



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Merawat kecantikan sudah menjadi kebutuhan dikalangan wanita dari zaman dahulu hingga sekarang. Setiap wanita pada umumnya pasti ingin memiliki kulit serta wajah yang tak bernoda tanpa jerawat dan cantik agar dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka, baik ketika mereka berada di lingkungan kerja maupun sosial. Para wanita biasanya rela untuk mengeluarkan uang dalam jumlah yang besar untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan. Karena, di klinik kecantikan tersebut dapat merawat serta mengatasi segala masalah kulit yang kerap dialami oleh para wanita, dari menghilangkan kerut di kulit, jerawat, hingga menghilangkan lemak-lemak di berbagai bagian tubuh. Di zaman ini sudah mudah bagi para wanita untuk merawat kecantikan, karena sekarang dapat kita jumpai banyak sekali klinik kecantikan yang ada di Jakarta, dari golongan menengah ke bawah, hingga menengah ke atas.

Klinik Maharis merupakan salah satu bisnis klinik kecantikan yang dapat mengatasi hampir semua masalah kulit. Klinik Maharis sendiri menawarkan berbagai pilihan perawatan kulit untuk semua kalangan, baik pria maupun wanita. Klinik kecantikan bergolongan kelas A ini berawal hanya dari mulut ke mulut yang dilakukan dr. Kevin Maharis selaku pemilik klinik kecantikan tersebut.

Melalui hasil wawancara dengan Ibu Imelda selaku *Operation Director* mengakui bahwa sejak berdirinya Klinik Maharis hingga sekarang, Klinik Maharis sangat minim sekali dalam melakukan promosi, promosi dalam bentuk media digital maupun cetak. Ibu Imelda mengatakan promosi yang pernah dilakukan Klinik Maharis ialah melakukan barter *benefit* berupa liputan mengenai klinik maharis di berbagai majalah, promosi di media sosial (instagram, *website*, dan youtube *channel*), dan memberikan promo-promo diskon paket perawatan tahunan sebagai daya tarik tersendiri. Minimnya promosi yang dilakukan tersebut diakui berdampak pada jumlah kustomer dan *income* yang menurun dalam beberapa waktu belakangan ini.

Melalui permasalahan di atas tentunya penulis ingin mencari tahu apakah Klinik Maharis sudah dapat menginformasikan tentang penjualan produk dan jasanya secara tepat atau tidak, dengan melakukan survei berupa kuesioner kepada 70 responden. Berdasarkan hasil survei tersebut, penulis mendapatkan hasil bahwa hanya 26% responden mengetahui Klinik Maharis. Dengan demikian perlu adanya upaya untuk memperbaiki dan penambahan media promosi yang tepat agar dapat menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan Klinik Maharis. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis berinisiatif untuk meneliti dan membuat “Perancangan Media Promosi Kinik Maharis” sebagai tugas akhir. Penulis berharap agar rancangan media promosi yang penulis buat dapat menjadi solusi yang tepat untuk masalah klinik tersebut.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan topik yang telah diusung, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana merancang media promosi Klinik Maharis yang efektif serta menjangkau target audiens Klinik Maharis?

## 1.3. Batasan Masalah

Dalam perancangan media promosi Klinik Maharis ini batasi oleh berbagai hal, yaitu sebagai berikut:

1. Terbatas pada perancangan visual media promosi klinik maharis.
2. Target market yang dibatasi adalah sebagai berikut:
  - a. Geografis :
    - DKI Jakarta
  - b. Demografis :
    - Wanita
    - Berusia 22-45 tahun dan 45 tahun keatas
    - Kelas atas
    - Berpenghasilan SES A
  - c. Psikografis :
    - Wanita yang memperhatikan kecantikan penampilan
    - Wanita yang sudah berkeluarga
    - Wanita yang melakukan perawatan kecantikan secara teratur

#### 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan media promosi ini adalah untuk menciptakan media promosi yang efektif dan sesuai untuk membantu Klinik Maharis dalam peningkatan kustomernya.

#### 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dengan perancangan media promosi untuk klinik maharis ini, diharapkan memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat untuk Klinik Maharis :
  - Memberikan informasi kepada Klinik Maharis bahwa pentingnya sebuah media promosi pada suatu usaha.
  - Memberi solusli untuk Klinik Maharis agara dapat mencapai target yang diinginkan.
2. Manfaat bagi Masyarakat :
  - Meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kebutuhan akan perawatan kecantikan dan lebih mengenal Klinik Maharis.
3. Manfaat bagi penulis :
  - Mengaplikasikan apa yang telah penulis dapatkan selama berkuliah 4 tahun di Universitas Multimedia.
  - Mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dalam merancang sebuah media promosi yang efektif.
  - Penelitian ini merupakan kesempatan penulis untuk mendapatkan gelar S1.