



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI NMW KLINIK SKINCARE DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN DENGAN
MEMANFAATKAN APLIKASI *WHATSAPP* PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

FIQIH AULIA

44217120043

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fiqih Aulia
NIM : 44217120043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul " **Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19**" Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Jakarta, 09 Agustus 2022



Pembimbing

(Yuliawati, S.Sos, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam
Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan
Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19

Nama : Fiqih Aulia

Nim : 44217120043

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
Jakarta, 09 Agustus 2022
Mengetahui
MERCU BUANA

Pembimbing

(Yuliawati, S.Sos, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19**

Nama : Fiqih Aulia

Nim : 44217120043

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 22 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing **UNIVERSITAS** Ketua Bidang Studi Public Relations

(**Yuliawati, S.Sos, M.Ikom**)

(**Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom**)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(**Dr Elly Yuliawati, M.Si**)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(**Dr. Farid Hamid, M.Si**)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Fiqih Aulia
Nim : 44217120043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19**

Jakarta, 22 Agustus 2022

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, SE,MM, M.Ikom 

Penguji Ahli,
Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.Ikom 

Pembimbing,
Yuliawati, S.Sos, M.Ikom 



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fiqih Aulia
44217120043

Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19
Bibliografi : 5 Bab 52 Hal + 9 Lampiran + 11 Buku + 19 Jurnal + 5 Internet

ABSTRAK

Pada saat ini dunia sedang dihadapkan dengan fenomena yang berkaitan dengan masalah kesehatan yaitu corona virus atau COVID-19, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19, NMW Klinik Skincare memanfaatkan media aplikasi Whatsapp sebagai media dalam membangun kepercayaan dimasa pandemic COVID-19.

Teori dan konsep pendukung pada penelitian ini yang di sampaikan oleh Parasuraman yaitu bagaimana membangun kepercayaan terhadap pelanggan, tahapan melakukan analisis SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan metode penelitian studi kasus dan paradigma konstruktivisme, dengan teknik pengumpulan data primer yaitu wawancara secara langsung dan mendalam. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan ialah triangulasi.

Hasil penelitian Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19, adalah dengan memanfaatkan whatsapp sebagai media perantara NMW Klinik Skincare dalam menyukseskan maksud dan tujuan pemanfaatan media Whatsapp bagi NMW Klinik Skincare.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh NMW Klinik Skincare untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan adalah dengan memanfaatkan media aplikasi *Whatsapp* Strategi of image yaitu strategi pembentukan sebuah informasi yang positif dalam postingan untuk menjaga citra sebuah Lembaga beserta produk nya. Strategi (strategi of image) yang dilakukan oleh NMW Klinik skincare adalah dengan membangun media informasi dan komunikasi baik itu konsultasi dimasa pandemic secara online, pembelian produk skincare secara online melalui *whatsapp*.

Kata Kunci : Strategi Public Relations, Customer, Whatsapp, COVID-19



Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Field of Study in Public Relations
Fiqih Aulia
44217120043

NMW Skincare Clinic Communication Strategy in Increasing Customer Trust By Utilizing the Whatsapp Application During the COVID-19 Pandemic
Bibliography : 5 Chapter 52 Things + 9 Appendix + 11 Books + 19 Journals + 5 Internet

ABSTRACT

At this time the world is faced with a phenomenon related to health problems, namely the corona virus or COVID-19, The purpose of this study is to find out how NMW Skincare Clinic's Communication Strategy in Increasing Customer Trust By Utilizing the Whatsapp Application During the COVID-19 Pandemic, NMW Skincare Clinic uses the Whatsapp application media as a medium in building trust during the COVID-19 pandemic.

The supporting theories and concepts in this study presented by Parasuraman are how to build trust in customers, the stages of conducting a SWOT analysis. The method used in this study is a qualitative method with a case study research method and a constructivism paradigm, with primary data collection techniques, namely direct and in-depth interviews. The technique of checking the validity of the data used is triangulation.

The results of the research on NMW Skincare Clinic Communication Strategy in Increasing Customer Trust by Utilizing the Whatsapp Application During the COVID-19 Pandemic, is to use whatsapp as an intermediary media for NMW Skincare Clinic in succeeding the purpose and objectives of utilizing Whatsapp media for NMW Skincare Clinic.

The communication strategy carried out by NMW Klinik Skincare to increase customer trust is to utilize the *Whatsapp* application media Strategy of image, which is a strategy for forming a positive information in posts to maintain the image of an Institution and its products. The strategy (strategy of image) carried out by NMW Skincare Clinic is to build information and communication media, be it consultations during the pandemic online, purchasing skincare products online via *whatsapp*.

Keywords : Public Relations Strategy, Customer, Whatsapp, COVID-19

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi banyak kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Dengan Memanfaatkan Aplikasi Whatsapp Pada Masa Pandemi COVID-19” adapun penelitian ini ditulis dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*.

Proses penulisan ini tidak berjalan dengan lancar dan sesuai rencana tanpa bantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses penulisan skripsi. Oleh karena itu penulis ingin menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Yulawati, S.Sos, M.Ikom yang telah bersedia meluangkan waktu dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan dan dukungan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
5. Kepada NMW Klinik Skincare dan Informan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses wawancara
6. Orang tua tercinta, ayah Husin Tembon dan Ibu Muhaya Safitri yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam bentuk moril

maupun materil, serta kasih sayang kepada penulis dan doa-doa yang tiada hentinya.

7. Kepada kaka tercinta Luthfi Hidayat dan adik tercinta Zahrany Nabila yang sudah mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Kepada teman dan sahabat yang sudah saling mendukung dan saling membantu menyemangati selama proses penulisan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Public Relations 2017 yang telah bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi masing-masing.

Bila mana dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, penulis, dan mampu menginspirasi penulis lainnya untuk menghasilkan karya tulis yang lebih baik lagi.



Jakarta, 30 Juli 2022



Fiqih Aulia

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|----------|
| Lembar Pernyataan Mahasiswa | i |
| Lembar Persetujuan Tugas Akhir | ii |
| Lembar Pengesahan Tugas Akhir | iii |
| Lembar Lulus Sidang Akhir | iv |
| Abstrak | v |
| Abstrack | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar | xii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 5 |
| 1.3 Tujuan penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 5 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 6 |
| BAB II | 7 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.1 Kajian Teoretis | 17 |
| 2.1.1 Komunikasi | 17 |
| 2.1.2 Tujuan Komunikasi | 17 |
| 2.1.3 Fungsi Komunikasi | 18 |
| 2.1.4 Strategi Komunikasi | 18 |
| 2.1.5 Komunikasi Pemasaran | 20 |
| 2.1.6 Pelanggan | 21 |
| 2.1.7 Klinik Kecantikan | 22 |
| 2.1.8 New Media | 22 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 2.1.9 | Media sosial | 23 |
| 2.1.10 | WhatsApp | 24 |
| BAB III | | 29 |
| METODOLOGI PENELITIAN | | 29 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian | 29 |
| 3.2 | Tipe Penelitian..... | 29 |
| 3.3 | Metode Penelitian | 30 |
| 3.4 | Subyek Penelitian | 31 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.6 | Teknik Analisi Data | 33 |
| 3.7 | Keabsahan Data | 34 |
| BAB IV | | 36 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 36 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 36 |
| 4.1.1 | Profile NMW Klinik Skincare..... | 36 |
| 4.1.2 | Sejarah NMW Klinik Skincare..... | 36 |
| 4.1.3 | Visi dan Misi NMW Klinik Skincare..... | 37 |
| 4.1.4 | Logo NMW Klinik Skincare | 38 |
| 4.1.5 | Bidang Bisnis Perusahaan NMW Klinik | 38 |
| 4.1.6 | Struktur Organisasi Perusahaan NMW Klinik..... | 39 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 40 |
| 4.2.1 | Strategi Komunikasi NMW Klinik Skincare..... | 40 |
| 4.2.2 | Strategi NMW Klinik Skincare Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Melalui Whatsapp..... | 45 |
| 4.2.3 | Informasi Yang Disajikan Dalam <i>Whatsapp</i> Status NMW Klinik Skincare | 51 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 54 |
| BAB V..... | | 60 |
| KESIMPULAN..... | | 60 |
| 5.1 | Simpulan | 60 |
| 5.2 | Saran | 61 |
| 5.2.1 | Saran Akademis | 61 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 63 |
| LAMPIRAN | | 67 |

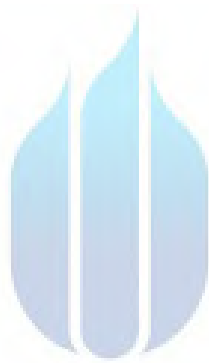
DAFTAR TABEL

| | |
|--|---|
| Tabel 2.1 Penelitian Terlebih dahulu | 7 |
|--|---|



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Grafik Kenaikan Kasus Korona | 1 |
| Gambar 4.1 Logo NMW Klinik | 44 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... | 45 |
| Gambar 4.2 Promo Ramadhan..... | 54 |
| Gambar 4.3 Promo DKK..... | 54 |
| Gambar 4.4 Promo DKK Free Ongkir | 54 |
| Gambar 4.5 Postingan DKK Whatsapp..... | 58 |
| Gambar 4.6 Postingan Whatsapp..... | 58 |
| Gambar 4.7 Postingan Whatsapp Jadwal Dokter..... | 58 |
| Gambar 4.8 Shop At Home..... | 58 |
| Gambar 4.9 Postingan Instagram..... | 59 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA