

ABSTRAK

Fauzia. Komunikasi Pemasaran Produk Kecantikan Halal (Studi Azqira Klinik Cantik Muslimah di Kota Makassar. (dibimbing oleh Amin Umar dan Indah Pratiwi M)

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi suatu organisasi atau perusahaan karena tanpa komunikasi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk. Seringkali kendala pelaku usaha dalam memasarkan produk terkendala oleh kepercayaan dan persepsi konsumen yang tidak puas oleh pelayanan yang ditawarkan ataupun ketidak tahuan tentang produk yang tersedia, sehingga tentunya sangat penting untuk memberikan atensi lebih bagi komunikasi dalam aspek pemasaran produk. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian *field research*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder dengan jumlah informan sebanyak 7 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan analisis data interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran produk Kecantikan Halal Azqira Klinik Cantik Muslimah di Kota Makassar ditinjau dari indikator informasi produk, layanan, pembelian, *advertising* atau periklanan dan *sponsorship* kreatif. Azqira Klinik memberikan pelayanan dengan prinsip 3s (salam, senyum dan sapa). Layanan yang ditawarkan berupa perawatan kulit dan wajah yang langsung ditangani oleh dokter kulit dan kecantikan yang berkompeten sekaligus dapat berkonsultasi. Azqira Klinik Cantik Muslimah memanfaatkan komunikasi dengan terpadu dalam menyebarkan informasi produk, layanan dan pembelian hingga *advertising* periklanan dan *sponsorship* kreatif sehingga dapat menciptakan rasa ketertarikan dari masyarakat atau konsumen untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan. Sedangkan kendala komunikasi yang dihadapi dalam pemasaran produk Azqira Klinik Cantik Muslimah di Kota Makassar, cenderung pada kendala teknis seperti pemahaman konsumen yang memiliki pemahaman berbeda dalam mendapatkan informasi melalui sosial media *instagram* atau *website*.

Kata kunci : Komunikasi, Pemasaran Produk