

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Departemen Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi *Advertising***

Aditiyo Prayogo

Strategi Penggunaan Iklan Media Cetak, Televisi Dan Website Dalam Meningkatkan Jumlah Member Di Natasha Skin Care

Analisis Deskriptif kualitatif

Tahun Skripsi: 2013.XV. 126 Halaman

Daftar Kepustakaan: 24 Buku + 5 Jurnal dan Majalah + 2 Sumber *Online* (1990-2012)

Tujuan dari penelitian adalah untuk mendeskripsikan strategi penggunaan media cetak, website, dan televisi dalam meningkatkan jumlah anggota/member di Natasha Skin Care & Hair Treatment. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini adalah manager Natasha Skin Care dan pelanggan Natasha Skin Care. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa menyajikan majalah di setiap cabang Natasha untuk dibaca pengunjung, menampilkan berbagai produk cream Natasha, menampilkan berbagai macam pelayanan, menampilkan model Wajah Natasha Skin Care baik laki-laki maupun perempuan, menampilkan model terkenal atau artis-artis ibu kota yang menggunakan perawatan di Natasha Skin Care dan menampilkan prestasi atau penghargaan yang diperoleh Natasha. Hal-hal yang menjadi kelebihan dalam beriklan di majalah, yakni: jangka waktu lebih lama, materi iklan dapat ditampilkan secara detail/rinci, menampilkan materi iklan dengan kualitas baik/warna, dan menyajikan materi iklan secara periodic/berkala. Sementara hal-hal yang menjadi kelemahan adalah tenggang waktu yang lama dan daya jangkauan hanya terbatas pada pengunjung Natasha. Strategi beriklan di website yang dilakukan Natasha Skin care adalah dengan: menampilkan berbagai produk pelayanan perawatan wajah dan kulit, menampilkan berbagai produk cream yang diproduksi Natasha, menampilkan hasil-hasil perawatan wajah yang diperankan oleh model Wajah Natasha skin care, menampilkan profil Natasha Skin Care, dan menampilkan berbagai prestasi yang diraih Natasha Skin Care. Adapun yang menjadi kelebihan beriklan di website yakni: menampilkan berbagai produk secara aktual dan cepat, dapat diakses dimana saja, dan biaya lebih murah. Sementara yang menjadi kelemahan adalah penggunaan terbatas pada pengguna internet, hanya dapat diakses yang mampu mengoperasikan internet, jumlah pengguna internet yang terbatas, menggunakan koneksi internet, HP, computer, dan website statis. Strategi beriklan yang dilakukan Natasha Skin care di televisi adalah dengan cara: mengemas materi iklan sesempurna mungkin, menampilkan berbagai macam pelayanan kecantikan di Natasha Skin Care, menampilkan berbagai macam produk cream di Natasha Skin care, menampilkan fasilitas gedung yang mewah yang dimiliki Natasha Skin Care, menampilkan cara pelaksanaan perawatan di Natasha Skin care, dan menampilkan alat-alat yang canggih yang digunakan Natasha Skin Care. Adapun yang menjadi kelebihan beriklan di televisi adalah daya jangkauan yang luas, memiliki unsur kata-kata, musik, *sound effect*, dan dampak atau kesan yang kuat. Sementara yang menjadi kelemahan beriklan di televisi adalah biaya yang mahal dan durasi yang sangat terbatas.

Kata kunci: Natasha Skin Care, media cetak, website, televisi