



SURAT KETERANGAN
SK/BMD/HRD/0421/002

Yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : dr.Yassin Yanuar Mohammad, SpOG, K-FER, MSc
Jabatan : Chief Executive Officer
Alamat : Jl Penyelesaian Tomang IV Kav DKI Blok 95 No.1 Meruya Utara Kembangan Jak-Bar

Dengan ini memberikan izin kepada Mahasiswi :

Nama : Shinta Aryaputri
NIM : 20170502036
Universitas : Esa Unggul

Untuk melakukan penelitian SKRIPSI dan Observasi Partisipant terhadap Instagram @bamedskincare beserta wawancara terhadap staff marketing.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya,

Jakarta, 15 April 2021
Hormat Saya,
PT. Bintang Ades Multimedika

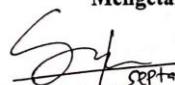
dr. Yassin Yanuar Mohammad, SpOG(K), MSc
Chief Executive Officer

* * * * * **Head Office**
* * * * * Jl. Penyelesaian Tomang IV Kav. DKI
* * * * * Blok 95 No. 1 Meruya Utara
* * * * * Kembangan, Jakarta Barat 11620
* * * * * t. +62 21 584 3456
* * * * * m. +62 812 9393 3456
* * * * * **www.klinikbamed.com**

B. CATATAN KEGIATAN































WAKTU	TEMPAT PENELITIAN	URAIAN KEGIATAN
25-31 April 2021	Bamed Health Care Meruya	<ul style="list-style-type: none"> - Melihat proses Diskusi untuk membuat konten Instagram - Melihat Konten-konten yang akan diupload
01-07 April 2021	Instagram Bamed Skincare	<ul style="list-style-type: none"> - melihat interaksi Konten - melihat pengumuman Instagram secara rutin - melihat peningkatan Instagram setelah upload
08-14 April 2021	Instagram Bamed Skin care	<ul style="list-style-type: none"> - melihat Direct message di Instagram bamed - melihat aktivitas komentar di Instagram
15-21 April 2021	Bamed Health Care Meruya	<ul style="list-style-type: none"> - Melaksanakan wawancara dengan Informan dan key Informan - melihat kondisi klinik Pasien / Kunjungan.
22-25 April 2021	Bamed Health Care & Instagram Bamed	<ul style="list-style-type: none"> - melihat kunjungan setelah menggunakan Endorse - melihat jumlah insight Instagram - melihat bagaimana strategi tsb di terapkan pada Instagram

Mengetahui,

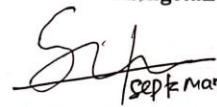

 Septa Marcia
 Head of Marketing Bamed

CATATAN PENELITIAN (LOG BOOK)

A. DAFTAR KEHADIRAN PENELITIAN

25/04/21	26/04/21	27/04/21	28/04/21	29/04/21	30/04/21	31/04/21
						
01/05/21	02/05/21	03/05/21	04/05/21	05/05/21	06/05/21	07/05/21
						
08/05/21	09/05/21	10/05/21	11/05/21	12/05/21	13/05/21	14/05/21
						
15/05/21	16/05/21	17/05/21	18/05/21	19/05/21	20/05/21	23/05/21
						
24/05/21	25/05/21					
						

Mengetahui,


Septe Marcia

Head of Marketing Bamed

Transkrip Wawancara Informan dan Key Informan & Tabel Observasi

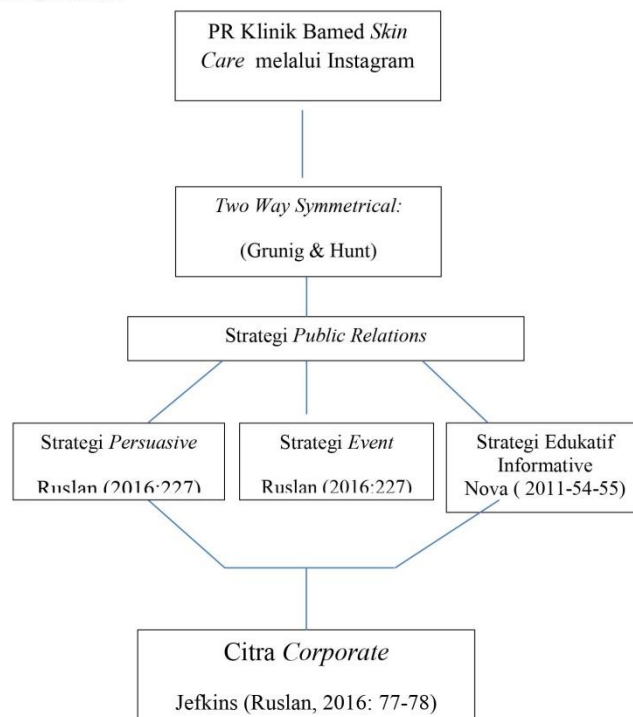
Fokus Penelitian : Strategi *Public Relations* Bamed *Skin Care* Meruya Utara dalam upaya mempertahankan Citra melalui Instagram

Tujuan Penelitian

Berdasarkan Fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penggunaan Instagram Klinik Bamed *Skin care* dalam mempertahankan citra
2. Untuk mengetahui Strategi PR yang di bangun oleh Klinik Bamed dalam mempertahankan citra melalui instagram

Kerangka Pemikiran



Pertanyaan diajukan kepada: Kepala Marketing Bamed Skin Care dan Staff Marketing Bamed Skin Care

Nama : Septa Marcia (Key Informan)

Nining Setya Ningsih (Informan)

Lokasi : Bamed Health Care Meruya

1. What :

- Apakah Bamed Skin care Rutin menggunakan Instagram?

Jawaban :

a. Key Informan Septa “ Ya, Bamed secara rutin menggunakan Instagram setiap harinya sejak tahun 2015 untuk berkomunikasi dengan customer kita yang kebanyakan pengguna aktif instagram.kita juga ada website facebook dll Cuma emang pasarnya lebih keliatan di Instagram jadi Instagram tuh penting banget buat nyebarin segala informasi tentang bamed.

b. Informan “ Iya, bamed menggunakan instagram secara rutin. Media yang paling aktif bamed gunakan ya itu instagram, karna emang pengguna nya juga banyak dan aplikasinya praktis jadi kita emang paling rutin pake IG

- Apakah Bamed Skincare Rutin menyebarkan informasi melalui Postingan Feed ?

Jawaban:

a. Key infoman Septa “ Iya, setiap hari atau 2 hari sekali bamed posting konten informasi tentang jam operasional ataupun promo, dan seperti konten tips kesehatan kulit dll di feeds instagram

b. Iya, bamed menyebarkan informasi melalui feed, informasi kesehatan tentang kulit sama konten-konten gimmick lain.

- Apakah Bamed Skincare menggunakan Direct message untuk terhubung dengan customer dalam instagram secara rutin?

Jawaban:

- a. Key informan Septa “ Iya, tiap hari selalu ada customer yang kirim pesan langsung ke Direct Message IG bamed nanya tentang layanan konsultasi online, Price list treatment atau tips gitu ada juga yang nanyain kerja sama kolaborasi dll.
- b. Informan Nining “ Iya, Customer selalu terhubung sama kita lewat DM ig, setiap hari kita pasti dapet pesan dari customer lewat DM IG dan pasti langsung kita balas.

- Apakah Bamed Skincare rutin membalas komentar para customer melalui Instagram ?

Jawaban:

- a. Key Informan Septa “ dibilang rutin selalu ngga juga kadang kalau mereka nanya tentang price list kita alihin ke DM langsung balasnya di DM gitu. Kalau pertanyaan sederhana jam operasional gitu kita jawab
- b. Informan Nining “ Iya, rutin respon komentar customer, jarang juga sih mereka pada nanya-nanya di kolom komentar lebih sering di DM

- Apakah Bamed Skincare rutin menggunakan Instagram Story

Jawaban:

- a. Key Informan Septa “ Iya, kita rutin banget upload konten di story karna biasanya followers instagram itu emang lebih aktif liat story daripada feeds. Setiap hari kita pasti upload di story berupa postingan interaksi polling atau ngga konten promo-promo gitu aja, sama repost-repost review yang habis treatmen di bamed skin care.
- b. Informan Nining “ iya story instagram tiap hari kita aktif, biasanya kita pake buat live, atau taro poster promo-promo gitu. Nanti pasti banyak yang dm dm, replies story nanya price list dll

- Apa saja cara yang dilakukan dalam penggunaan Instagram untuk mempertahankan Citra ?
 - a. Key Informant Septa “ lainnya pasti cara yang paling ampuh pake influencer gitu, selain ningkatin brand awarness, pemasukan naik juga karna pada interest Artis A pake B, yang berat mempertahankan setelah itu kan kita gamungkin pake influencer terus karna biaya yang dikeluarkan gak sedikit, cara kedua yang paling efektif sering-sering live talk bareng dokter karna followers pasti pada kepo banget mau nanya-nanya tentang kondisi mereka, dan pasti dokter-dokter kita sambil menjelaskan sambil merekomendasikan juga jadi biasanya habis sesi live talk selesai mulai banyak deh yang nanya-nanya konsultasi dan penasaran pengen coba treatment di bamed. Terakhir biasa ya, konten edukasi. tips, info-info kesehatan berbentuk design graphic yang disesuaikan dengan standarnya bamed kaya jenis font logo background, dan kadang kita juga ada konten hiburan quiz atau game gitu tapi gak terlalu sering.
 - b. Informan nining “Cara atau strategi khusus banget sih kita gada, tapi ini mungkin yang selalu kita lakuin di instagram kita sejak lama. Pertama Endorse ke artis atau selebrgram karna kan owner temennya banyak artis-artis juga makanya kadang Bamed di kenalnya sebagai klinik artis, tapi juga ada ko yang honest review di youtube gitu ga selalu endorse. Cara lainnya Liputan tentang kesehatan kulit di IG TV uploadnya lumayan banyak penontonya 4000an. Kemudian konten biasa promo jam operasional yang penting rajin upload. Nanti keliatan hasilnya dari jumlah pemasukan jadi cara itu yang emang biasanya kita pake buat pertahanin citra bamed sih.

- 2. Who : Siapa saja yang menjadi target sasaran @Bamedskincare untuk menerapkan cara tersebut di Instagram ?
 - a. Key Informan Septa “ Targetnya semua pengguna instagram sebenarnya ya, Cuma kebanyakan tuh rentang usia 17an keatas yang punya banyak masalah kulit
 - b. Informan Nining “ Target Bamed semua kalangan pria dan wanita 17-50 tahun

3. Why : Kenapa Bamed Skin Care menggunakan Cara tersebut?
- Key Informan Septa “ Yang pasti untuk meningkatkan banyak pelanggan dan kepercayaan customer kita, dan mempertahankan eksistensi bamed sih karna sekarang kan banyak banget klinik skin care yang lagi viral-viral, karna faktor pandemic juga jadi kita harus melek digital banget memanfaatkan platform yang ada. Selain itu kita pake cara-cara tersebut secara rutin karna kita juga liat dan tau apa yang dihasilin dari cara tersebut. Biasanya setelah kita pake cara0cara diatas Klinik akan terlihat ramai pengunjung dan menurut kita itu merupakan citra yang berhasil dipertahankan
 - Informan Nining “ Cara tersebut dilakukan agar bamed mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan, meningkatkan pemasukan, dan agar bamed dapat bertahan diantara banyak klinik skincare

4. How: Bagaimana mengimplementasikan cara tersebut di Instagram?

Jawaban:

- Key Informan: “Cara mengimplementasikan nya dengan prinsip konsisten. Divisi marketing sudah memiliki kewajiban untuk dapat menjalankan hal-hal tersebut agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan untuk mempertahankan perusahaan ditengah persaingan era klinik kecantikan yang begitu ketat. Dengan prinsip konsisten tersebut, perusahaan mampu dipertahankan citra positifnya, dan mampu meningkatkan penjualan juga. Bamed rutin melakukan postingan melalui feed ataupun story serta membalas dan berkomunikasi dengan para customer melalui dm.
- Informan : Cara tersebut diimplementasikan setiap bulannya dengan membuat kalender marketing terlebih dahulu atau biasa disebut sebagai brief konten,

Mengetahui,



Head of Marketing Bamed

Mengetahui,



Staff Marketing

TABEL OBSERVASI

No.	Kegiatan Observasi	Ciri-ciri	Penerapan (Ceklis)	Keterangan
1.	Menerapkan Model Two Way Symmetrical (Komunikasi 2 arah)	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Timbal Balik 2 arah terjadi melalui instagram • Membuat konten (informasi) menggunakan teknik komunikasi persuasive 	<p>√</p> <p>√</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Benar komunikasi 2 arah dilakukan. Namun masih belum dimaksimalkan. • Membuat konten dengan teknik persuasive juga dilakukan namun masih tidak maksimal
2.	Strategi Persuasif	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kebutuhan customer sebagai sasaran • PR sebagai komunikator berupaya membentuk pendapat positif dari 	<p>√</p> <p>√</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi pada konten Instagram bamed benar adanya sesuai dengan kebutuhan dan target bagi mereka yang memiliki masalah kulit. • Para pengelola media sosial bamed benar adanya berusaha membuat konten

		<p>customer melalui konten (sebagai rangsangan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • PR Mendorong customer berperan serta dalam aktifitas perusahaan agar terus berkembang 	√	<p>yang mampu membentuk konten positif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tim Marketing Bamed benar adanya berperan menjadi pr untuk mendorong customer ikut berperan dalam aktifitas perusahaan. Namun hal ini masih belum sepenuhnya dimaksimalkan
3.	Strategi Edukatif Informatif	<ul style="list-style-type: none"> • Menyampaikan fakta dan opini yang ada di dalam maupun di luar perusahaan • Melakukan analisa SWOT (<i>Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>). • Menelusuri dokumen 	√	<p>Benar adanya bamed menyampaikan fakta dan opini kedalam konten-konten mereka di Instagram baik dari fakta dari dalam perusahaan maupun dari luar.</p> <p>Bamed hanya melakukan evaluasi konten setiap bulan, namun evaluasi tersebut masih kurang maksimal karna hanya fokus pada konten bulan depan dan tidak terlalu</p>

		resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis		memperhatikan kekurangan konten sebelumnya.
4.	Strategi Event	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak <ol style="list-style-type: none"> a. Calender Event (rutin) b. Special Event c. Moment Event 	√	Segala kegiatan event seperti seminar, webtalk, ataupun event momentum benar adanya dilakukan oleh bamed. Namun semenjak terjadinya virus covid-19 yang melanda, kegiatan tersebut menjadi sangat terbatas dan perlu lebih dimaksimalkan