

## ABSTRAK

Skripsi ini mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran produk kecantikan Klinik Kemilau Skincare di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran produk kecantikan pada Klinik Kemilau Skincare di Kota Lhokseumawe. Dengan fokus penelitian yang akan menjadi kajian penelitian memperjelas ruang lingkup permasalahan penelitian ini ditetapkan fokus yang dapat diperoleh suatu kejelasan data yang tepat dan akurat terhadap aspek-aspek yang harus diungkapkan terkait strategi komunikasi pemasaran pada produk kecantikan Body Spa yang ada di Klinik Kemilau Skincare. Hasil dari penelitian ini adalah dari aspek *advertising*, diperoleh hasil bahwa pihak Klinik Kecantikan Kemilau Skincare dalam melakukan pemasaran biasanya para karyawan akan memperkenalkan produk body spa kepada para konsumen. Dari aspek *direct marketing*, diperoleh hasil yaitu pihak Klinik Kecantikan Kemilau Skincare melakukan komunikasi dua arah agar tahu akan apa-apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen. Dari aspek *sales marketing*, diperoleh hasil yaitu pihak Klinik Kecantikan Kemilau Skincare melakukan komunikasi dengan para konsumen untuk memasarkan produk body spa yang mereka jual. Dari aspek *personal selling*, diperoleh hasil yaitu yaitu pihak Klinik memasarkan produk body spa melalui komunikasi langsung dengan konsumen jauh lebih mudah. Dari aspek *interactiv marketing*, diperoleh hasil yaitu sebelum mereka menyampaikan informasi akan produk yang ingin di sampaikan. Dari aspek *public relation*, diperoleh hasil yaitu pihak Klinik Kecantikan Kemilau Skincare produk kecantikan yang mereka jual sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Bauran Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran

## **ABSTRACT**

*This thesis examines the marketing communication strategy of beauty products at the Kemilau Skincare Clinic in Lhokseumawe City. This study uses a qualitative research method with descriptive analysis, which aims to determine how the marketing communication strategy of beauty products at the Kemilau Skincare Clinic in Lhokseumawe City. With the focus of the research that will be the research study, clarifying the scope of the research problem, the focus is determined so that a clear and accurate data can be obtained on the aspects that must be disclosed related to the marketing communication strategy for Body Spa beauty products at the Kemilau Skincare Clinic. The results of this study are from the advertising aspect, the results obtained are that the Kemilau Skincare Beauty Clinic in marketing usually employees will introduce body spa products to consumers. From the direct marketing aspect, the results obtained are that the Kemilau Skincare Beauty Clinic conducts two-way communication to find out what consumers need. From the sales marketing aspect, the results obtained are that the Kemilau Skincare Beauty Clinic communicates with consumers to market the body spa products they sell. From the personal selling aspect, the results obtained are that the Clinic markets body spa products through direct communication with consumers much easier. From the interactive marketing aspect, the results obtained were before they conveyed information about the product they wanted to convey. From the public relations aspect, the results obtained were that the Kemilau Skincare Beauty Clinic's beauty products that they sold were in accordance with what consumers wanted.*

**Keywords: Marketing Communication, Marketing Communication Mix, Marketing Communication Strategy**