

**Analisis Diferensiasi Strategi Promosi Bening's Clinic dan Larissa Aesthetic
Center dalam Mempertahankan Reputasi Merek di Kota Madiun**

SKRIPSI



Disusun oleh :

ARMAYFA ZAHIDHA RAJ

21240905

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN LOGO



**Analisis Diferensiasi Strategi Promosi Bening's Clinic dan Larissa Aesthetic
Center dalam Mempertahankan Reputasi Merek di Kota Madiun**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas akhir dan memenuhi persyaratan untuk
mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi Strata Satu (S-1)
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Armayfa Zahidha Raj / 21240905 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji

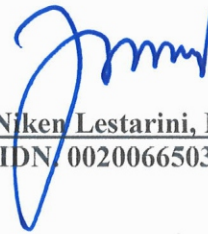
Ponorogo, 19 Juni 2025

Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Pembimbing II



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Armayfa Zahidha Raj / 21240905 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 10 Juli 2025

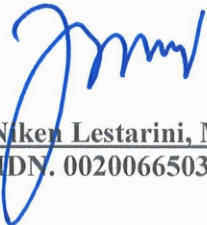
Pukul : 09.30 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I


Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Penguji II

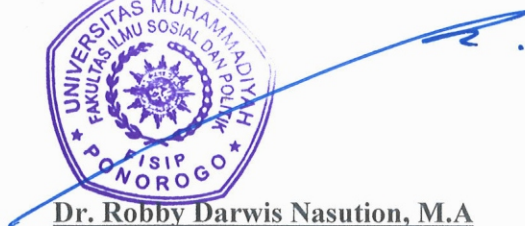

Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

Peneguji III


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Mengetahui,
Dekan,




Dr. Robby Darwis Nasution, M.A
NIK. 19860228 202109 12

HALAMAN MOTTO

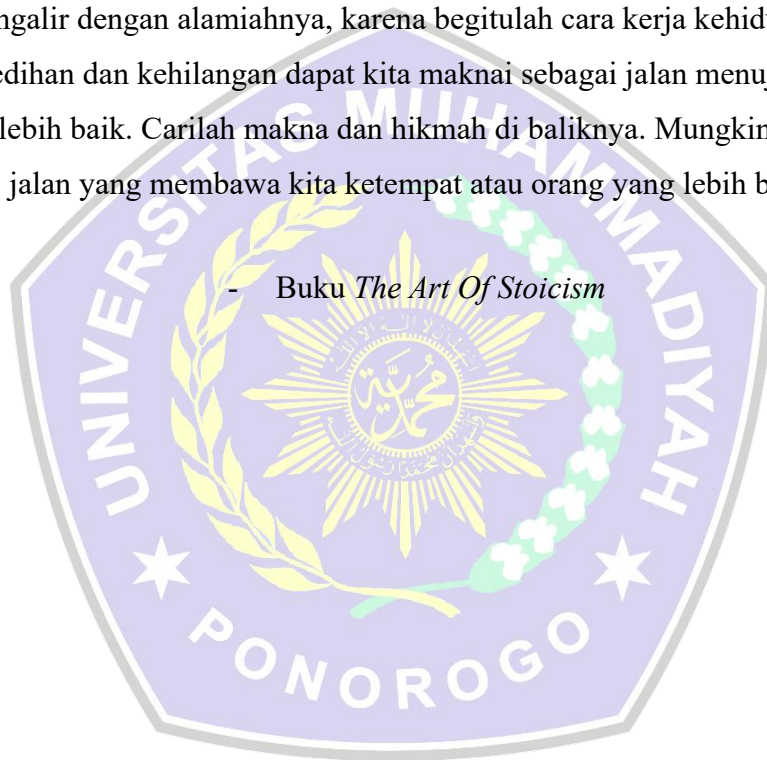
“Ketika kehidupan melemparkan mu ke dalam badai, jangan pernah berharap badai itu akan mereda, haraplah bahwa dirimu yang akan menjadi kuat”

- Seneca

“Jangan terjebak dalam pola pikir bahwa setelah kesedihan pasti akan datang kebahagiaan, dan setelah bahagia pasti akan datang kesedihan. Biarkan hidup mengalir dengan alamiahnya, karena begitulah cara kerja kehidupan ini.

Kesedihan dan kehilangan dapat kita maknai sebagai jalan menuju sesuatu yang lebih baik. Carilah makna dan hikmah di baliknya. Mungkin itu adalah jalan yang membawa kita ketempat atau orang yang lebih baik”

- Buku *The Art Of Stoicism*



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Armayfa Zahidha Raj

Alamat : Jl. Lawu Gang III No. 9 RT 003/RW 001 Nologaten,
Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo

NIM : 21240905

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul “Analisis Diferensiasi Strategi Promosi Bening’s Clinic dan Larissa Aesthetic Center dalam Mempertahankan Reputasi Merek di Kota Madiun” adalah hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Armayfa Zahidha Raj)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul "Analisis Diferensiasi Strategi Promosi Bening's Clinic dan Larissa Aesthetic Center dalam Mempertahankan Reputasi Merek di Kota Madiun."

Adapun maksud dari penyusunan tugas akhir skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Program Studi Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penyelesaian tugas akhir skripsi ini merupakan hasil dukungan yang diberikan dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, petunjuk, saran, serta arahan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan kepada penulis
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas dan pengalaman yang tak terlupakan kepada penulis
5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendukung, serta mendo'akan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini
6. Informan yang bersedia memberikan waktu dan informasi selama proses penelitian

7. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang sudah kebersamai selama berlangsungnya di bangku perkuliahan
8. Rekan-rekan organisasi se-Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang selalu memberikan semangat kepada penulis
9. Teruntuk diri sendiri, terima kasih sudah bertahan dan mampu menyelesaikan kewajiban ini dengan baik, meskipun masih kurang dari kata sempurna. Terima kasih sudah terus maju meskipun jalan selama di bangku perkuliahan terasa berat, bangku yang sangat di impikan oleh banyak orang diluar sana. Rasa syukur ini penulis ucapkan atas apa yang penulis dapatkan selama ini. Tanpa adanya rasa semangat, kegigihan dari diri sendiri semua hanyalah angan. Semua harus dimulai dari diri sendiri. Dengan ini penulis mampu berjuang untuk menyusun dan menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Perjalanan masih panjang dan tidak akan sampai disini saja, tetap semangat dan menjadi lebih baik lagi, serta jadilah bersinar dimanapun kakimu melangkah.

Semoga semua yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini diberikan balasan dan Rahmat dari Allah SWT. Selain itu, penulis juga terbuka terhadap kritik dan saran. Harapannya, tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi semua pihak.

Ponorogo, 20 Juni 2025



(Armayfa Zahidha Raj)

ABSTRAK

ANALISIS DIFERENSIASI STRATEGI PROMOSI BENING'S CLINIC DAN LARISSA AESTHETIC CENTER DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI MEREK DI KOTA MADIUN

ARMAYFA ZAHIDHA RAJ

21240905

Di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin ketat, setiap klinik dituntut untuk terus berinovasi dalam menyusun strategi promosi yang terdiferensi, relevan dan efektif sesuai dengan preferensi konsumen yang terus berubah-ubah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui diferensiasi strategi promosi yang diterapkan oleh Bening's Clinic dan Larissa Aesthetic Center dalam mempertahankan reputasi merek di kota Madiun. Menggunakan teori diferensiasi yang dikemukakan Michael E. Porter, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 4 informan dari kedua klinik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua klinik kecantikan tersebut memiliki pendekatan strategi promosi yang berbeda karena disesuaikan dengan karakteristik serta tujuan masing-masing klinik. Keduanya berupaya menonjolkan keunikan pada layanan dan nilai tambah dari produk, serta penerapan strategi promosi yang digunakan relevan dengan segmen masing-masing klinik. Meskipun beberapa implementasinya belum sepenuhnya optimal, namun strategi yang dilakukan sudah memberikan arah diferensiasi yang jelas terhadap identitas masing-masing klinik.

Kata kunci : Diferensiasi, Strategi Promosi, Bening's Clinic, Larissa Aesthetic Center.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE DIFFERENTIATION OF THE PROMOTION STRATEGY OF BENING'S CLINIC AND LARISSA AESTHETIC CENTER IN MAINTAINING BRAND REPUTATION IN MADIUN CITY

ARMAYFA ZAHIDHA RAJ

21240905

In the midst of increasingly fierce competition in the beauty industry, every clinic is required to continue to innovate in developing differentiated, relevant and effective promotional strategies in accordance with changing consumer preferences. This study aims to determine the differentiation of promotional strategies applied by Bening's Clinic and Larissa Aesthetic Center in maintaining brand reputation in the city of Madiun. Using the differentiation theory proposed by Michael E. Porter, this study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation of 4 informants from the two clinics. The results of the study show that the two beauty clinics have different approaches to promotional strategies because they are tailored to the characteristics and goals of each clinic. Both seek to highlight the uniqueness of the service and added value of the product, as well as the implementation of promotional strategies used that are relevant to each clinic's segment. Although some of the implementations are not fully optimal, the strategy carried out has provided a clear direction of differentiation to the identity of each clinic.

Keywords : *Differentiation, Promotion Strategy, Bening's Clinic, Larissa Aesthetic Center.*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
1. Strategi Promosi	10
2. Diferensiasi Strategi Promosi	25
3. Reputasi Merek	26
4. Klinik Kecantikan	28
5. Bening's Clinic	31
6. Larissa Aesthetic Center	34
7. Konsep Diferensiasi dan Reputasi Merek di Wilayah Madiun	36
8. Teori Diferensiasi Model Michael E. Porter	38
B. Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Tempat dan Waktu	42
B. Jenis Penelitian	43
C. Data dan Sumber Data	43

D. Subjek dan Objek Penelitian	44
E. Teknik Pengambilan Data	45
F. Teknik Analisis Data	46
G. Validasi Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	48
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	50
C. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
1. Bening's Clinic Cabang Madiun	51
2. Larissa Aesthetic Center Cabang Madiun	53
D. Analisis Diferensiasi Strategi Promosi Menurut Teori Michael E. Porter	56
1. Biaya Rendah (<i>Cost Leadership Strategy</i>).....	57
2. Diferensiasi (<i>Differentiation Strategy</i>).....	65
3. Fokus (<i>Focus Strategy</i>)	83
E. Interpretasi Analisa Pembahasan.....	87
BAB V PENUTUP	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Cabang Bening's Clinic	32
Tabel 2 Jumlah Cabang Larissa Aesthetic Center	35
Tabel 4 Deskripsi Perusahaan I	48
Tabel 5 Deskripsi Perusahaan II.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan Bening's Clinic	32
Gambar 2 Logo Perusahaan Larissa Aesthetic Center	34
Gambar 3 Lokasi Penelitian I.....	48
Gambar 4 Lokasi Penelitian II	49
Gambar 5 Struktur Organisasi Perusahaan I	50
Gambar 6 Struktur Organisasi Perusahaan II.....	51
Gambar 7 Poster Penghargaan Bening's Clinic	53
Gambar 8 Ringkasan Ulasan Larissa Aesthetic Center.....	55
Gambar 9 Harga Layanan <i>Facial</i> Bening's Clinic	58
Gambar 10 Harga Produk Bening's Clinic	59
Gambar 11 Harga Layanan <i>Facial</i> Larissa Aesthetic Center	61
Gambar 12 Harga Produk Larissa Aesthetic Center	61
Gambar 13 Ulasan Konsumen Tentang Layanan Bening's Clinic.....	62
Gambar 14 Ulasan Konsumen Tentang Bening's Clinic.....	63
Gambar 15 Ulasan Konsumen Tentang Larissa Aesthetic Center.....	64
Gambar 16 Ulasan Konsumen Tentang Layanan Larissa Aesthetic Center.....	65
Gambar 17 Layanan Perawatan Bening's Clinic	67
Gambar 18 Layanan Perawatan Larissa Aesthetic Center	72
Gambar 19 Publikasi Rekan Mitra Instansi Akademik	74
Gambar 20 Promosi Melalui <i>Event</i> Rutin	74
Gambar 21 Promosi Melalui <i>Live Streaming</i> Media Sosial	75
Gambar 22 <i>Brand Ambassador</i> Bening's Clinic	77
Gambar 23 Publikasi <i>Influencer</i>	77
Gambar 24 Poster Kolaborasi Rekan Mitra <i>Merchant</i>	78
Gambar 25 Promosi Langsung Dengan Instansi Non Akademik.....	78
Gambar 26 Promosi Melalui <i>Event</i> Di Beberapa Daerah	79
Gambar 27 Promosi Melalui Media Sosial	82
Gambar 28 Promosi Melalui <i>Live Streaming</i> Media Sosial.....	83
Gambar 29 Publikasi <i>Influencer</i>	83