

Penggunaan Inclusive Marketing pada Konten Media Sosial Merek Kecantikan Lokal (Studi Kasus pada Instagram Secondate) = Use of Inclusive Marketing in Local Beauty Brand Social Media Content (Case Study on Secondate's Instagram)

Tampubolon, Maria Eunike, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535703&lokasi=lokal>

Abstrak

Keberagaman merupakan suatu hal yang selalu ada dalam masyarakat sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan dan pemasar untuk berkomunikasi dengan kelompok yang beragam. Inclusive marketing muncul sebagai solusi untuk membantu perusahaan dan pemasar berinteraksi dengan kelompok sasaran melalui saluran yang menarik bagi sasaran. Merek kecantikan lokal Secondate merupakan salah satu merek yang mengedepankan inklusivitas dalam produk dan pemasarannya. Secondate mengklaim bahwa mereka percaya setiap orang memiliki cerita yang unik sehingga mereka merangkul keberagaman khalayak dan komunitas mereka. Oleh karena itu, makalah ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Secondate menggunakan inclusive marketing melalui konten Instagram mereka. Dengan menggunakan metode analisis konten, hasil menunjukkan bahwa ada beberapa aspek inclusive marketing yang terdapat dalam konten-konten Secondate, yaitu race and ethnicity, ability, gender identity, dan age. Konten-konten inklusif ini mempromosikan inklusivitas serta pengakuannya. Dalam hal ini, strategi inclusive marketing yang digunakan oleh Secondate tidak hanya terfokus pada penjualan, tetapi juga pada penyebaran pesan inklusivitas dan keberagaman. Maka dari itu, Secondate melalui inclusive marketing mengakui, merangkul, mendengar, memahami, dan mengikutsertakan kisah dari setiap kelompok.

.....

Diversity always exists in society, making it a challenge for companies and marketers to communicate with diverse groups. Inclusive marketing emerged as a solution to help companies and marketers interact with target groups through channels that are attractive to the target. Local beauty brand Secondate is a brand that prioritizes inclusivity in its products and marketing. Secondate claims that they believe everyone has a unique story so they embrace the diversity of their audiences and communities. Therefore, this paper aims to analyze how Secondate uses inclusive marketing through their Instagram content. By using the content analysis method, the results show that there are several aspects of inclusive marketing contained in Secondate content, namely race and ethnicity, ability, gender identity, and age. These inclusive contents promote inclusivity as well as its recognition. In this case, the inclusive marketing strategy used by Secondate is not only focused on sales, but also on spreading messages of inclusivity and diversity. Therefore, Secondate through inclusive marketing acknowledges, embraces, hears, understands, and includes the stories of each group.