

**STRATEGI PENGGUNAAN IKLAN MEDIA CETAK, TELEVISI,
DAN *WEBSITE* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH *MEMBER*
DI NATASHA SKIN CARE 2013**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**ADITIYO PRAYOGO
20080530027**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGGUNAAN IKLAN MEDIA CETAK, TELEVISI,
DAN *WEBSITE* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH *MEMBER*
DI NATASHA SKIN CARE**

Disusun Oleh:

**ADITIYO PRAYOGO
20080530027**

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



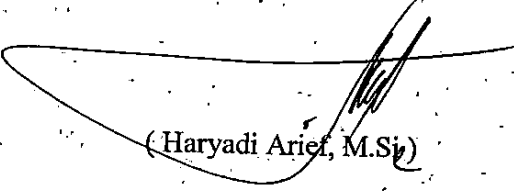
Haryadi Arief, S.IP., M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

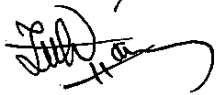
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 24 - 12 - 2013
Tempat : R. Rapat
Nilai : A

SUSUNAN TIM PENGUJI Ketua

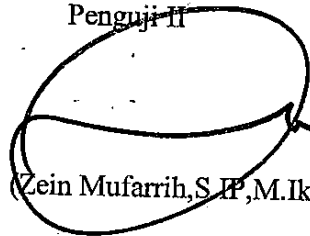

(Haryadi Arief, M.Si)

Penguji I



(Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn)

Penguji II



(Zein Mufarrih, S.IP, M.Ikom)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal : 31-12-2013


(Haryadi Arief, S.IP, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia

MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

**Allah akan mengangkat orang-orang Mukmin
Dan orang-orang yang diberi Ilmu
Pengetahuan
Ke Tingkat Derajat yang Tinggi**

(Al-Mujaadilah : 11)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

☞ **Allah Swt,**

☞ **Orangtuaku,**

☞ **Semua yang telah pernah beres**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena dengan Rohman dan Rohim-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "STRATEGI PENGGUNAAN IKLAN MEDIA CETAK, TELEVISI, DAN WEBSITE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MEMBER DI NATASHA SKIN CARE" Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta berbagai saran dan masukan yang sangat berarti kepada penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung.
2. Seluruh dosen khususnya yang ada di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan selama ini.
3. Kedua orangtuaku tercinta yang telah memberikan dukungan baik materiil maupun moril yang tak ternilai jumlahnya.
4. Special thanks: Widya, seseorang yang selalu hadir dan setia menemani penulis dengan senantiasa memberikan dukungan dan semangat

5. Rekan-rekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya jurusan Ilmu Komunikasi yang selama ini telah banyak memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis sehingga tetap semangat meneruskan perkuliahan.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikannya, Amin.

Akhirnya penulis menyadari skripsi ini belumlah sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk semakin menyempurnakan tulisan ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis.....	.11
2. Manfaat Praktis.....	11
E. Kerangka Teori.....	11
1. Strategi Periklanan	11

2. Strategi Penggunaan Iklan.....	12
a. Strategi Penggunaan Iklan Media Cetak.....	13
b. Strategi penggunaan <i>website</i>	22
c. Strategi iklan televisi.....	30
F. Metode Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Lokasi Penelitian.....	34
3. Subjek Penelitian.....	35
4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
5. Teknik Pengambilan Informan.....	37
6. Teknik Analisis Data.....	38
7. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	38
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	41
A. Sejarah Perusahaan.....	41
B. Citra Natasha Skin Care.....	42
1. Pusat Perawatan Kecantikan terdepan dan Modern.....	42
2. Pusat Perawatan Kecantikan berkualitas.....	45
3. Pusat Perawatan Kecantikan untuk Wanita Modern.....	46
C. Profil Pelanggan Natasha Skin Care.....	47
1. <i>Performance</i> pelanggan.....	48
2. Daya beli pelanggan.....	48
3. Frekuensi Perawatan.....	49
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Pelaksanaan Penelitian.....	50
2. Strategi penggunaan iklan dalam meningkatkan Jumlah anggota/member di Natasha Skin Care & Hair Treatment.....	51
a. Strategi penggunaan media cetak dalam meningkatkan jumlah anggota/member di Natasha Skin Care & Hair Treatment.....	55
b. Strategi penggunaan <i>Website</i> dalam meningkatkan jumlah anggota/member di Natasha Skin Care & Hair Treatment.....	84
c. Strategi penggunaan televisi dalam meningkatkan jumlah anggota/member di Natasha Skin Care & Hair Treatment.....	101
B. Pembahasan	113
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Periklanan Surat Kabar: kekuatan dan kelemahannya	19
Tabel 1.2. Periklanan di Majalah: kekuatan dan kelemahannya	20
Tabel 1.3. Isi dan Internet.....	24
Tabel 3.1. Rekapitulasi Strategi Penggunaan Iklan yang dilakukan Natasha Skin Care pada media iklan media cetak, website, dan televisi	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Contoh Kartu Natasha Skin care untuk Member Laki-laki	3
Gambar 2.2 Foto gedung kantor pusat Natasha Skin Care	43
Gambar 3.1 Contoh Kartu Anggota/Member Perempuan di Natasha Skin Care .	52
Gambar 3.2 Contoh Kartu Natasha Skin care untuk Member Laki-laki	52
Gambar 3.3 Kartu Anggota/Member Sementara di Natasha Skin Care	54
Gambar 3.4 Iklan Natasha Skin Care tanggal 20 Juni 2013 di Kedaulatan Rakyat pada Posisi Halaman Utama.....	57
Gambar 3.5 Kartu Natasha Skin care untuk Member Laki-laki	59
Gambar 3.6 Formulir Pendaftaran yang juga ditampilkan di Kedaulatan rakyat	62
Gambar 3.7 Iklan yang ditampilkan di Kedaulatan Rakyat	68
Gambar 3.8 Majalah Intern Natasha Skin Care	68
Gambar 3.9 Tulisan untuk dibaca di tempat yang tertera pada Majalah Intern Natasha Skin Care	69
Gambar 3.10 Pengencangan Kulit “Lifting tanpa operasi dengan Intense Pulse Light Plus (IPL-IR) di Natasha Skin Care	70
Gambar 3.11 Berbagai Macam Cream yang ditampilkan di Majalah Natasha Skin Care	71
Gambar 3.12 Daftar Berbagai Macam Perawatan yang ditampilkan di Majalah Natasha Skin Care	72
Gambar 3.13 Bintang Majalah Natasha Nadine Candradinata pada edisi Maret – April 2009	74
Gambar 3.14 Bintang Majalah Natasha Miss Universe dan Puteri Indonesia September – Oktober 2008	76
Gambar 3.15 Iklan Natasha Skin Care pada saat Bulan Ramadhan	79
Gambar 3.16 Iklan Natasha Skin Care pada saat Idul Fitri	80

Gambar 3.17 Iklan Natasha Skin Care pada Hari Valentine.....	80
Gambar 3.18 Alamat Website Natasha Skin Care	85
Gambar 3.19 Alamat Website Natasha Skin Care	85
Gambar 3.20 Perawatan wajah Natasha Skin Facial di Natasha Skin Care.....	86
Gambar 3.21 Perawatan wajah Natasha Chemical Peeling di Natasha Skin Care.....	86
Gambar 3.22 Perawatan wajah dengan menggunakan Microdermabrasi di Natasha Skin Care	87
Gambar 3.23 Laser Pigmen Salah satu perawatan wajah di Natasha Skin Care ..	89
Gambar 3.24 Perawatan Muka dengan Micro Needle Therapy System di Natasha Skin Care	90
Gambar 3.25 Perawatan Peremajaan wajah dengan Intense Pulse Light (IPL) di Natasha Skin Care	91
Gambar 3.26 Perawatan Peremajaan wajah Laser Mosaic (Micro Fraction Technology) di Natasha Skin Care.....	92
Gambar 3.27 Perawatan Peremajaan wajah Natasha AAPE Stem Cell di Natasha Skin Care	93
Gambar 3.28 Penghargaan Top Brands yang Diperoleh Natasha Skin Care.....	95
Gambar 3.29 Para Pemenang Wajah Natasha Skin care Kategori laki-laki dan Perempuan	101
Gambar 3.30 Acara Launching produk Natasha Skin Care	102
Gambar 3.31 Para Pemenang Wajah Natasha Skin care Kategori laki-laki dan Perempuan	103
Gambar 3.32 Malam Penganugerahan Wajah Natasha Tahun 2013	103
Gambar 3.33 Materi Iklan Natasha Knows You.....	104
Gambar 3.34 Iklan Berbagai Produk Natasha.....	105
Gambar 3.35 Gedung Mewah yang dimiliki Natasha Skin Care	107
Gambar 3.36 Ruang Registrasi Natasha Skin Care	107

Gambar 3.37 tahap pemeriksaan kulit dan konsultasi.....	108
Gambar 3.38 Hasil pemeriksanaan Kulit Pelanggan	108
Gambar 3.39 Pelaksanaan Perawatan di Natasha Skin care	109
Gambar 3.40 Perawatan dilakukan dengan Alat-alat canggih di Natasha Skin Care	110
Gambar 3.41 Perempuan yang melakukan perawatan di Natasha Skin Care tampak cantik dan memikat Laki-laki	110
Gambar 3.42 Laki-laki yang melakukan perawatan di Natasha Skin Care tampak	110

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