

Strategi Marketing Public Relations Klinik Kecantikan

Adinda Savira, Rosita Anggraini
Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi
Jakarta, Indonesia
adindasavira30@gmail.com

Abstract—Dna Skinlab, which is located in south Jakarta, has superior treatment products and services, namely PRP, Dna Salmon, and antiaging serum. In order to continue to exist in the market, currently Dna Skinlab is implementing a Marketing Public Relations strategy in supporting companies to promote a product and create an image. The purpose of this study was to analyze the Marketing Public Relations strategy of Dna Skinlab South Jakarta by using a pull, push and pass strategy. The concepts used are marketing public relations activities, and pull-push-pass strategies. Methods This research uses descriptive qualitative methods. Data collection techniques in the form of primary through in-depth interviews with one key informant, namely YZ and two informants, namely ND and RN. Secondary data through reference books, documents, and the internet. Data analysis through data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results showed that Dna Skinlab's marketing public relations strategy used 5 tools for marketing public relations activities, namely publications, identity media, events, speeches and participating in social activities as a supporter of the three way strategy, namely pull, push and pass strategies. activities that have been carried out to obtain good will, the benefits obtained are increased sales or trust and a good image for the company, as well as the number of followers, views and likes on social media. DNA Skinlab has been successful in carrying out the strategy by achieving sales targets that continue to increase from year to year.

Keywords—*Public Relations, Marketing Public Relations Activities, Pull- Push, and Pass Strategy, Beauty Clinic.*

Abstrak—Dna Skinlab yang berlokasi di Jakarta Selatan merupakan klinik kecantikan kulit, wajah dan tubuh dengan produk dan jasa perawatan yang diunggulkan yaitu PRP, Dna Salmon, dan serum antiaging. Klinik kecantikan ini menerapkan strategi marketing public relations untuk mempromosikan produk dan membangun citra. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi marketing public relations Dna Skinlab menggunakan strategi pull, push dan pass. Pendekatan penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam pada tiga informan, dan studi kepustakaan. Analisis data melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketing public relations Dna Skinlab menggunakan 5 alat kegiatan marketing public relations, yaitu publikasi, media identitas, acara, pidato dan berperan serta dalam aktivitas sosial sebagai pendukung three ways strategy yaitu strategi pull, push dan pass. Kegiatan yang dilakukan ini memperoleh good will, peningkatan penjualan, kepercayaan, citra baik perusahaan, dan banyaknya followers,

view dan likes di media sosial. Dna Skinlab berhasil menjalankan strategi dengan pencapaian target penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun.

Kata Kunci—*Public Relations, Marketing Public Relations, Strategi Pull, Push, dan Pass, Bentuk Kegiatan Marketing Public Relations*

I. PENDAHULUAN

Klinik kecantikan bersaing dengan menawarkan konsep yang modern, dan pilihan yang beragam untuk jasa perawatan agar semakin menarik. Dna Skinlab merupakan salah satu klinik kecantikan yang berada di Jakarta, berlokasi di Jl. Fatmawati Raya No 32B Cilandak, Jakarta Selatan. Dna Skinlab merupakan sebuah klinik kecantikan yang berpusat pada bidang kesehatan untuk kecantikan kulit, wajah hingga tubuh. Produk dan jasa perawatan yang diungguli atau diutamakan oleh Dna Skinlab seperti PRP, Dna Salmon dan serum antiaging.

Dengan persaingan yang terus menerus muncul pada bisnis sejenis, membuat peluang pasar menjadi sempit. Maka dari itu, pelaku bisnis harus selalu meningkatkan kualitas produk dengan nilai yang dibutuhkan oleh para konsumennya (Erlangga 2008).

Perusahaan berusaha agar tetap terjaga kestabilannya dengan melakukan bermacam-macam strategi. salah satu strateginya adalah komunikasi, yang merupakan hal penting dalam pemasaran produk yang ditawarkan. Tanpa komunikasi, masyarakat atau konsumen tidak mengetahui informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau produk yang ditawarkan.

Salah satu persaingan bisnis yang di Indonesia adalah klinik kecantikan yang kini menjadi suatu kebutuhan penting bagi sebagian masyarakat. Penampilan merupakan bagian dari kehidupan yang harus dijaga. Masyarakat sadar pentingnya menjaga penampilan agar terlihat menarik. Bisnis kecantikan merupakan salah satu bisnis yang turut merasakan perkembangan terhadap lifestyle masyarakat saat ini. Pangsa pasar pada bidang kecantikan dimulai dari remaja hingga orang tua. Kebutuhan tersebut mendukung terbentuknya klinik kecantikan untuk memenuhi kebutuhan merawat penampilan, khususnya para wanita.

Dunia kecantikan terus berkembang, membuat Dna Skinlab terus mengenalkan hal-hal baru dalam menjual produk maupun jasa perawatannya. Dimulai dari

menawarkan harga yang terjangkau dengan mementingkan kualitas dari pelayanan yang diberikan. Harga yang diberikan oleh Dna Skinlab adalah harga yang cukup terjangkau (low-middle class), dibandingkan dengan harga yang diberikan oleh para pesaing sejenis. Terkait harga, mampu memikat minat para konsumen, sehingga konsumen dapat memilih klinik kecantikan Dna Skinlab dibandingkan klinik lain.

Marketing public relations adalah upaya untuk mendapatkan good will, keyakinan, dapat memberikan pemahaman, dan citra yang baik di mata masyarakat. Perusahaan atau organisasi perlu menjalankan suatu strategi sehingga dapat bersaing di tengah-tengah persaingan lingkungan bisnisnya.

Berdasarkan latar belakang yang dipapar, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi marketing public relations klinik kecantikan Dna Skinlab? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi marketing public relations klinik kecantikan Dna Skinlab menggunakan strategi pull, push dan pass.

II. METODOLOGI

Pendekatan penelitian adalah kualitatif yang menghasilkan data deskriptif baik verbal maupun non verbal dari sumber yang diamati. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang secara mendalam perihal makna, kenyataan, dan fakta yang relevan (Moleong, 2012).

Penelitian dilakukan di Klinik Dna Skinlab, Jl. Fatmawati Raya No 32B Cilandak, Jakarta Selatan. Penelitian dilakukan dari bulan November 2020 – Desember 2020 dengan mewawancara 3 informan yaitu informan kunci, informan utama, dan informan tambahan.

Informan kunci adalah YZ berusia 44 Tahun. YZ adalah pendiri dan pemilik Dna Skinlab. Informan utama adalah ND yang berusia 37 Tahun. ND menjabat sebagai Marketing Public Relations Officer di Dna Skinlab selama 3 tahun. Informan tambahan adalah RD yang berusia 26 Tahun. Dia merupakan konsumen Dna Skinlab selama 2,5 tahun terakhir.

A. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara mendalam secara tatap muka langsung pada 3 informan. Bertujuan untuk memperoleh data secara lengkap (Kriyantono, 2016). Studi kepustakaan (Literature) dengan baca buku dan refrensi dari sumber untuk melengkapi data-data yang sudah ada (Sugiyono, 2010).

Data primer penelitian ini adalah hasil yang didapatkan melalui wawancara kepada 3 informan secara langsung (Bungin, 2010). Data sekunder mengutip sumber-sumber tertulis seperti buku-buku dan jurnal yang terkait dengan penelitian ini, dan dokumentasi melalui sosial media Instagram @dnaskinlab

B. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh peneliti olah dengan melakukan editing dan pengkodean (Coding). Teknik analisis data dilakukan dengan melakukan tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Membagikan keterangan yang sangat jelas, dan mampermudah dalam melakukan pengumpulan pada data selanjutnya (Sugiyono, 2012)

2. Penyajian data

Pada tahap ini peneliti menyediakan data yang sudah dipilih ke dalam laporan secara sistematis. Data disediakan berbentuk narasi berupa strategi marketing public relations klinik kecantikan (Sugiyono, 2012)

3. Pengambilan kesimpulan

Mempelajari isi dari data yang sudah didapatkan dari hasil wawancara mendalam, serta observasi. lalu dapat melaksanakan reduksi data dengan mencatat rangkuman dan memilih data yang sesuai dengan kategorinya. Lalu tahap validasi data menggunakan triangulasi sumber data yaitu membandingkan dengan hasil pengamatan, pernyataan informan dan penulis, situasi penelitian, keadaan serta hasil wawancara dan isi dokumen yang berkaitan dengan penelitian sehingga hasil akhir dari penelitian dapat memperlihatkan gambaran dari semua data yang sudah diamati. (Sugiyono, 2012)

C. Teknik keabsahan data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi (Sugiyono, 2009) yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber, dan triangulasi waktu. Triangulasi teknik berarti peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik yang berbeda-beda seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada sumber data yang sama secara serempak, untuk dapat menemukan suatu kebenaran. Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang sudah diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi waktu berarti peneliti melakukan pemeriksaan kembali terhadap keabsahan data yang telah diperoleh kepada sumber data dengan metode yang sama, tetapi pada waktu, tempat, dan kondisi yang berbeda hingga memperoleh data yang pasti dan akurat.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Dna Skinlab didirikan pada tahun 2017 berlokasi di Jl Fatmawati Raya No 32B. Dna Skinlab merupakan klinik kecantikan yang dioperasikan oleh beberapa dokter estetika. Visi Dna Skinlab adalah klinik kecantikan wajah dan tubuh terbaik, dengan memberikan pengalaman yang bahagia. Sedangkan misi dari Dna Skinlab adalah menyempurnakan pada tingkat kesadaran masyarakat atas pentingnya menjaga dan menjaga kesehatan kulit, wajah dan tubuh.



Gambar 1. Lokasi dan gedung Dna Skinlab

Dna Skinlab memiliki produk dan perawatan yang diunggulkan atau menjadi penjualan terbaik yaitu PRP, Dna salmon dan serum *antiaging*. Untuk produk *skincare*, Dna Skinlab memiliki *cream* (*moisturizer*, *sun screen*, *overnight brightening*) *facial wash* dan serum.



Gambar 2. Produk skincare

HIFU High Intensity Focused Ultrasound Perawatan perawat yang menggunakan ultrasound, HIFU untuk meningkatkan elastisitas dan mengencangkan kulit wajah yang kendur. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. HIFU 1200rb atau paket 15x 15rb HIFU 1200rb atau paket 15x 15rb	PRP Platelet Rich Plasma Perawatan plasma darah yang kaya akan trombosit yang digunakan untuk meningkatkan elastisitas kulit. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. PRP 1200rb atau paket 15x 15rb PRP 1200rb atau paket 15x 15rb	MESOTHERAPY (without needle) Perawatan dengan menggunakan gelombang radio frekuensi untuk menembus lapisan kulit paling dalam dengan memasukkan serum pada wajah. Serum: Jerawat, anti-aging, collagen agar mendapatkan hasil maksimal tanpa suntikan. Mesotherapy 1200rb
RF Radio Frequency "upakan teknologi perawatan dengan menggunakan gelombang radio frekuensi untuk menembus lapisan kulit yang terdalam dan meningkatkan elastisitas kulit. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. RF 1200rb atau paket 15x 15rb RF 1200rb atau paket 15x 15rb	IPL Intense Pulse Light Perawatan dengan menggunakan sinar laser untuk menghilangkan jerawat, flek hitam, dan jerawat. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. IPL 1200rb atau paket 15x 15rb IPL 1200rb atau paket 15x 15rb	HAIR REMOVAL Penghilang rambut halus (bulu) Perawatan menghilangkan rambut halus (bulu) pada bagian-bagian tubuh tertentu dengan teknologi laser. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. HAIR REMOVAL 1200rb atau paket 15x 15rb HAIR REMOVAL 1200rb atau paket 15x 15rb

Gambar 3. Perawatan Dna Skinlab

BOTOX MENGILANGKAN KERUTAN PADA BAGIAN JIDAT, SAMPIING MATA, TENGAH ALIS, SERTA MENGENCANGKAN OTOT PADA RAHANG. Memasukkan serum kolagen, vitamin A, C, E dan vitamin-vitamin lainnya kedalam tubuh dengan menggunakan alat infus atau suntikan. Infus 3000rb atau paket 15x 15rb Injection 3000rb atau paket 15x 15rb	INFUS / INJECTION Infus atau suntik Setelah treatment di management Foundasi dalam kulit lapisan Mta melakukan tato atau. Sebelum melakukan BB Glow treatment. 1. Jarak akan diberikan cream kecil terlebih dahulu, an yang digunakan berupa ampul yang mengandung Hyaluronate Filler, Dna Skinlab, dan vitamin. 2. Setelah itu, akan diberikan BB Glow treatment. 3. Setelah itu, akan diberikan BB Glow treatment. BB Glow 12x 6500rb	BB GLOW Setelah treatment di management Foundasi dalam kulit lapisan Mta melakukan tato atau. Sebelum melakukan BB Glow treatment. 1. Jarak akan diberikan cream kecil terlebih dahulu, an yang digunakan berupa ampul yang mengandung Hyaluronate Filler, Dna Skinlab, dan vitamin. 2. Setelah itu, akan diberikan BB Glow treatment. 3. Setelah itu, akan diberikan BB Glow treatment. BB Glow 12x 6500rb
PEELING pengelupasan Adalah tindakan pengelupasan bahan kimia, fruktan, dan mempercepat pengelupasan kulit secara alami. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. Peeling 1200rb Peeling 1200rb Peeling 1200rb	FACIAL Pembersihan dan pembenihan wajah Proses pembersihan wajah yang bertujuan untuk membersihkan kulit wajah, melembutkan kulit wajah, dan membantu menghilangkan sel kulit mati. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. Facial 1500rb Facial 1500rb Facial 1500rb	MICRODERMABRATION Microdermabrasi Treatment pengelupasan kulit yang dilakukan dengan menggunakan alat khusus dan bahan kristal halus. Berujuan untuk menghaluskan kulit, mengangkat sel kulit mati, mengaktifkan sel-sel yang membesar, mengencangkan kulit, dan menghilangkan jerawat. Target: Sekitar kulit mata, dagu, leher, tangan, dada, proses operasi. Perawatan ini tidak menimbulkan rasa sakit. Target: HIFU untuk mengencangkan kulit wajah, yang membuat double chin tidak ada atau yang menghangat kulit wajah yang kendur. HIFU untuk mengencangkan kulit wajah. Microderma 2000rb

Gambar 4. Perawatan Dna Skinlab

Dna Skinlab memiliki pelayanan yang baik dengan harga terjangkau, dan mempersiapkan pelayanan untuk perawatan wajah dan tubuh untuk memenuhi kebutuhan wanita maupun pria.

Kegiatan *marketing public relations* Dna Skinlab dilakukan untuk menghadapi persaingan, dan melalui strategi yang sesuai untuk membangun nilai serta keunggulan yang dimiliki Dna Skinlab bagi para konsumennya.

A. Strategi marketing public relations

Melakukan strategi *marketing public relations* dengan menggunakan program *public relations* yang telah disusun dan dilaksanakan terus menerus dengan cara strategi *pull*, *push* dan *pass*.

Dna Skinlab melakukan strategi *pull* yang mampu memberikan pandangan yang baik, dan mampu membangun citra positif terhadap Dna Skinlab. Strategi *pull* yang dilakukan dengan cara publikasi melalui media sosial seperti selalu memperbarui informasi yang menarik, memberikan hadiah berupa *voucher*, kuis, *games* dan mengunggah kembali foto-foto konsumen atau pasien di Instagram Dna Skinlab. Melalui Instagram Dna Skinlab berupaya berhubungan baik dengan pelanggan lewat *live* Instagram untuk menarik perhatian publik dan konsumennya. Dalam kegiatan itu dilakukan sesi tanya jawab setelah membahas mengenai segala hal yang berkaitan dengan perawatan. Dna Skinlab memberikan hadiah sesuai yang sudah ditentukan dan untuk para *followers* di Instagram @dnaskinlab. Hadiahnya berupa perawatan gratis atau diskon harga untuk perawatan.

Mengadakan kuis melalui *live* Instagram, dan menggunakan fitur "Quiz" dalam *story* Instagram adalah sebuah ide terbaru dari Dna Skinlab dalam melakukan promosi yang terbuka untuk umum.



Gambar 5. Kegiatan Tanya-jawab & Quiz di Instagram Dna Skinlab

Dna Skinlab menggunakan media cetak seperti memasang standing banner, flyer untuk membantu mempublikasikan Dna Skinlab. Strategi pull adalah usaha dalam meningkatkan penjualan dan pembelian serta mampu menghasilkan kepuasan pada setiap kualitas yang diberikan oleh Dna Skinlab untuk para pelanggannya.

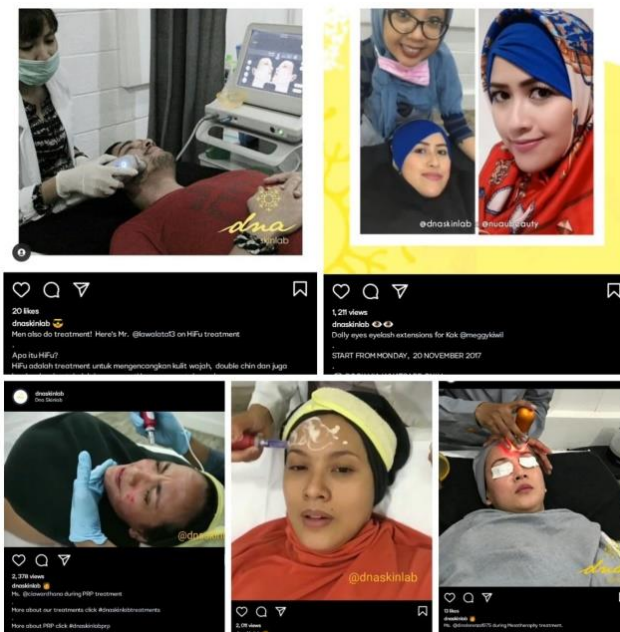
Push Strategy yang dilakukan Dna Skinlab dengan mengajak para pelanggan agar membeli produk atau menggunakan jasa, terdapat diskon yang berlaku dan menggunakan endorsement untuk memberikan informasi berupa manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa dari Dna Skinlab.

Dna Skinlab memberikan voucher dan diskon harga di hari dan waktu tertentu yang diberikan seperti “anniversary promo”, student’s special, men’s day special, office hours special, Ramadhan Special dan setiap bulan ada diskon paket untuk melakukan perawatan.

Office Hours* Specials	Men's Day* Specials	Student's* Specials
BB Glow - 400.000 + 360.000 Eyelash Extensions - 300.000 + 315.000 Eyebrows Embroidery - 1.500.000 + 1.350.000 HiFu Double Chin - 750.000 + 675.000 HiFu Cheek - 1.300.000 + 1.170.000 HiFu Arms - 750.000 + 675.000 HiFu Tummy - 3.000.000 + 2.700.000 HiFu Thighs - 1.500.000 + 1.350.000 Mesotherapy - 400.000 + 360.000 PRP - 750.000 + 675.000	Dermaroller - 550.000 + 495.000 HiFu Double Chin - 750.000 + 675.000 HiFu Cheek - 1.300.000 + 1.170.000 HiFu Arms - 750.000 + 675.000 HiFu Tummy - 3.000.000 + 2.700.000 HiFu Thighs - 1.500.000 + 1.350.000 PRP - 750.000 + 675.000 Mesotherapy - 400.000 + 360.000	Facial Basic - 150.000 + 100.000 RF Arms - 350.000 + 315.000 RF Face - 250.000 + 225.000 RF Thighs - 500.000 + 450.000 RF Tummy - 300.000 + 270.000 Peeling - 200.000 + 150.000
* Bring and show us your employee ID / Student Card * Valid ONLY for employees on MONDAY - Dna Skinlab - ASK US FOR MORE ONLY VIA WHATSAPP +62 878 3622 2037 NO CALL, NO TMI Buato Thamaris, Blok F Jln. Asim 2 No. 11, Ciputat, Tangerang Selatan	* Valid ONLY for MALE on Thursday - Dna Skinlab - ASK US FOR MORE ONLY VIA WHATSAPP +62 878 3622 2037 NO CALL, NO TMI Buato Thamaris, Blok F Jln. Asim 2 No. 11, Ciputat, Tangerang Selatan	* Bring and show us your student ID * Valid every day except Saturday - Dna Skinlab - ASK US FOR MORE ONLY VIA WHATSAPP +62 878 3622 2037 NO CALL, NO TMI Buato Thamaris, Blok F Jln. Asim 2 No. 11, Ciputat, Tangerang Selatan
Office Hours* Specials	Men's Day* Specials	Office Hours* Specials
BB Glow - 400.000 + 360.000 Eyelash Extensions - 300.000 + 315.000 Eyebrows Embroidery - 1.500.000 + 1.350.000 HiFu Double Chin - 750.000 + 675.000 HiFu Cheek - 1.300.000 + 1.170.000 HiFu Arms - 750.000 + 675.000 HiFu Tummy - 3.000.000 + 2.700.000 HiFu Thighs - 1.500.000 + 1.350.000 Mesotherapy - 400.000 + 360.000 PRP - 750.000 + 675.000	Dermaroller - 550.000 + 495.000 HiFu Double Chin - 750.000 + 675.000 HiFu Cheek - 1.300.000 + 1.170.000 HiFu Arms - 750.000 + 675.000 HiFu Tummy - 3.000.000 + 2.700.000 HiFu Thighs - 1.500.000 + 1.350.000 PRP - 750.000 + 675.000 Mesotherapy - 400.000 + 360.000	BB Glow - 400.000 + 360.000 Eyelash Extensions - 300.000 + 315.000 Eyebrows Embroidery - 1.500.000 + 1.350.000 HiFu Double Chin - 750.000 + 675.000 HiFu Cheek - 1.300.000 + 1.170.000 HiFu Arms - 750.000 + 675.000 HiFu Tummy - 3.000.000 + 2.700.000 HiFu Thighs - 1.500.000 + 1.350.000 Mesotherapy - 400.000 + 360.000 PRP - 750.000 + 675.000
* Bring and show us your employee ID / Student Card * Valid ONLY for employees on MONDAY - Dna Skinlab - ASK US FOR MORE ONLY VIA WHATSAPP +62 878 3622 2037 NO CALL, NO TMI Buato Thamaris, Blok F Jln. Asim 2 No. 11, Ciputat, Tangerang Selatan	* Valid ONLY for MALE on Thursday - Dna Skinlab - ASK US FOR MORE ONLY VIA WHATSAPP +62 878 3622 2037 NO CALL, NO TMI Buato Thamaris, Blok F Jln. Asim 2 No. 11, Ciputat, Tangerang Selatan	* Bring and show us your employee ID / Student Card * Valid ONLY for employees on MONDAY - Dna Skinlab - ASK US FOR MORE ONLY VIA WHATSAPP +62 878 3622 2037 NO CALL, NO TMI Buato Thamaris, Blok F Jln. Asim 2 No. 11, Ciputat, Tangerang Selatan

Gambar 6. Promo harga Dna Skinlab

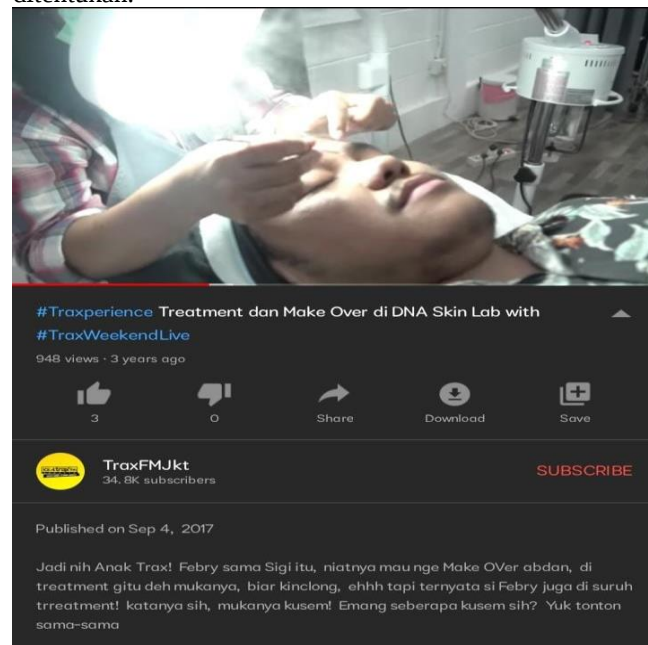
Dna Skinlab melakukan endorsement melalui Instagram. Dengan cara upload foto maupun video dengan memberikan informasi mengenai manfaat perawatan yang dilakukan.



Gambar 7. Endorsement melalui Instagram

Endorsement menggunakan Youtube dengan cara pada saat perawatan dilakukan, melakukan diskusi mengenai edukasi yang berkaitan dengan perawatan dan informasi-informasi lain yang dimiliki dari Dna Skinlab.

Endorsement melalui radio @traxfm yaitu dengan menyiarkan secara langsung, melakukan diskusi dengan dokter dari Dna Skinlab serta tanya-jawab dengan para pendengar radio, dan memberikan gift voucher yang sudah ditentukan.



Gambar 8. Endorsement melalui Youtube



Gambar 9. Endorsement melalui radio @traxfm

Endorsement yang dilakukan oleh public figure untuk membantu memperluas pemasaran produk atau jasa perawatan dari Dna Skinlab, karena followers selebgram atau public figure akan memperhatikan produk yang akan di-posting melalui Instagram, Youtube maupun radio.

Strategi pass yang dilakukan Dna Skinlab dengan melakukan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) seperti melakukan santunan kepada anak yatim piatu dan juga memberikan pertolongan untuk yang membutuhkan jika terdampak dari bencana di daerah sekitar.

Mengikuti acara kegiatan sosial di “Hari Sehat” bertempat di Kelurahan Cilandak Barat, dalam jangka waktu 6 bulan sekali, Dna Skinlab melakukan program perawatan Radio Frequency (RF). Program RF diberikan untuk ibu dan bapak, melalui acara tersebut dapat membantu dan bermanfaat bagi pihak terkait.

Kegiatan sosial yang dilakukan sangat membantu dalam membangun citra baik untuk Dna Skinlab, bukan hanya nama Dna SkinLab yang akan menjadi baik tetapi juga akan berdampak positif dari peran aktifnya di masyarakat.



Gambar 10. Kegiatan sosial Dna Skinlab

B. Kegiatan marketing public relations

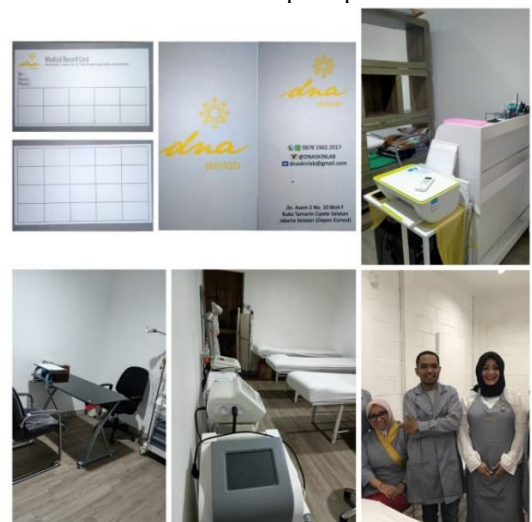
Dna Skinlab melakukan *marketing public relations* mengacu pada tujuh kegiatan *marketing public relations* untuk mendukung strategi *marketing public relations* yang dilaksanakan, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller. Dari tujuh kegiatan, Dna Skinlab, menjalankan lima kegiatan *marketing public relations* yaitu publikasi, media identitas, acara, pidato dan aktivitas sosial.

Publikasi yang digunakan Dna Skinlab untuk menyampaikan pesan dan informasi ke seluruh publik melalui media cetak seperti brosur, flyer, banner, publikasi di media sosial seperti Instagram dan memanfaatkan Instagram menggunakan *influencer* dapat mendukung dalam menyebarkan Dna Skinlab dalam bentuk video dan foto. Publikasi yang dilakukan untuk menarik perhatian dan mengkaitkan konsumen dengan citra Dna Skinlab.



Gambar 11. Kegiatan publikasi Dna Skinlab

Media identitas Dna Skinlab memiliki ciri khusus logo, name card, medical card, packaging produk skincare, bangunan, lokasi dan seragam pegawai untuk memperkenalkan Dna Skinlab kepada publik.



Gambar 12. Media identitas Dna Skinlab

Dalam rangka mendongkrak penjualan, penggunaan dan kunjungan dari konsumen atau pasien dari Dna Skinlab mengadakan acara seperti celebrate anniversary yang baru diadakan pada tahun 2019. Celebrate anniversary merupakan acara perayaan hari jadi Dna Skinlab yang diikuti oleh konsumen dan beberapa endorsement. Kegiatan acara ini membutuhkan kerja sama dengan beberapa endorsement. Manfaat mengundang langsung endorsement adalah untuk menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan acara tersebut sehingga acara tersebut dapat disebarluaskan kepada masyarakat melalui media sosial masing-masing.

Dna Skinlab melakukan kegiatan pidato yang diperlukan untuk mencukupi kebutuhan perusahaan dalam menjawab setiap yang dibutuhkan oleh masyarakat dan konsumen Dna Skinlab melakukan pembicaraan atau menjawab yang berkaitan dengan perawatan dan produk yang ditawarkan oleh Dna Skinlab di acara Anniversary Celebrate.

Dna Skinlab melakukan aktivitas sosial dalam kegiatan CSR seperti memberikan santunan kepada anak yatim piatu, mengeluarkan bagian dari hasil penjualan untuk memberikan bantuan bencana di daerah sekitar. Kegiatan yang Dna Skinlab lakukan dapat menciptakan nilai-nilai yang baik, yaitu kepercayaan konsumen akan bertambah dan banyak konsumen atau pasien merasa tertarik dengan aktivitas yang dijalankan.

Kegiatan marketing public relations yang belum dilakukan oleh Dna Skinlab adalah berita dan sponsorship. Dna Skinlab belum pernah bekerja membuat press release dan melakukan konferensi pers untuk media massa sehingga belum ada pemberitaan media massa terkait Dna Skinlab.

Dna Skinlab juga belum pernah memberikan sponsor untuk acara-acara tertentu karena Dna Skinlab baru mengawali bisnis, dan ketersediaan anggaran untuk sponsor belum memadai.

IV. KESIMPULAN

Langkah marketing public relations oleh Dna Skinlab menggunakan lima dari tujuh kegiatan marketing public relations, yaitu publikasi, media identitas, acara, pidato dan aktivitas sosial yang merupakan perwujudan dari strategi pull, push dan pass.

Dna Skinlab melakukan strategi pull melalui publikasi di media cetak dan media sosial resmi Dna Skinlab. Strategi pull melalui kegiatan publikasi yang dilakukan Marketing Public Relations Officer Dna Skinlab mampu membuktikan bahwa penjualan dapat meningkat, mampu memperbanyak followers, mampu menghasilkan view dan likes di media sosial Dna Skinlab.

Strategi push yang dijalankan dengan cara mempromosikan dan terdapat diskon di media cetak flyer, brosur dan media sosial Dna Skinlab, menggunakan endorsement untuk menyampaikan informasi berupa manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa dari Dna Skinlab.

Strategi pass dilakukan melalui kegiatan CSR berupa kegiatan amal kepada anak yatim piatu dan bantuan bencana sebagai wujud kepedulian Dna Skinlab kepada masyarakat.

Semua yang sudah dilakukan bertujuan untuk mendapatkan good will, seperti keuntungan yang didapatkan, kepercayaan dan citra positif untuk perusahaan. Dna Skinlab mampu melakukan strategi dengan upaya pencapaian target dengan hasil yang berkembang pesat.

Dalam melakukan strategi marketing public relations tidak selalu berjalan dengan baik yang memunculkan kendala yang dapat membuat kinerja tidak efektif. Dna Skinlab menghadapi komplain, kegiatan acara dan pelayanan yang kurang maksimal, dan bermunculan kompetitor. Solusi yang dilakukan Dna Skinlab adalah mengupayakan mengatasi hambatan dengan mengikuti perkembangan zaman, memberikan pelajaran dan pelatihan terhadap karyawan, dokter dan pimpinan sehingga mampu melihat perubahan-perubahan yang terjadi, dan selalu berpayu dapat memberikan pelayanan berkualitas pada para konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bungin, B. (2010). metodologi penellitian kualitatif. PT. Raja Grafindo Persada.
- [2] Gunawan, S., & Sulastri, F. (2017). Marketing Public Relations. A Reader in Marketing Communications, 133–156. <https://doi.org/10.4324/9781003060420-6>
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). manajemen pemasaran. Erlangga.
- [4] Kriyantono, R. (2016). Teknik Praktisi Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Kencana.
- [5] Moleong, L. J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- [6] Ruslan, R. (2016). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada.
- [7] Ruslan, R. (2017). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi konsepsi dan aplikasi. PT Raja Grafindo Persada.
- [8] Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- [9] Sugiyono. (2010). memahami penelitian kualitatif. Alfabeta.
- [10] Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- [11] Wahyuddin, A., & Athar, H. S. (2017). Pengaruh Marketng Public Relations Terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan Di Studio Alam TV9 Mataram. Magister Manajemen, 6, 1–17.