

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kecantikan merupakan kebanggaan para wanita modern seperti saat ini yang selalu ingin menampilkan dan memperlihatkan eksistensi diri didalam sosialitas. Berbagai macam cara yang bisa dilakukan seorang wanita agar menghasilkan kecantikan yang diinginkan. Gaya hidup yang modern dan cenderung praktis tersebut menuntut seseorang melakukan kegiatan dengan cara yang cepat serta mudah. Hal ini juga berlaku dalam memilih produk kecantikan dan perawatan tubuh yang selalu menghiasi dan mempercantik diri dengan proses yang cepat juga instan. Bagi wanita, penampilan dan kecantikan itu begitu penting karena didukung oleh popularitas, sosial, pemilihan teman hidup dan karir dipengaruhi dari daya tarik fisik seseorang.

Perkembangan kecantikan pada saat ini terus berkembang. Kecantikan merupakan suatu kebutuhan di zaman modern saat ini, penampilan diri menjadi hal yang sangat penting dan diperhatikan untuk menambah kepercayaan diri semua orang, terutama anak remaja dan orang dewasa melakukan perawatan diri atau tubuh untuk mendapatkan penampilan yang sempurna. Di lingkungan perkotaan dengan segala sesuatu tersedia seperti industri, pusat perbelanjaan, tempat hiburan, klinik kecantikan, salon dan spa telah membuat orang-orang kota menjadi konsumerisme. Tidak heran ada pria *metroseksual* yang selalu memperhatikan penampilan. Bahkan orang tidak segan menghabiskan banyak uang demi mendapatkan penampilan yang sempurna.

Perawatan kulit sendiri semakin banyak diminati oleh masyarakat sehingga menyebabkan industri kecantikan terus mengalami perkembangan yang pesat. Di Indonesia, industri kecantikan sendiri memiliki pangsa pasar yang besar karena dengan keadaan tropisnya yang menyebabkan banyak masyarakat yang perlu melakukan perawatan kulitnya untuk mendapatkan kulit seperti yang diinginkan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Warganegara & Alviyani (2020) di mana masalah penampilan seseorang merupakan bagian dari hidup manusia yang harus diperhatikan. Hal ini berkaitan dengan fenomena yang ada bahwa sebagian besar masyarakat yang menganggap wanita memiliki kesempurnaan jika memiliki wajah yang cantik, berkulit halus dan mulus serta bersinar dengan tubuh yang indah dan langsing. Anggapan ini sendiri berkembang sebagai akibat dari maraknya iklan, berita, artikel dan foto-foto di media sosial yang sering kali menampilkan wajah maupun bentuk tubuh yang sempurna.

Kebutuhan wanita akan fasilitas kesehatan dan kecantikan saat ini terus meningkat, hal ini dikarenakan wanita sudah menyadari begitu pentingnya kesehatan tubuh dan merawatnya agar terlihat cantik dan sehat. Kondisi inilah yang menyebabkan tumbuh dan berkembangnya jasa yang bergerak di bidang industri kecantikan. Menurut Agrevinna (2020) bisnis klinik kecantikan di Indonesia sendiri berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan pasar skincare atau klinik kecantikan yang semakin hari semakin meningkat jumlah klinik kecantikan baru yang bermunculan di berbagai daerah..

Pada beberapa klinik kecantikan di Indonesia sendiri sudah menggunakan alat kesehatan yang ditunjang dengan teknologi modern yang menggunakan mesin dengan teknologi laser yang canggih agar dapat menjadi alternatif bagi konsumen

dalam usaha untuk memperoleh kecantikan. Menurut Warganegara & Alviyani (2020) menjelaskan bahwa pada kenyataannya dibalik pesatnya pertumbuhan klinik kecantikan terdapat beberapa sisi negatifnya seperti banyaknya konsumen yang ternyata tidak cocok dengan beberapa produk kecantikan yang dikeluarkan oleh klinik kecantikan tersebut hal ini tentu saja memberikan dampak buruk bagi konsumen baik secara materil maupun psikis.

Kota Lhokseumawe sendiri merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah masyarakat mencapai 191.396 jiwa, dimana berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Lhokseumawe, sampai dengan tahun 2022 jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan adalah sebesar 108.795 jiwa atau sebesar 56,84% dari total masyarakat Lhokseumawe. Kemudian jika dilihat dari jenis kegiatan, sebanyak 40.734 jiwa atau sebesar 37,44% masyarakat Kota Lhokseumawe yang berjenis kelamin perempuan yang merupakan wanita karir, sehingga klinik kecantikan memiliki target sendiri dalam mendapatkan konsumen dengan melihat data statistik tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di beberapa lokasi di Kota Lhokseumawe, penulis mendapatkan hasil dimana terdapat 3 klinik kecantikan yang paling banyak diminati oleh masyarakat dikarenakan harga yang diterapkan lebih murah dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya yaitu Kemilau Skincare, Pinky Aesthetic Salon & SPA dan Ms Beautycare Aceh. Dari ketiga klinik kecantikan di atas ditemukan hasil bahwa Kemilau Skincare merupakan salah satu klinik kecantikan yang menawarkan berbagai variasi jasa seperti Body Spa dengan berbagai model. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa Kemilau Skincare merupakan salah satu klinik kecantikan dengan berbagai jenis pelayanan terlengkap

yang ada di Kota Lhokseumawe dengan harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya.

Kemilau Skincare merupakan salah satu klinik kecantikan yang sudah ada di Kota Lhokseumawe sejak tahun 2017 yang berlokasi di Jalan Eskape Nomor 6 di Desa Lancang Garam Kecamatan Banda Sakti. Kemilau Skincare beroperasi selama 6 hari dalam seminggu dimulai dari hari senin sampai dengan hari sabtu dari pukul 09.00 WIB sampai dengan jam 17.00 WIB. Kemilau Skincare sendiri tidak hanya menawarkan jasa klinik kecantikan saja namun juga menyediakan berbagai jasa kecantikan dengan berbagai jenis serta kegunaan lainnya dan memiliki harga relatif lebih murah dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya yang ada di Kota Lhokseumawe.

Beragam daftar harga kecantikan pada klinik kecantikan Kemilau Skincare sendiri menjadi salah satu daya tarik tersendiri dalam pemasarannya. Walaupun harga yang di tawarkan relatif lebih mahal, tidak menutup kemungkinan bagi kaum perempuan untuk tidak menggunakan jasa dan produk pada klinik kecantikan Kemilau Skincare di Kota Lhokseumawe. Terlepas dari harga yang ditawarkan, pada dasarnya perempuan selalu ingin tampil cantik dan memiliki tubuh yang sehat walaupun harus mengeluarkan uang yang lebih banyak.

Dengan banyaknya klinik kecantikan di Kota Lhokseumawe, klinik kecantikan Kemilau Skincare harus menyusun strategi pemasaran yang tepat agar klinik Kemilau Skincare Di Kota Lhokseumawe tetap menjadi pilihan untuk konsumen melakukan perawatan. Karena konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan produk baik itu barang atau jasa yang mereka inginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap merek yang mereka konsumsi. Dengan

demikian klinik kecantikan Kemilau Skincare harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya untuk kelangsungan hidup perusahaan.

perilaku konsumen terdiri dari input, proses, dan output. Input mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan produk, proses cara konsumen mengambil suatu keputusan sedangkan output pengambilan keputusan terhadap minat beli.

Pasar memerlukan strategi agar bersaing dengan produk sejenis dipasaran. Pasar yang baik hanya mungkin dimasuki oleh produsen yang menguasai information content yang dibutuhkan konsumen dalam produk dan jasa, dalam keadaan seperti ini maka setiap perusahaan dituntut untuk mempertahankan kreadibilitasnya untuk tetap bertahan didunia bisnis. Menerapkan strategi komunikasi dalam pemasaran akan membantu untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen yang berdampak pada peningkatan penjualan dan menciptakan citra yang baik bagi perusahaan. Pada nyatanya dibutuhkan komunikasi untuk dapat memenuhi target pada konsumen secara tepat. Dalam hal ini promosi dan pemasaran menjadikan bagian yang tidak bisa dipisahkan, agar dapat menginformasikan serta menyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Alasan peneliti memilih produk kecantikan kemilau skincare di Kota Lhokseumawe dikarenakan harga produk dan jasa yang ditawarkan lebih menguras kantong dibandingkan klinik kecantikan lain yang ada di kota Lhokseumawe tetapi klinik kecantikan kemilau tetap menjadi prioritas masyarakat di kota Lhokseumawe. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kecantikan Klinik**

Kemilau Skincare Di Kota Lhokseumawe”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada Produk Kecantikan Body Spa yang diberikan kepada konsumen nantinya sehingga menarik konsumen untuk melakukan di Klinik Kemilau Skincare?

1.3 Fokus Penelitian

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.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran produk kecantikan pada Klinik Kemilau Skincare di Kota Lhokseumawe.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menjadi sebuah pengembangan ilmu pengetahuan dan teori-teori terbaik tentang komunikasi pemasaran khususnya ilmu komunikasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai masukan bagi perusahaan jasa Kecantikan bagi masyarakat Lhokseumawe. Sehingga konsumen yang berkepentingan terkait dengan komunikasi dalam konteks pemasaa