

**BRAND AMBASSADOR DAN MOBIL DRIVE THRU
PADA SALON KECANTIKAN
(Studi Deskriptif Strategi Promosi Pemasaran Larissa Aesthetic
Center Yogyakarta dalam meningkatkan Brand Awareness
tahun 2014-2015)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Perwita Rosalina
20110530019**

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

2015

HALAMAN PENGESAHAN

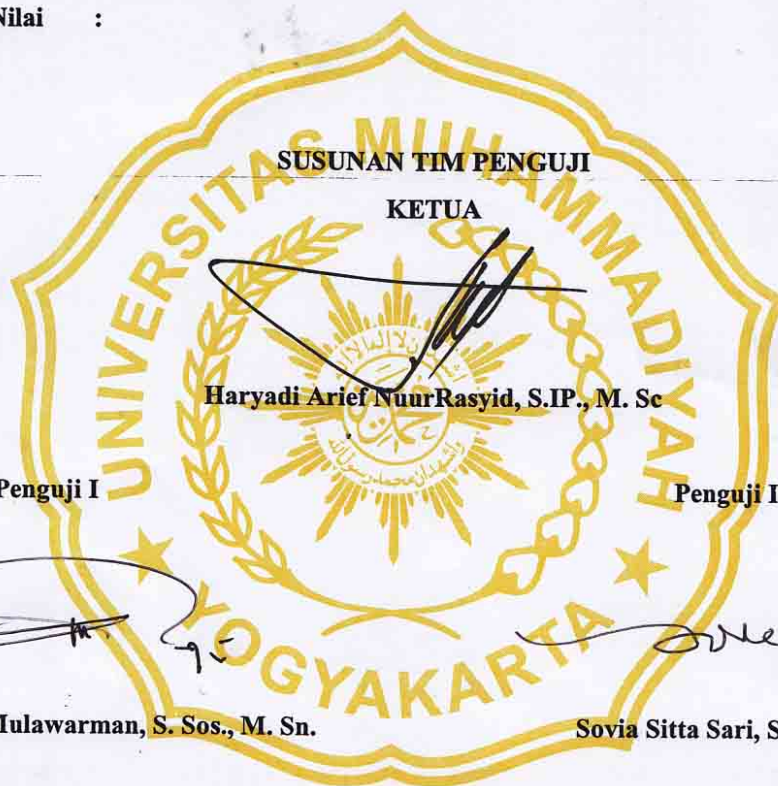
Telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 24 Agustus 2015
Tempat : Ruang Rapat
Dengan Nilai :



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S – I)

Tanggal : 24 Agustus 2015

Haryadi Arief Naur Rasyid, S.IP., MSc.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

MOTTO

***”Ada banyak alasan bagiku untuk bergerak menuju sukses,
Agar kita dapat menjadi sumber kebahagiaan bagi orang lain..
Terutama bagi mereka orang orang yang menyayangi kita,
Yang akan sangat berbahagia melihatku berhasil”***

***Impianmu tidak akan terwujud dengan sendirinya,
Kamu harus bangun dan berupaya untuk mewujudkannya...***

***You can do anything even though no body believes it
But, you can't do anything if you don't have a trust in yourself..***

(Perolinaa)

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Perwita Rosalina

2011 053 0019

Strategi Promosi Larissa Aesthetic Center melalui Brand Ambassador dan Mobil Drive Thru dalam meningkatkan Brand Awareness di Yogyakarta 2014 - 2015

**Tahun Skripsi : 2015 xix + 98 Halaman + 1 Tabel + Lampiran + 3 Gambar
Daftar Pustaka : 20 Buku (Tahun 1979 - Tahun 2011) + 1 Sumber Internet**

Strategi promosi sangat penting keberadaanya dalam sebuah perusahaan, dan setiap perusahaan melakukan strategi promosi dengan tujuan yang berbeda- beda. Seperti Larissa Aesthetic Center yang melakukan kegiatan promosi melalui Brand ambassador dan mobil *Drive thru* dalam meningkatkan *Brand Awareness* di Yogyakarta.

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan jenis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Larissa Aesthetic Center dalam menjalankan kegiatan promosi, pada awalnya lebih mengutamakan strategi penjualan langsung, dan promosi melalui media sosial. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan pendekatan yang mereka gunakan kepada para *customernya*, melalui *event – event* yang diselenggarakan oleh Larissa dan aktifnya kegiatan promosi di *account* media sosial Larissa Aesthetic Center, sebelum akhirnya menggunakan *brand ambassador* dan mobil *drive thru*.

Larissa berkeinginan untuk meningkatkan *brand awareness* karena perusahaan merasa bahwa tingkat *brand awareness* Larissa dikalangan masyarakat jika dilihat melalui piramida *brand awareness*, merek Larissa masih menduduki “*brand recall*”, dan belum menduduki puncak piramida. Oleh karena itu strategi promosi Larissa bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* pada tingkat “*top of mind*” dengan cara menggunakan strategi promosi *brand ambassador* dan mobil *drive thru* yang didukung juga dengan metode promosi secara *direct marketing*, periklanan, publisitas dan hubungan masyarakat. Namun setelah ditelusuri lebih lanjut, ternyata kegiatan promosi periklanan Larissa belum juga optimal meskipun sudah menggunakan program *brand ambassador*, hal ini dikarenakan tidak didukung dengan penggunaan pengiklanan melalui media elektronik yang masif dari Larissa.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Endorser*, *Brand awareness*

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Science
Sub-Department of Public Relations
Perwita Rosalina
2011 053 0019

Promotion Strategy of Larissa Aesthetic Center through Brand Ambassador Program and Drive Thru Car to strengthen the Brand Awareness in Yogyakarta during the Period of 2014 - 2015

Thesis Year: 2015 xix + 98 Pages + 1 Table + Attachment + 3 Pictures

Bibliography: 20 Books (Year of 1979 - 2011) + 1 Online Source

Promotion Strategy is an important part in a company, and every company do the promotion strategy with its own aims. Larissa Aesthetic Center conducts its promotion through Brand Ambassador Program and Drive thru car to strengthen the Brand Awareness in Yogyakarta.

The research method used in this thesis is case study method with the type of descriptive qualitative. The result of this research explained that Larissa Aesthetic Center prioritized direct selling strategy and promotion through social media which can be seen by their approach to the customers through conducting events and the activity in the company's social media account, before it used the Brand Ambassador Program and Drive Thru Car recently.

Larissa would like to strengthen its brand awareness because the company feels that the level of its brand awareness in the society is still on the level of "brand recall" if we take a look from the brand awareness pyramid. Therefore, Larissa's promotion strategy is aimed to strengthen the brand awareness to the level of "top of mind" by using the brand ambassador program and drive thru car which also supported by direct marketing method, advertisement, publicity, and public relations. But after a thorough investigation, even though Larissa used the brand ambassador program, it still lacking because it does not supported by a massive advertising through electronic media.

Keywords: Promotion Strategy, *Endorser*, *Brand Awareness*

Halaman Persembahan

Karya kecilku persembahkan untuk orang-orang yang selalu menyayangiku, menyemangatiku dan selalu mendoakanku dalam setiap langkah hidupku, they are ...

- *Bapak dan Ibukutercinta*
- *My sister Wiwit Atiningsih*
- *Kakak iparku Ari Sudarmo*
- *Henri Setiawan, My Beloved Man*
- *Alkha and Ahsa My Nephew*
- *Sahabat- sahabatku yang baik*

Spesial Thanks to ...

1. **Allah SWT**, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga aku diberi kemudahan dalam segala hal ..
2. **Bapak dan Ibuku tercinta**, karya ilmiah yang mejadi syarat kelulusan strata-1 ini saya persembahkansepenuhnya untuk BapakdanIbu yang telah mendidiku, menyayangikusejakakukecilsampaidewasakini, danmenyekolahkanku sampai akumemperolehgelarsarjanaini. Bapak, Ibudengan segala doa dan pengorbanan kalian, yang saya tidak akanmampuuntukmembalasnya. Menyeleseikan kewajiban saya untuk meraih gelar sarjana ini, merupakan awal langkah untuk membahagiakan bapak dan ibu,dikemudian hari saya akan terus berjuang untuk selalu membahagiakan kalian.
3. **My Sister Wiwit Atiningsih dan Mas Ari Sudarmo**, terimakasih untuk semua doa dan dukungan kalian akhirnya tahun ini aku bisa memenuhi janjiku untuk wisuda tahun ini, alhamdulillah...
4. **Henri Setiawan**, alhamdulillah sayang, aku lulus tepat waktu...!!!
Terharu dan bahagia, terimakasih sudah menjadi yang “sempurna” buataku,, kamu yang selalu tau bagaimana buat aku tersenyum menenangkan aku dan membimbing aku.Semoga Allah selalu memudahkan jalan kita untuk “halal” amin
I Love You ..
5. **Alkhalifi dan Asha Arkananta**, makasi kesayanganya tete tiap kali pulang liat kalian, ilang semua capeknya tete. Buat kakak alkha, yang selalu puterin lagu “semangat skripsi” tanpa kamu sadari nak, itu lagu bener-bener bikin tante enggak tenang dan pengen cepet buat selesain skripsi hahahaha...

6. **Pak Haryadi Arief dan Pak Krisna Mulawarman**, dosen pembimbingku yang baik hati, sabar dan bijaksana terimakasih ya pak ,untuk bimbinganya semoga berkah amin..
7. **Ibu Sovia Sitta Sari**, dosen penguji skripsiku terimakasih bu, untuk saran dan masukan untuk skripsi saya..
8. **Temen- temen “firefok”**, elen,nurul,dita,ambar,orin,ines,nisa,mboy,inna, sukses gaes buat kita semua amin, buat temen-temen yang belum wisuda bareng kita tetep semangat y gaes, skripsi gausa dipikirin deh, tapi dikerjain yah..hahay..special thanks to **Inna Restuna**, cewek cantik asli pekalongan yang suka banget hello kitty, haturnuhun yak dek, udah jadi sahabat yang baik, temen tuker pikiran yang menginspirasi banyak hal..sukses selalu buat kita ya cantiik amin. ..

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum, wr, wb.

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini guna melengkapi syarat memperoleh gelar strata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2015.

Penyelseian skripsi ini tentu tidak lepas dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., MSc. selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah bersedia dengan sabar membimbing dan menjadi penasehat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sns selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah bersedia dengan sabar membimbing dan menjadi penasehat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Pak Apri Liantoro dan Ibu Trisna Indasari dengan ketersediaannya menjadi informan saya guna untuk menyelesaikan skripsi ini, terima kasih banyak untuk bantuannya serta pengalamannya.
4. Pak Jono dan Mba Siti, terima kasih telah membantu dalam hal administratif dengan keramahan yang membekas.
5. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi UMY terima kasih atas ilmu yang diberikan dan mampu membuka sudut pandang baru bagi saya khusus

dalam hal komunikasi. Terima kasih banyak untuk ilmu yang sangat membantu dalam pendewasaan.

6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas bantuan selama penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk membantu dalam kesempurnaan skripsi ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak khusus dalam mengawal keistimewaan Yogyakarta.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Agustus 2015

Penulis

Perwita Rosalina

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Motto	iii
Abstrak	iv
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	ix
Daftar isi	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian.....	20
BAB II DESKRIPSI LARISSA AESTHETIC CENTER.....	26
A. Sejarah Perkembangan Larissa Aesthetic Center.....	26
B. Visi dan Misi Larissa Aesthetic Center.....	28
C. Struktur Perusahaan	29
D. Produk dan Pelayanan	29
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	34
A. Sajian Data	34
1. Proses Perencanaan strategi promosi Brand Ambassador dan Mobil Drive Thru Larissa Aesthetic Center.....	34
2. Implementasi Strategi Brand Ambassador Larissa Aesthetic Center	50

B. Pembahasan.....	58
1. Proses Perencanaan Strategi Promosi Brand Ambassador Dan Mobil Drive Thru	58
2. Implementasi kegiatan Brand Ambassador Larissa Aesthetic Center	76
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	 83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	88
 DAFTAR PUSTAKA	 90
LAMPIRAN	93