

ABSTRAK

Kemilau *Skincare* merupakan salah satu klinik kecantikan yang ada di Kota Lhokseumawe, menurut hasil observasi yang penulis lakukan, di mana Klinik Kemilau *Skincare* terus mengalami peningkatan jumlah pelanggan setelah menggunakan *Instagram* sebagai salah satu media promosi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori manajemen pemasaran melalui media sosial yang terdiri dari *interaction*, *sharing of content*, *accessibility*, dan *credibility*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Klinik Kecantikan Kemilau *Skincare* di Kota Lhokseumawe, maka diperoleh hasil bahwa manajemen pemasaran yang dilakukan oleh Klinik Kecantikan Kemilau *Skincare* sudah baik dan memenuhi semua kriteria atau aspek dalam manajemen pemasaran yang dilakukan melalui media sosial yang terdiri dari *interaction*, *sharing of content*, *accessibility*, dan *credibility*. Sementara itu, untuk hambatan atau kendala yang dirasakan oleh Klinik Kecantikan Kemilau *Skincare* dalam melakukan manajemen pemasaran melalui *instagram* terdiri dari banyaknya kesalahpahaman konsumen dalam memahami persyaratan atau mekanisme untuk memperoleh promo-promo menarik yang diposting oleh pihak Klinik Kecantikan Kemilau *Skincare* dikarenakan tidak membaca secara utuh setiap persyaratan dan mekanisme yang diposting melalui *instagram* oleh Klinik Kecantikan Kemilau *Skincare*. Kemudian hambatan lainnya yaitu masih kurangnya ketersediaan produk kecantikan dan masih terbatasnya jumlah para karyawan yang membuat para pelanggan terkadang harus menghabiskan waktu lebih banyak untuk berkonsultasi, permasalahan lainnya yaitu lokasi klinik yang dinilai masih kurang strategis, serta hambatan lainnya yaitu prasarana yang dinilai oleh para pelanggan masih kurang memadai, sehingga pada saat sedang ramai pelanggan membuat ruangan terasa sangat sempit.

Kata Kunci : *Manajemen Pemasaran, Media Sosial Pemasaran, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, dan Credibility.*

ABSTRACT

Kemilau Skincare is one of the beauty clinics in Lhokseumawe City, which, according to the observations conducted by the researcher, has continued to see an increase in customer numbers after utilizing Instagram as one of its promotional channels. The theory applied in this research is that of marketing management through social media, which includes aspects of interaction, content sharing, accessibility, and credibility. This study adopts a descriptive qualitative method. The source of data for this research is primary data obtained through interviews. Data collection was carried out using observation, interviews, and documentation techniques. The findings from the research conducted at Kemilau Skincare Beauty Clinic in Lhokseumawe City indicate that the marketing management carried out by the clinic is effective and meets all the criteria or aspects of marketing management conducted through social media, including interaction, sharing of content, accessibility, and credibility. However, the study also identified several obstacles or challenges faced by Kemilau Skincare Beauty Clinic in executing marketing management through Instagram. These include a high incidence of consumer misunderstandings regarding the requirements or mechanisms for obtaining attractive promotions posted by the clinic, often due to not fully reading the terms and mechanisms posted on Instagram by the clinic. Another barrier is the insufficient availability of beauty products and the limited number of employees, which sometimes forces customers to spend more time consulting. Additional issues include the clinic's location, which is considered less strategic, and infrastructure deemed inadequate by customers, leading to overcrowding and a cramped space during peak times.

Keywords : *Marketing Management, Social Media Marketing, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, and Credibility.*