Clinic Beautylosophy mencapai target pasar yang anda kelola? Atau tidak?

Narasumber : Sudah mencapai target pasaran ya kak, karna banyak zaman sekarang ingin kondisi hidung yang tinggi dan proposional dengan cara tindakan Rhinoplasty target pasaran kita pada calon konsumen biasanya orang dewasa laki –laki dan perempuan banyak yang melakukan tindakan Rhinoplasty dan juga untuk hasil sudah pasti bagus dan aman ya kak

Penulis : Oke baik. Terimakasih banyak ya kak magda atas waktunya, mohon maaf jika mengganggu.

Narasumber : Oke, samasama dan selamat siang.

Lampiran IX : Transkrip Wawancara Informan II Elga Octa Filla

TRANSKRIP WAWANCARA 2.

Waktu Wawancara : 11 Januari 2023

Lokasi Wawancara : Jl. Wahid Hasyim No. 41 B, Menteng , Kec, Menteng ,
Kota Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibukota Jarkarta.

PROFIL WAWANCARA.

Nama : Elga
Umur : 26
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Marketing The Clinic Beautylosophy.

HASIL WAWANCARA.

Penulis : Hallo, selamat siang kak. Perkenalkan nama saya Nadia Herliyana Pratiwi saya dari Universitas Nasional pada hari ini saya ingin mewawancarari kakak sebagai narasumber skripsi saya yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty pada calon konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng) apakah kakak bersedia?

Narasumber : Bersedia

Penulis : Oke baik, kalo boleh tau bisa disebutkan nama, jenis kelamin dan jabatannya?

Narasumber : Nama saya Elga, jenis kelamin perempuan dan jabatan saya di The Clinic Beautylosophy itu sebagai marketing.

Penulis : Kita langsung ke pertanyaan pertama ya kak tentang *attention* atau menarik perhatian. Bagaimana cara anda untuk menarik perhatian

calon konsumen untuk melakukan tindakan bedah plastik rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy Menteng ?

Narasumber : Pertama biasanya kalo disini kami untuk menarik perhatian calon konsumen dengan cara melihat keadaan hidung pasien terlebih dahulu, apakah bagus untuk rhino atau memang sudah dari sananya hidungnya tinggi, lalu yang kedua kami tawarkan untuk menarik calon konsumen ini, jika konsumen ini sudah sering beberapa kali untuk treatment aesthetic. Misalnya seperti kaya benang, filler biasanya kita tawarkan untuk rinou hidung, biar pasien tidak retouch lagi.

Penulis : Lanjut keprtanyaan kedua yaitu. Apakah tindaka bedah plastik Rhinoplasty tersebut dapat di lakukan sesuai umur?

Narasumber : Bisa dilakukan sesuai umur, biasanya dilakukan pada saat remaja, dewasa bahkan bisa sampai lansia.

Penulis : Bagaimana The Clinic meyakinkan konsumen untuk melakukan rhinoplasty terhadap calon konsumen?

Narasumber : Pertama untuk meyakinkan kami kasih keunikannya di Clinic kami, yang pastinya tidak akan merasa sakit. Kenapa? Karena kami disini ada yang namanya bius tidur, pada saat pengerjaan oprasi pasien tidur dan pada saat pertengahan oprasi bisa kami bangun untuk melihat hasilnya, pasien bisa untuk bercermin terlebih dahulu, lalu dilihat apakah tingginya sudah cukup atau belum, dan pastinya kami juga kasih foto before afternya untuk konsumen biar lebih yakin gimana si kalo hidung dia tinggin jadi pasien sudah ada gambarannya.

Penulis : Siapa saja yang bisa dilakukan untuk melakukan tindakah bedah plastik Rhinoplasty?

Narasumber : Sebenarnya untuk semua jenis kalangan bisa dari remaja, orang dewasa atau lansia. Bahkan untuk case-case hidung yang sebenarnya seperti kaya pernah ada riwayat bibir sumbing itu

hidungnya bisa di Rhinoplasty, bahkan bisa membuat wajah jadi proposional untuk kasus-kasus seperti itu.

Penulis : Seberapa sering anda mempromosikan tindakan bedah plastik Rhinoplasty kepada calon Konsumen?

Narasumber : Sesering mungkin, kami biasanya bisa setiap hari untuk mempromosikan tentang bedah plastik Rhinoplasty ini khususnya.

Penulis : Media pemasaran apa yang di gunakan di The Clinic Beautylosophy untuk mempromosikan Rhinoplasty?

Narasumber : Media untuk pemasaran yang biasa kami gunakan itu bisa lewat Instagram, Facebook, Tiktok atau sosial media lainnya. Atau biasanya kita juga menggunakan media by omongan atau bisa menghadap pasiennya langsung.

Penulis : Lanjut ke pertanyaan interest atau mempertahankan minat. Bagaimana cara anda memperhatikan minat kepada calon konsumen agar tertarik dengan tindakan bedah plastik rhinoplasty?

Narasumber : Biasanya untuk mempertahankan minatnya yang pasti kami kasih unik selling point, bahwa di Clinic kami itu Rhinoplasty itu engga pakai sakit karna ada yang namanya bius tidur. Itu yang paling kita kasih ke pasien untuk mempertahankan minatnya, karna ada beberapa pasien takut karna sakit atau takut karna bengkak atau lain sebagainya, tapi kita disini selalu meyakinkan pasien bahwa tindakan disini itu nyaman bahkan pasien tidak merasakan sakit sedikitpun, kami juga pastinya kasih before after, lalu kami menawarkan treatment-treatment yang lain agar mengurangi bengkak setelah oprasi.

Penulis : Bagaimana cara anda membuat pasien tersebut tetap berminat dengan rhinoplasty yang memiliki proses penyembuhan lebih lama?

Narasumber : Biasanya kami menawarkan ada beberapa treatment yang membuat bengkak atau proses penyembuhannya ini lebih cepat, seperti infus dimana obat itu sendiri bisa mempercepat penyembuhan luka atau

dapat mengurangi pembengkakan dan bahkan disini kami juga menyakinkan pasien bahwa Rhinoplasty itu penyembuhannya sebentar apa lagi bengkak, ya karna itu tadi pastinya kami disini menawarkan treatment-treatment untuk mengurangi pembekakan.

Penulis : Bagaimana Cara Mempertahankan minat pasien Rhinoplasty yang mana pasien tersebut tidak ingin ada luka jahitan?

Narasumber : Biasanya disini ada yang namanya metode close Rhinoplasty yang dimana jahitannya itu tepat didalam lubang hidung pasien sehingga jahitannya tidak terlihat sama sekali bahkan untuk bekasnya tidak terlihat. Apalagi dibagian hidung itu jarang banget bekasnya terlihat.

Penulis : Bagaimana Cara mendorong pasien supaya tidak khawatir untuk melakukan rhinoplasty?

Narasumber : Nah itu kita minta pasien untuk bius tidur, karna itu yang selalu dikawatirkan oleh pasien takut sakit atau takut yang gimana-gimana dan biasanya kita selalu untuk tawarkan bius tidur. nah biasanya pasien takut hidungnya akan miring, biasanya kami akan selalu memberikan edukasi. Bagaimana caranya supaya hidungnya tidak miring atau pasca oprasi biasanya kami kasih plester agar hidung pasien tidak miring. Lalu tentunya kami disini juga menjelaskan proses bengkaknya itu sebentar anget bahkan ada beberapa pasien yang tidak mengalami pembengkakan, paling terjadinya bengkak di daerah yang di plester saja dan tentunya tidak mengganggu aktivitas sehari-hari.

Penulis : Apa yang Membuat calon konsumen memiliki minat untuk tindakan rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy menteng?

Narasumber : Biasanya untuk membuat calon konsumen ini memiliki minat untuk melakukan tindakan Rhinoplasty, biasanya ada beberapa hal dan biasanya dikarenakan hidung pasien kurang proporsional atau bisa di sebut hidungnya *pesek*, kami yakinkan konsumen bahwa salah satu membuat wajah proporsional itu adalah melakukan tindakan Rhinoplasty, terus juga biasanya ada case-case pasien

yang kecelakaan terkadang ada yang hidungnya bengkok atau ada yang hidungnya jadi kurang proporsional biasanya pasti kita yakinkan pasien untuk melakukan tindakan Rhinoplasty. Dan biasanya untuk kesehatan itu untuk pasien yang riwayat sinusitis, nah itu biasanya yang membuat kami untuk meyakinkan konsumen atau pasien kalo tindakan ini buat kesehatan atau untuk sinusitis ini sangat amat berpengaruh agar hidungnya ini bisa bernafas dengan lega.

Penulis : Metode apa yang di berikan untuk membuat pasien tetap memiliki minat terhadap Rhinoplasty?

Narasumber : Kami biasanya melakukan pendekatan terlebih dahulu terhadap Pasien, kami jelasin Rhinoplasty itu apa lalu kami Tanya ke pasien apa yang konsumen keluhin tentang hidungnya dan kami membuat pasien jadi yakin untuk melakukan Rhinoplasty. Terkadang ada beberapa yang misalkan ada yang ragu kami tetap harus meyakinkan pasien untuk ada diminatnya untuk melakukan Rhinoplasty dan biasanya kami memberikan diskon yang suka ada di Clinic.

Penulis : Lanjut pertanyaan ke tiga tentang desire atau keinginan. Bagaimana cara mempertahankan calon konsumen yang berkeinginan request hidung?

Narasumber : Sebenarnya ini cukup banyak untuk pasien yang pasti request hidung, tapi satu yang kita tekanin disini. Yaitu pertama yang terpenting hidung pasien itu aman, pasti yakinin lagi juga hidungnya pasti sudah sesuai yang pasien inginkan. Kami selalu meyakinkan itu.

Penulis : Bagaimana The Clinic Beautylosophy dapat membranding tindakan Rhinoplasty terhadap calon konsumen?

Narasumber : Biasanya kami untuk membranding tindakan Rhinoplasty disini tuh pasti bisa lewat iklan, bisa di Intasgram ads, facebook ads, kami juga bisa nya sering share status tentang Rhinoplasty bisa di

WhatsApp, Tiktok, dan kami juga bisa ngasih before after pasien yang sudah pernah melakukan oprasi disini. Dan kami juga biasa menghire influencer untuk kami endorse disini, dan bisa mereka share pengalaman mereka melakukan tindakan Rhinoplasty di Clinic Beautylosophy. Dan yang terpenting yang banyak pasien tau dari event-event, biasanya kami juga melakukan event dimall atau juga bisa dirumah sakit.

Penulis : Apakah keunggulan tidnakan Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy dibandingkan competitor lainnya?

Narasumber : Keunggulan kami disini dibandingkan dengan competitor lain biasanya banyak compotitor yang lain tidak adanya bius tidur, jadi mereka pada saat pengerjaan pasien tetap sadar sehingga pasien merasa tidak nyaman, kesakitan dan membuat pasien jadi trauma. Jadi salah satu keunggulan kami di Clinic ini adanya bius tidur dan harga relatif terjangkau karna bisa dibandingkan dengan Clinic lain atau compotitor yang lain itu harganya rhino sudah lumayan tinggi, apalagi sekarang sudah banyak teknik-teknik sehingga yang ngebuat competitor lain itu lebih mahal. Tapi disini kami juga membuat teknik yang baru tapi dengan harga yang terjangkau.

Penulis : Bagaimana cara meyakini pasien bahwa Rhinoplasty adalah pilihan yang tepat?

Narasumber : Jadi gimana cara untuk meyakininya, yang pertama pasti Rhinoplasty itu membuat wajah lebih proporsional untuk dari segi kesehatan itu bisa membuat nafas lebih plong atau lebih enak, kadang saat kita lagi *flu* suka terhambat, dan dengan cara melakukan Rhinoplasty itu yang akan membuat pada saat *flu* nafas tidak terhambat.

Penulis : Bagaimana cara menyikapi calon konsumen yang ragu bahwa Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy belum teruji?

Narasumber : Biasanya kami untuk menangani kosumen yang ragu untuk melakukan Rhinoplasty, biasanya kita selalu yakinin dengan cara

kami kasih foto before after, kami kasih hasil foto-foto yang terbaik walaupun semuanya disini pasti bagus-bagus semua. Kami juga meyakini bahwa di The Clinic Beautylosophy ini sangat aman dan sangat nyaman, karena pengerjaanya juga dengan tidur tapi tidak yang terlalu dalam sehingga pasien bener-bener tidak merakan yang namanya sakit sedikitpun.

Penulis : Untuk sesi terakhir tentang action atau tindakan ada 9 pertanyaan.

Apakah anda yakin dengan startegi anda dalam mempromosikan Rhinoplasty agar pasien bisa tertarik dengan tindakan tersebut?

Narasumber : Saya yakin, soalnya memang untuk sesuai target kita sudah banyak banget pasien yang sudah dating ke The Clinic Beautylosophy dimentang untuk melakukan tindakan Rhinoplasty.

Penulis : Seberapa sering anda mempromosikan tindakan bedah plastik Rhinoplasty kepada calon Konsumen?

Narasumber : Sesering mungkin, bahkan untuk beberapa pasien yang memang casenya sudah treatment hidung namun ada beberapa orang yang lelah untuk melakukan retouch, biasanya kita selalu nawarin kepada pasien atau mempromosikan kepada pasien tentang Rhinoplasty.

Penulis : Bagaimana cara anda menghandle calon konsumen yang apabila calon konsumen melakukan negosiasi harga mengenai Rhinoplasty?

Narasumber : Biasanya The Clinic memberikan diskon kepada konsumen atau memberikan promo-promo yang lain, biasanya untuk case-case yang sulit ditangani biasanya kita ahlinin konsumen untuk kita tawarkan atau kita kasih diskon atau bonus ke treatment estetik atau kita juga kasih *free treatment* yang lain. Nah biasanya juga kita kasih *voucher* khusus untuk pasien yang mau melakukan tindakan Rhinoplasty dibulan ini dan terkadang kalo memang pasien tetap minta untuk menurunkan harga biasanya kita tawarkan untuk foto before after atau biasanya kita kasih dokumenrealis karna pasien

bersedia untuk tindakannya bisa di publish di YouTube, Instagram, Tiktok atau disemua sosial media The Clinic Beautylosophy.

Penulis : Bagaimana Cara anda dalam menghandle tingginya persaingan antar clinic dalam tindakan rhinoplasty?

Narasumber : Meyakinkan pasien bahwa masih ada beberapa Clinic itu yang belum menerapkan yang namanya bius tidur, jadi pada saat dia oprasi pasien dalam keadaan sadar dan sedangkan di Clinic kami ini menawarkan bius tidur, tetap merasa aman pada saat operasi, lalu kami juga memberikan harga kepasien yang memang relatif terjangkau dibandingkan dengan Clinic yang lain, dan kami disini melakukan metode close Rhinoplasty yang dimana jahitannya minim kelihatan atau bekasnya tidak terlihat sama sekali beda dengan Clinic lain yang mungkin melakukan open Rhino yang dimana jahitannya atau bekasnya terlihat. Dan tentunya kami disini juga meyakinkan pasien bahwa disini itu minim bengkak dimana diberikan obat-obat untuk mengurangi peradangan atau bengkaknya, dan juga ada beberapa pasien juga takut melakukan Rhino karna takut hidungnya di *gips* dan biasanya kami menjelaskan bahwa di Clinic kami ini tidak di *gips* hanya melakukan plester, sehingga tidak mengganggu kenyamanan aktivitas atau kadang tidak terlihat oleh orang lain.

Penulis : Bagaimana cara anda merespond calon konsumen saat calon konsumen melakukan perbandingan harga dengan Clinic bedah plastic lainnya?

Narasumber : Disini kami merespon pasien dengan baik, walaupun mereka melakukan perbandingan harga. Biasanya disini pasien diminta untuk konsultasi terlebih dahulu kedokternya lalu kita lihat casenya apa, casenya sulit atau tidak. Jika memang casenya tidak sulit biasanya diberikan diskon atau harga murah dari biasanya.

Penulis : Promosi yang di gunakan untuk membuat pasien semakin tertarik dan yakin ntuk memilih The Clinic Beautylosophy?

Narasumber : Biasanya kita untuk pasien-pasien tersebut misalnya kita kasih bulan ini melakukan tindakan Rhinoplasty, kita juga biasanya kasih *free* dengan treatment estetik lainnya atau biasanya juga kita kasih voucher khusus jika konsumen itu melakukan tindakan Rhinoplasty dibulan tersebut.

Penulis : Jenis teknik komunikasi apa yang anda gunakan pada calon konsumen?

Narasumber : Teknik yang biasa digunakan yaitu mendengarkan keluhan pasien apa yang dibutuhkan atau apa yang ditakutkan oleh pasien, dan pastinya kita juga memberikan informasi yang jelas tentang apa itu rhino, bagaimana proses penyembuhannya, hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pasien pada saat sebelum dan sesudah rhino. Pastinya kita disini juga membangun kepercayaan kepada pasien, gimana pasien bisa akhirnya tertarik atau percaya bahwa tindakan rhinoplasty pasti lebih aman.

Penulis : Media promosi apa yang digunakan The Clinic Beautylosophy di setiap bulannya terkait Rhinoplasty?

Narasumber : Biasanya kita menggunakan media bisa lewat Instagram, Facebook, bahkan kita juga bisa melalui WhatsApp. Banyak juga pasien-pasien yang tertarik dari tiga media sosial tersebut.

Penulis : Menurut anda cara promosi The Clinic Beautylosophy mencapai target pasar yang anda kelola? Atau tidak?

Narasumber : Iya, sudah sangat mencapai target apalagi target kita disini tidak Cuma untuk remaja saja dan juga bisa untuk orang dewasa bahkan lansia. Jadi untuk mencapai target pasar sudah sangat mencapai.

Penulis : Baik kak, terimakasih sudah meluangkan waktunya dan sudah membantu saya.

Narasumber : Samasama semoga lancar, sehat selalu.

Lampiran X : Wawancara Calon Konsumen Della

TRANSKRIP WAWANCARA 3.

Waktu Wawancara : 11 Januari 2023

Lokasi Wawancara : Jl. Wahid Hasyim No. 41 B, Menteng , Kec, Menteng ,
Kota Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibukota Jarkarta.

PROFIL WAWANCARA.

Nama : Dela
Umur : 26 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Calon *Customer* The Clinic Beautylosophy.

HASIL WAWANCARA.

Penulis : Hallo, selamat siang kak. Perkenalkan nama saya Nadia Herliyana Pratiwi saya dari Universitas Nasional pada hari ini saya ingin mewawancarari kakak sebagai narasumber skripsi saya yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty pada calon konsumen (Studi Kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng) apakah kakak bersedia?

Narasumber : Iya, Bersedia ko mba.

Penulis : Baik, boleh dibantu untuk identitas informannya ya kak

Narasumber : Saya dengan Dela, pekerjaan saya seorang karyawan swasta dan jenis kelamin saya perempuan, saya berusia 26 tahun. Dan disini saya tertarik sebagai calon *customer* Plastik Rhinoplasty.

Penulis : Kami ada beberapa pertanyaan, boleh dibantu untuk dijawab ya kak. Untuk pertanyaan pertama Dari mana ada mengetahui The Clinic Beautylosophy?

Narasumber : Sebelumnya untuk The Clinic Beautylosophy sendiri saya taunya dari Instagram.

Penulis : Mengapa anda bisa tertarik dengan Tindakan Rhinoplasty di The Clinic Beautylosophy?

Narasumber : Saya sudah mencari diberbagai Clinic tapi saya lebih tertarik di The Clinic Beautylosophy ini karna memang saya sudah lihat sendiri hasil dari before after oprasi rhino tersebut.

Penulis : Apa yang anda pikirkan tentang tindakan Rhinoplasty ?

Narasumber : Jadi kalo Rhinoplasty itukan yang memancungkan hidung jadi saya tertarik oleh itu.

Penulis : Apakah ketakutan yang terbesit dalam pikiran anda mengenai tindakan Rhinoplasty?

Narasumber : Pasti, namanya oprasi pasti ada yang kita takutin apalagi ini oprasinya memancungkan hidung, jadi saya takut banget terjadi miring atau terlalu tinggi. Makanya saya memilih The Clinic Beautylosophy ini karna memang sebelumnya temen juga ada oprasi di Clinic ini. Sebelum oprasi selesai kita sebagai konsumen atau pasien ditanyakan dulu sudah cukup atau belum.

Penulis : Hal apa yang mendorong kakak untuk memiliki rencana Rhinoplasty?

Narasumber : Jadi untuk hal yang mendorong itu biar lebih pede saja.

Penulis : Menurut anda apakah The Clinic Beautylosophy adalah tempat terbaik untuk melakukan tindakan Rhinoplasty?

Narasumber : Jadi kalo dibilang terbaik itu karna memang yang saya lihat dari segi hasil, segi harga dan itu memang cocok untuk disaya.

Penulis : Apakah yang anda sudah pernah mengunjungi Klinik lain?

Narasumber : Sudah, saya pernah konsultasi di Klinik lain, ada dibeberapa Clinic sayapun juga sudah melihat foto before after, sudah Tanya-tanya harga tetapi memang saya lebih tertarik di The Clinic BeautyLosophy.

Penulis : Apa perbedaan yang anda rasakan dari The Clinic Beautylosophy dibandingkan klinik lainnya?

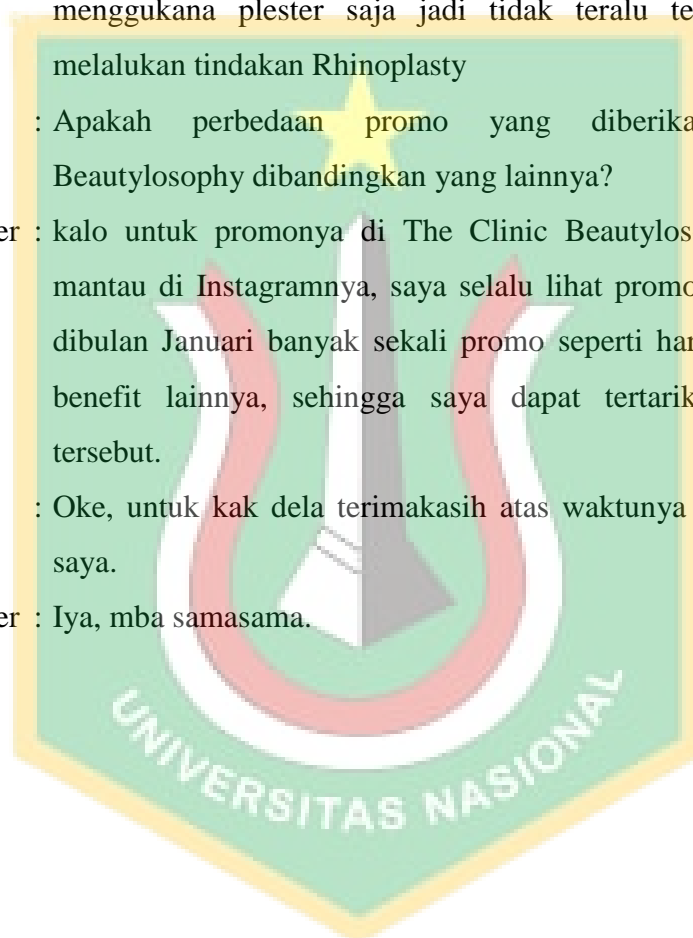
Narasumber : Jadi kalo untuk The Clinic Beautylosophy untuk penjelasan dokternya sangat detail, untuk di clinic lain pun hanya di jelaskan kalau nanti hidungnya akan di gips lah segala macem yakan saya takut ya ko di gips cuman kalau disini tuh tidak kak hanya menggukana plester saja jadi tidak teralu terlihat jika habis melalukan tindakan Rhinoplasty

Penulis : Apakah perbedaan promo yang diberikan The Clinic Beautylosophy dibandingkan yang lainnya?

Narasumber : kalo untuk promonya di The Clinic Beautylosophy saya selalu mantau di Instagramnya, saya selalu lihat promonya apa saja dan dibulan Januari banyak sekali promo seperti harga, serta benefit-benefit lainnya, sehingga saya dapat tertarik dengan promo tersebut.

Penulis : Oke, untuk kak dela terimakasih atas waktunya sudah membantu saya.

Narasumber : Iya, mba samasama.



Lampiran XI : Data pasien tindakan Periode bulan Oktober –Desember 2022

21.00

< Back data pasien dr.irsyad 2.xlsx

Pasien Dokter Irsyad Kiat SpBP.RE di Cab. The Clinic Menteng Oktober-Desember 2022

No	Nama Pasien	Tindakan
1	yohanes	Nose Alar Plasty
2	Putu Deby	Nose Alar Plasty
3	Maria	Nose Alar Plasty, Rhinoplasty
4	Angel	Silikonoma
5	Jenny Jeongma	Rhinoplasty,Buccal Fat, Lipo Double Chin
6	Yuriko Anggrawan	Nose Alar Plasty
7	Andika	Nose Alar Plasty
8	Clementina Nadine	Lipo Face, Lipo Chin
9	Alin Tiani Putri	Rhinoplasty
10	Prima	Rhinoplasty
11	Ekky Rarema	Rhinoplasty, Nose Alarplasty
12	Yenny Irene S	Rhinoplasty
13	Siti Muzarotut	Rhinoplasty
14	Lukas	Rhinoplasty
15	Mey Callebaut	Rhinoplasty
16	Anindya	Fat Transfer To Breast
17	Adhelia Sellenia Alfath	Rhinoplasty
18	Dina Anggraini Waluyuningrum	Rhinoplasty
19	Shelin Pricilia	Rhinoplasty
20	Vergia Fioritti Nen	Nose Alar Plasty
21	Nur Afni Meliani	Breast Augmentation, Nipple Correction
22	Kharisma Gita Octaviani	Liposuction
23	Esalina	Rhinoplasty
24	Fitri Maduri	Lipo Double Chin
25	Novita	Nose Alarplasty
26	dr. Agus Ariawan	Penile Enlargement
27	Diana Sarah Alifa	Revisi Rhinoplasty , Alar Plasty
28	Nisa Fachpani	Tatto Removal
29	Esalina Safrida	Tip Rhinoplasty
30	Reffy Eka Tari	Nose AlarPlasty
31	Aisah Rieskarani	Buccal Fat
32	Raymond Widjaja	Lower Blepharoplasty
33	Dey Talima	Rhinoplasty, Alarplasty
34	Rahmadi, S Hut	fat Transfer To Penile
35	dr. Elias Tuwaidan	Lip Contouring
36	Anjar Priyambudi	Silokonoma Penile
37	Siti Sofiah	Lip Reduction
38	Jati Soryandari	Lip Contouring,Lip Reduction
39	Griska Devinta Debby	Buccal Fat
40	Selvia	Breast Augmentation,Sinusitis Surgery
41	Sakhiyah	Lip Contouring, AlarPlasty
42	Aulia Dian Safitri	Rhinoplasty
43	Novi	Rhinoplasty with Implant
44	Steven	Buccal Fat
45	Anastasya Destara Pranata	Fat Transfer Small To Area
46	Dey Talima	Revisi Rhinoplasty,Lipo Double Chin
47	Santi Sellina	Breast Augmentation, Mini Tummy Tuck ,Liposuction
48	Tiara Wulandari	Revisi Rhinoplasty
49	Hj Kaeni	Lower Blepharoplasty
50	Sindi Sintia Dewi	Lip Contouring
51	Dina Putri Ajeng	Rhinoplasty With Implant & Cartilage
52	Sindi Sintia Dewi	Fat Transfer To Small Area
53	Yasri	Rhinoplasty with Cartilage dr. Irsyad
54	Nita Padij Susanti	Middle Faceliftng dr. Irsyad
55	Darlene Cindy Octari	Small Scar Revision dr. Irsyad
56	Hj. Alit Darmastuti	Buccal Fat Removal dr. Irsyad
57	Muhammad Asyari Syamsuhri	Small Scar Revision dr. Irsyad
58	Agnes Veronica	Lip Contaring 2 Bibir dr. Irsyad
59	Yuny Irsawati	Mini Face Lift & Lower Blepharoplasty dr. Irsyad
60	Putri Pusitasari	Hvmenoplasty dr. Irsyad

Lampiran XII : Foto dengan Narasumber Supervisor Siti Fadlah



Lampiran XIII : Foto dengan Narasumber Veronica Magdalena sebagai Admin



Lampiran XIV : Foto dengan Narasumber Elga Octa fila Sebagai Marketing



Lampiran XIV : Foto Narasumber Della Calon Konsumen The Clinic Menteng



LAMPIRAN XV : Foto Before After dan Foto Implant



Lampiran XVI : Hasil Trunitin



Lampiran XVII : Lampiran Surat Persetujuan



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
 S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61. Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN		
Npm	: 193516516533	
Nama	: NADIA HERLIYANA PRATIWI	
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Konsentrasi	: Hubungan Masyarakat	
KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL		
Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 October, 2022	dalam 4 kali pertemuan dalam bimbingan ada beberapa hal dalam perevisian yaitu : - revisi judul -teknik penulisan - serta materi .	Sudah Ditanggapi
KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR		
Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 December, 2022	assalamualaikum bu selamat malam mohon maaf mengganggu waktunya bu saya nadia herliyana pratiwi mahasiswi bimbingan ibu, berikut saya mengirim progres hasil revisi proposal skripsi saya dari bab 1,2,3 terimakasih banyak bu selamat malam.	Sudah Ditanggapi
6 February, 2023	transkrip wawancara skripsi pertama	Sudah Ditanggapi
6 February, 2023	transkrip wawancara kedua	Sudah Ditanggapi
7 February, 2023	pedoman wawancara	Sudah Ditanggapi
9 February, 2023	revisi proposal skripsi	Sudah Ditanggapi
9 February, 2023	abstrak nadia	Sudah Ditanggapi

Lampiran XVIII : Lembar Persetujuan Proposal



FORMULIR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa	:	Nadia Herliana Pratiwi
NPM	:	193516516533
Konsentrasi Studi	:	Public Relations
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Proposal Skripsi	:	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN BEDAH PLASTIK RHINOPLASTY PADA CALON KONSUMEN (STUDI KASUS PT MAHANDARU THE CLINIC BEAUTYLOSOPHY MENTENG).
Dosen Pembimbing	:	Dr.Dwi Kartikwati,S.Sos.,M.Si.

Disetujui untuk Sidang Proposal Skripsi,

Jakarta,06 Oktober 2022

Dosen Pembimbing,

(Dr.Dwi Kartikwati,S.Sos.,M.Si.)