

BAB II

PROFIL KLIEN DAN PROGRAM THE BEAUTILOGIST

Dalam era modern ini, kebutuhan akan perawatan kecantikan semakin meningkat. Banyak individu yang mencari cara untuk meningkatkan penampilan mereka, baik melalui perawatan wajah, tubuh, maupun teknik makeup. Salah satu brand yang telah berhasil menarik perhatian di industri kecantikan adalah The Beautilogist. Brand ini tidak hanya menawarkan layanan kecantikan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyeluruh bagi setiap pelanggan. Dalam laporan ini penulis membahas profile secara mendalam mengenai The Beautilogist, serta produk dan layanan yang mereka tawarkan, termasuk nail, eyelash, waxing, brow, dan lips.

2.1 Profile Klien

The Beautilogist merupakan sebuah brand kecantikan yang berdiri sejak tahun 2021 dan berfokus pada penyedia layanan perawatan tubuh dan wajah. Dikenal dengan pendekatan yang personal dan profesional, The Beautilogist berkomitmen untuk memberikan hasil yang memuaskan bagi setiap pelanggan. The Beautilogist menawarkan produk dan layanan meliputi nail art, nail treatment, eyelash treatment, brow treatment, lip blush, dan body wax. Adapun yang menjadi tagline dari The Beautilogist yakni “*Feel Beauty, Spend Wisely,*” yang artinya salon kecantikan ini berkomitmen untuk menjadi satu-satunya tempat layanan kecantikan yang tepat dan lengkap.

The Beautilogist memiliki tim profesional yang terlatih dan berpengalaman di bidang kecantikan. Mereka terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka agar dapat memberikan layanan yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pelanggan. Dengan menggunakan produk-produk berkualitas dan teknik yang aman, The Beautilogist berusaha untuk menciptakan pengalaman yang tidak hanya memuaskan tetapi juga aman bagi setiap pelanggan. Hingga saat ini, salon kecantikan ini melayani sekitar 150 konsumen per bulannya.

2.2 Produk dan Layanan The Beautilogist

The Beautilogist menawarkan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan kecantikan pelanggan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai produk dan layanan yang ditawarkan.

2.2.1 Nail

Nail care merupakan salah satu layanan perawatan kuku yang mencakup *manicure* dan *pedicure*. The Beautilogist menggunakan produk berkualitas untuk memastikan kuku pelanggan terlihat sehat dan terawat. Proses *manicure* dan *pedicure* tidak hanya berfokus pada penampilan, tetapi juga kesehatan kuku dan kulit di sekitar kuku.



Gambar 2. 1. Tampak hasil akhir dari layanan Nail Art di The Beautilogist.

Selain *nail care*, The Beautilogist juga menyediakan layanan *nail art* dan pengaplikasian gel atau akrilik untuk memberikan tampilan yang lebih menarik. *Nail art* menjadi salah satu tren yang banyak diminati, dimana pelanggan dapat memilih desain sesuai dengan kepribadian mereka. Dengan berbagai pilihan warna dan teknik, The Beautilogist memastikan setiap pelanggan mendapatkan kuku yang unik dan menarik.

2.2.2 Eyelash

The Beautilogist menyediakan layanan pemasangan bulu mata palsu yang memberikan efek dramatis pada penampilan mata. The Beautilogist menawarkan berbagai pilihan panjang dan ketebalan bulu mata sesuai dengan keinginan pelanggan. Proses pemasangan dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan kenyamanan dan keamanan. The Beautilogist menggunakan bahan yang ringan dan aman untuk memastikan keamanan selama pemakaian. Adapun bulu mata yang dipasang dapat bertahan hingga beberapa minggu, sehingga pelanggan tidak perlu repot-repot mengaplikasikan maskara setiap hari. Selain itu, The Beautilogist juga memberikan perawatan pasca-pemasangan untuk menjaga keindahan bulu mata yang sudah terpasang.



Gambar 2. 2. Tampak hasil akhir dari pengaplikasian Eyelash di The Beautilogist.

2.2.3 Waxing

Waxing merupakan sebuah layanan penghilangan rambut dengan metode waxing yang efektif dan minim rasa sakit. The Beautilogist menawarkan metode waxing untuk berbagai area tubuh, termasuk kaki,

tangan, dan area bikini. Proses waxing ini dilakukan oleh profesional yang terlatih untuk memastikan hasil yang maksimal. Dengan menggunakan waxing sebagai salah satu metode penghilang rambut, dapat memperoleh hasil yang lebih halus dan tahan lama dibandingkan dengan metode pencukuran biasa. Waxing juga dapat membantu mengurangi pertumbuhan rambut dalam jangka panjang, sehingga pelanggan dapat menikmati kulit yang lebih halus lebih lama. The Beautilogist menggunakan produk waxing yang berkualitas tinggi untuk mengurangi iritasi dan memastikan kenyamanan selama proses.



Gambar 2. 3. Tampak contoh layanan Waxing di The Beautilogist.

2.2.4 Brow

Brow services merupakan layanan perawatan alis yang mencakup pencukuran, pencelupan, dan microblading. The Beautilogist membantu pelanggan mendapatkan bentuk alis yang sempurna sesuai dengan bentuk wajah. Proses ini dilakukan dengan cermat untuk memastikan hasil yang natural dan sesuai dengan keinginan pelanggan. The Beautilogist menggunakan teknik terbaru untuk memastikan hasil yang natural dan tahan lama. Microblading, misalnya, merupakan salah satu teknik yang

menggunakan alat khusus untuk menggambar rambut alis secara detail, memberikan tampilan alis yang paling sesuai dengan fitur wajah pelanggan.



Gambar 2. 4. Tampak hasil akhir dari layanan Brow di The Beautilogist.

2.2.5 Lips

Lips treatment merupakan salah satu layanan perawatan bibir yang mencakup lip tint dan lip filler. The Beautilogist menawarkan solusi untuk mendapatkan bibir yang penuh dan berwarna cerah. Proses ini dilakukan dengan menggunakan produk yang aman dan berkualitas tinggi. Dengan menggunakan produk yang aman dan berkualitas untuk hasil yang maksimal. Lip tint memberikan warna yang natural dan tahan lama, sementara lip filler dapat memberikan volume tambahan pada bibir. The Beautilogist juga memberikan konsultasi untuk membantu pelanggan memilih warna dan bentuk bibir yang sesuai dengan kepribadian dan gaya hidup konsumen.



Gambar 2. 5. Tampak hasil akhir dari layanan Lips di The Beautilogist.

2.3 Usulan Program

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh The Beautilogist terdiri dari dua pendekatan utama, yaitu melalui promosi yang dilakukan secara daring atau *online* dan melakukan promosi melalui secara luring atau *offline*. Pada promosi daring The Beautilogist telah melakukan promosi melalui platform media sosial khususnya instagram yang dilakukan dengan mengoptimalkan desain visual dan konten yang menarik untuk meningkatkan daya tarik audiens. Desain yang telah dibuat mencakup konten seperti Instagram Post Feeds, Story dan Reels. Sedangkan dalam promosi luring selain dilakukan melalui operasional salon, juga dilakukan melalui adanya kegiatan event yang dilakukan secara langsung sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness The Beautilogist.

Namun berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan kepada 102 responden, ditemukan bahwa 44,1% atau sekitar 45 responden tidak mengetahui Salon Kecantikan The Beautilogist. Hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat akan salon kecantikan The Beautilogist masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang dapat meningkatkan brand awareness tentang

adanya The Beautilogist dengan cara membuat *Social Media Strategy* dan *Event Management* dengan konsep “*Feel Beauty, Spend Wisely*”, yang bertujuan untuk memperkuat citra merek The Beautilogist sebagai salah satu salon kecantikan semua kalangan yang memberikan layanan lengkap dalam satu tempat.

Meskipun The Beautilogist telah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi yang digunakan untuk pemasarannya, konten yang dihasilkan masih belum mempunyai segmentasi yang spesifik. Hal ini berakibat terhadap pemasaran yang dilakukan The Beautilogist kurang efektif karena kurang menasar *audiens* yang tepat. Tanpa adanya sebuah segmentasi yang jelas, konten yang diproduksi beresiko tidak sesuai dengan preferensi kebutuhan dari audiens yang ingin dijangkau, dan kurangnya strategi segmentasi yang kurang terarah. Hal ini dapat mempengaruhi berkurangnya jumlah *customer* salon kecantikan The Beautilogist. Oleh karena itu, tim karya bidang kami mengembangkan strategi segmentasi yang lebih terarah agar dapat meningkatkan relevansi dan daya tarik konten, serta mencapai hasil pemasaran yang lebih optimal untuk meningkatkan jumlah customer di The Beautilogist.

2.3.1 Media Sosial Activation

Media sosial activation merupakan merupakan sebuah strategi untuk meningkatkan brand awareness terhadap sebuah brand. Media sosial activation dapat membantu meningkatkan brand awareness karena di dalam media sosial activation tim karya bidang kami melakukan aktivasi sosial media The Beautilogist dengan cara membuat konten-konten yang menarik dan relevan dengan target audience. Dalam hal ini konten yang dihasilkan untuk meningkatkan brand awareness berupa konten sharing session yang terbagi menjadi dalam 3 episode. Dalam episode pertama dengan topik pembahasan seputar nails, episode kedua dengan topik pembahasan eyelash extension, dan pada episode ketiga dengan topik pembahasan seputar waxing treatment.

Selain 3 konten bertema sharing session yang dibuat, tim karya bidang kami juga membuat konten interaktif diantaranya seperti konten Questions and Answers (Q&A). Penggunaan konten Q&A pada media sosial instagram dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan sebuah brand awareness sebuah brand kepada masyarakat karena di dalam konten Q&A terjalin adanya interaksi langsung antara merek dengan audiens. Dalam pembuatan konten Q&A dibuat semacam kolom pertanyaan yang dapat ditanyakan langsung oleh calon customer seputar produk kecantikan, atau tren kecantikan yang ingin diketahui. Dengan adanya pertanyaan yang masuk dan pertanyaan yang diberikan akan membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata *audiens*.

Proses pelaksanaan konten Q&A ini adalah melalui instagram stories, dimana kita menggunakan background foto, serta stiker pertanyaan yang menarik agar dapat mendorong pengikut media sosial The Beautilogist mengajukan pertanyaan. Setelah pertanyaan diajukan, pertanyaan nantinya akan dipilih untuk dijawab melalui video maupun foto dengan jawaban teks. Dengan adanya konten ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan, melainkan juga dapat memperluas jangkauan sebuah brand, karena pengikut yang telah dijawab pertanyaannya cenderung akan membagikan konten tersebut kepada teman maupun saudara terdekat.

Selain menggunakan konten Q&A untuk meningkatkan *brand awareness* sebuah brand, The Beautilogist juga menggunakan pembuatan konten berupa video pendek melalui reels yang sedang trend dan juga konten foto feeds pada akun The Beautilogist sebagai pelengkap untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan adanya konten-konten yang telah dibuat melalui media sosial The Beautilogist selain untuk meningkatkan *brand awareness* juga dapat menciptakan keterlibatan sebuah brand dengan audiens yang dapat membuat masyarakat lebih *aware* dengan brand The Beautilogist.

2.3.2 Nail Art Workshop (The Garden of Nails) by The Beautilogist

Nail Art Workshop merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh The Beautilogist untuk dapat meningkatkan brand awareness masyarakat kota semarang akan adanya salon kecantikan The Beautilogist. Nail Art Workshop sendiri merupakan sebuah event kegiatan yang dilaksanakan secara langsung oleh The Beautilogist Semarang. Kegiatan ini dilaksanakan pada Sabtu, 7 Desember 2024 bertempat di The Leura Semarang. Dalam kegiatan Nail Art Workshop selain untuk meningkatkan brand awareness kepada masyarakat juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai cara mengaplikasikan teknik-teknik dalam menghias kuku seperti cara mengaplikasikan berbagai warna cat kuku, serta membuat desain pola atau seni yang unik dan menarik menggunakan kuas, sticker, dan elemen dekoratif lainnya.

Dalam workshop ini diikuti oleh sekitar 40 orang yang telah melakukan *Repondez S'il Vous Plait (RSVP)*. Para peserta yang mengikuti workshop ini selain merupakan customer dari salon kecantikan The Beautilogist juga terdapat calon customer baru. Dalam kegiatan ini para peserta tidak perlu khawatir apabila sebelumnya belum pernah melakukan sebuah kerajinan kuku karena dalam workshop ini para peserta akan dipandu oleh orang yang telah berpengalaman di bidang nail art.

Dalam rundown acara workshop ini dibagi menjadi 3 sesi yakni setelah para peserta melakukan registrasi mengisi daftar hadir selanjutnya adalah pengenalan acara, dimana dalam sesi ini MC akan membuka acara dan memperkenalkan The Beautilogist dan para staff The Beautilogist kepada para peserta, kemudian kata sambutan yang langsung diberikan oleh owner The Beautilogist Semarang. Selanjutnya, pada sesi 2 akan fokus kepada inti acara workshop yaitu sesi Nail Art Workshop dengan tema Dekorasi Fake Nails. Dalam sesi ini peserta akan melakukan kreasi nail art sesuai dengan keinginan mereka, dan selama kegiatan berlangsung para peserta akan didampingi oleh para ahli nail art dari The Beautilogist.

Setelah melaksanakan sesi nail art workshop, pada sesi 3 sendiri merupakan penghujung acara, dimana dalam sesi ini akan dilakukan foto bersama dengan seluruh peserta dan tim The Beautilogist, dan juga foto bersama dengan hasil nail art yang telah mereka buat yang barulah ketika rangkaian acara telah selesai, kegiatan workshop akan ditutup oleh MC. Setelah kegiatan workshop selesai, tim karya bidang kami juga melakukan survey kepada para peserta yang telah hadir dalam workshop nail art tersebut. Tujuan dari dilakukannya survey ini adalah nantinya digunakan sebagai indikator kepuasan peserta akan adanya kegiatan workshop ini, dan dapat digunakan juga sebagai evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan dan dapat menjadi evaluasi terhadap event yang akan dilaksanakan mendatang agar menjadi lebih baik.