

ABSTRAK

Judul penelitian ini yaitu “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Scarlett Whitening Dengan Penggunaan Brand Ambassador Melalui Sosial Media Instagram Pada Akun @scarlett_whitening)”. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juni 2023 – 2024 di Jl.Riung Mungpulung I No.42, Kota Bandung, Jawa Barat. Persaingan pasar produk-produk kosmetik saat ini semakin ketat. Dikutip dari databoks, menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik atau BPS, pada Januari - Maret 2020 pertumbuhan industri kosmetik tumbuh sebanyak 5,59% dan pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia diperkirakan akan meningkat sebanyak 7% pada tahun 2021. Setidaknya ada kurang lebih empat puluh lima negara yang mengeksport brand kosmetiknya ke Indonesia, contohnya Jepang, Amerika, Eropa, dan Korea Selatan. Data tersebut menunjukkan ketatnya persaingan dan pesatnya pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Scarlett Whitening Melalui Media Sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Deskriptif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Kotler dan Keller (2009). Hasil penelitian menunjukkan Strategi Pemasaran Scarlett Whitening Melalui Media Sosial Instagram.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Instagram, Scarlett Whitening, Konsep Kotler dan Keller.

ABSTRACT

The title of this research is "Marketing Communication Strategy Through Social Media (Descriptive Study of Scarlett Whitening's Marketing Communication Strategy Using Brand Ambassadors Through Instagram Social Media on the @scarlett_whitening Account)". This research was carried out in June 2023 – 2024 on Jl. Riung Mungpulung I No. 42, Bandung City, West Java. Market competition for cosmetic products is currently increasingly tight. Quoted from databox, according to data released by the Central Statistics Agency or BPS, in January - March 2020 the growth of the cosmetics industry grew by 5.59% and the growth of the cosmetics market in Indonesia is expected to increase by 7% in 2021. There are at least four Twenty-five countries export their cosmetic brands to Indonesia, for example Japan, America, Europe and South Korea. This data shows the intense competition and rapid growth of the cosmetics industry in Indonesia. The aim of carrying out this research is to determine the Marketing Strategy for Scarlett Whitening through Social Media. The method used in this research is Descriptive Study. Data analysis in this research uses Kotler and Keller (2009) analysis. The research results show the Scarlett Whitening Marketing Strategy through Instagram Social Media.

Keywords: *Marketing Communications, Instagram, Scarlett Whitening, Kotler and Keller Concept.*