

BAB II
PERSIAPAN SOCIAL MEDIA ACTIVATION DAN EVENT
MANAGEMENT “The Beautilogist”
Sebagai Account Executive, Public Relation, Content planner

Bab ini membahas gambaran umum mengenai klien, yang mencakup produk atau layanan yang dijadikan objek program. Fokus utama dalam konteks ini adalah The Beautilogist, sebuah salon kecantikan yang berdiri di Semarang sejak tahun 2021.

2.1 Gambaran Umum The Beautilogist Semarang

The Beautilogist merupakan salon kecantikan yang berdiri sejak tahun 2021 yang terletak di Jl. Singosari Raya No.77 A, Semarang. Berkembangnya tren kecantikan masa kini membuat semakin banyak orang yang ingin mempercantik diri melalui layanan kecantikan profesional yang aman, nyaman, dan berkualitas. Hadirnya The Beautilogist untuk melayani permintaan khusus dari pelanggan dalam nail art, eyelash extension, waxing, lashlift, brow treatment. Didukung oleh pelayanan terbaik dan tenaga profesional The Beautilogist berambisi menjadi pilihan utama masyarakat Kota Semarang dalam bidang industri layanan kecantikan.

Promosi The Beautilogist mengandalkan media sosial Instagram dan aktivasi brand di berbagai acara di Semarang. Instagram dipilih karena platform ini sangat efektif dalam menampilkan layanan kecantikan secara visual, seperti nail art, eyelash extension, waxing, dan lash lift. Dengan basis pengguna yang mayoritas terdiri dari perempuan muda hingga dewasa, Instagram memungkinkan The Beautilogist menjangkau target pasar yang relevan secara langsung. Fitur-fitur Instagram mencakup kamera, profil, reels, caption, tag, hashtag, dan highlight, Instagram Shopping, Instagram Stories, Instagram Live, hingga fitur terbaru seperti koleksi kolaboratif dan pengelolaan hashtag yang disederhanakan (DuniaGames, 2024; Sociosight, 2024). Fitur seperti yang disebutkan sebelumnya memberikan ruang bagi salon untuk menonjolkan hasil perawatan secara kreatif dan menarik. Selain itu, Instagram memfasilitasi interaksi langsung dengan audiens melalui

komentar, pesan, dan ulasan, yang dapat meningkatkan engagement serta membangun kepercayaan konsumen. Penggunaan hashtag dan tagging digunakan untuk membantu promosi berjalan secara organik, memperluas jangkauan ke calon pelanggan baru tanpa biaya besar. Terbukti dari akun Instagram @thebeautilogist yang telah meraih 8.121 followers dalam tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang telah mengetahui keberadaan The Beautilogist sebagai salon kecantikan terpercaya di Semarang. Berdasarkan survey yang telah dilakukan sebanyak 32,4% dari total keseluruhan 102 responden mengetahui kehadiran The Beautilogist dan mayoritas responden mengetahui informasi mengenai The Beautilogist melalui orang terdekat sebanyak 64,7%, dan melalui media sosial sebanyak 31,4%.

2.2 Usulan Program sebagai Public Relations

The Beautilogist sebelumnya pernah mengikuti kegiatan bazar di Kota Semarang yang berlokasi di Paragon Mall Semarang, kegiatan bazar tersebut bertujuan untuk memperkenalkan layanan kecantikan mereka secara lebih luas kepada masyarakat, membangun brand awareness, serta mendekatkan diri dengan pelanggan melalui interaksi langsung dan penawaran spesial selama acara berlangsung. Jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya, The Beautilogist belum pernah mengadakan kegiatan beauty workshop. Diusulkan nail art workshop oleh tim karya bidang kami merupakan bagian dari strategi brand dalam membangun kedekatan dengan target audiens serta memperkuat eksistensi di industri kecantikan. Melalui strategi komunikasi ini, The Beautilogist dapat meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan pasar, serta memperkenalkan layanan dan produk secara lebih personal dan langsung kepada konsumen. Workshop ini juga menjadi momen promosi yang efektif untuk menarik minat calon pelanggan baru sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan yang sudah ada. Dengan menghadirkan pengalaman interaktif dan edukatif, The Beautilogist diharapkan dapat membangun citra sebagai brand yang tidak hanya menjual layanan, tetapi juga aktif menciptakan ruang belajar, inspirasi, dan komunitas yang positif di dunia kecantikan. Sementara itu, bagi peserta, workshop ini dirancang sebagai sarana edukatif sekaligus wadah ekspresi diri yang menyenangkan. Peserta akan dibekali dengan berbagai teknik

dasar hingga lanjutan dalam nail art, serta diajak untuk mengeksplorasi kreativitas dan selera estetikanya melalui desain kuku yang unik dan personal. Selain mendapatkan keterampilan praktis, peserta juga dapat merasakan pengalaman yang memperkuat kepercayaan diri dan memperluas relasi dengan sesama pecinta kecantikan. Dengan suasana yang hangat dan interaktif, workshop ini diharapkan menjadi pengalaman yang berkesan sekaligus memberi nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari para peserta.

2.3 Kesimpulan

Kesimpulan dari bab II adalah bahwa The Beautilogist, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan kecantikan, belum maksimal dalam melakukan upaya untuk membangun brand awareness dan peningkatan jumlah konsumen. The Beautilogist sangat perlu memperbaiki pengelolaan media sosial yang kurang aktif serta pengelolaan event offline melalui program-program komunikasi yang diusulkan oleh tim karya bidang kami, seperti “The Beautilogist Sharing Session” dan “The Garden of Nails” nailart workshop. Kegiatan yang diusulkan tersebut diharapkan dapat memperkenalkan layanan secara lebih efektif dan meningkatkan brand awareness di kalangan perempuan di Kota Semarang.

Selain itu, penerapan strategi komunikasi yang lebih terintegrasi melalui media sosial, termasuk penggunaan paid media dan kolaborasi dengan Key Opinion Leaders (KOL), menjadi langkah penting dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan tepat sasaran. Dengan pendekatan berbasis konten, The Beautilogist dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan audiensnya, serta memperluas jangkauan pasar.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diusulkan diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan meningkatkan jumlah konsumen, serta membantu perusahaan untuk menjadi layanan kecantikan utama di bidang eyelash extension, waxing, dan nailart yang terjangkau dengan layanan profesional di Kota Semarang.