

Analisis strategi digital marketing pada aplikasi TikTok terhadap minat beli produk Acne Series : studi kasus merek Scarlett Whitening = Analysis of digital marketing strategy in TikTok application towards Acne Series product buying interest : case study of the Scarlett Whitening Brand

Farhan Faadhilah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528081&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini akan menganalisis bagaimana strategi digital marketing Scarlett Whitening khususnya pada produk Acne Series dalam aplikasi TikTok terhadap minat beli target konsumennya. Teknik digital marketing yang dianalisis tersebut diantaranya berupa penggunaan audio musik, tanda pagar, storytelling, TikTok influencer marketing, TikTok Shop, dan lain-lain. Selain itu, penulis menganalisis bagaimana teknik yang digunakan dapat membangun suatu brand image terhadap Scarlett Whitening hingga ke perilaku minat beli dari target konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan teknik analisis konten pada @Scarlett_Whitening dan juga studi literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa teknik digital marketing yang dilakukan Scarlett Whitening pada aplikasi TikTok khususnya pada produk Acne Series telah meningkatkan brand image yang positif dan menstimulasi minat beli target konsumen terhadap produk tersebut. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu melakukan pendalaman pada setiap teknik digital marketing yang digunakan suatu merek pada produk tertentu tidak hanya terbatas dari produk keseluruhan serta bisa menggunakan beberapa konsep lainnya yang dapat meningkatkan kualitas analisis yang dibuat.This paper will analyze how Scarlett Whitening's digital marketing strategy, especially the Acne Series products in the TikTok application, affects the buying interest of its target consumers. The digital marketing techniques analyzed include the use of audio music, hashtags, storytelling, TikTok influencer marketing, TikTok Shop, and others. In addition, the authors analyze how the techniques used can build a brand image of Scarlett Whitening to the buying interest behavior of target consumers. The research method used is the content analysis technique on @Scarlett_Whitening and also the study of literature. The results of the analysis show that the digital marketing technique carried out by Scarlett Whitening on the TikTok application, especially for the Acne Series product, has increased a positive brand image and stimulated the buying interest of target consumers for the product. Suggestions for further research are to deepen each digital marketing technique used by a brand on a particular product, not only limited to the overall product and can use several other concepts that can improve the quality of the analysis made.