

Analisis penggunaan micro-celebrity sebagai strategi pemasaran pada produk kecantikan di instagram (studi kasus pada akun instagram @sascofficial) = Analysis of the use of micro-celebrity as a marketing strategy on beauty products on instagram (case study on instagram @soffofficial accounts)

Putri Alia Oktavia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505073&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan Instagram dan Kolaborasi dengan micro-celebrity sudah menjadi tren baru dalam dunia komunikasi dan promosi, terutama di bisnis produk kecantikan. Penggunaan micro-celebrity sebagai salah satu strategi juga membuat pesan yang disampaikan lebih efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran merek SASC di Instagram dan penggunaan micro-celebrity dalam strategi mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah di akun instagram @sascofficial berupa konten penjelasan kelebihan produk, konten berupa giveaway dan kontes, serta aktivitas sosial perusahaan. Lalu ada beberapa micro influencer yang bekerja sama dengan mereka seperti Marsha Aruan, Dita Soewarjo, dan juga Tyna Kanna Mirdad . Pemilihan influencer tersebut tidak hanya berdasarkan jumlah follower, tapi juga berdasarkan kualitas yang mereka miliki dan juga concern mereka terhadap woman empowering serta dunia anak.

<hr>The use of Instagram and collaboration with micro celebrity has become a new trend in the world of communication and promotion, especially in the beauty products business. The use of micro influencers as a strategy also makes the message delivered more effective. The purpose of this study was to determine the marketing strategy of the SASC brand on Instagram and the use of micro celebrity in their strategies. This research shows that the content uploaded on the Instagram account @official is in the form of an explanation of the advantages of the product, content in the form of giveaway and contests, as well as corporate social activities. Then there are some micro influencers who work with them such as Marsha Aruan, Dita Soewarjo, and also Tyna Kanna Mirdad. The selection of influencers is not only based on the number of followers, but also based on the quality they have and also their concern for woman empowering and the world of children.