

Analisis Tahapan Digital Consumer Journey oleh Beauty Brand Ambassadors (Studi Kasus pada Emina Girl Gang Ambassador) = Analysis of Digital Consumer Journey Stages by Beauty Brand Ambassadors (A Case Study on Emina Girl Gang Ambassador)

Atsilah Azzahra Hidayat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536491&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis sampai sejauh mana Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) dapat memengaruhi tahapan digital consumer journey. Dalam melihat penerapan tersebut, analisis ini menggunakan 5 (lima) tahapan digital consumer journey yaitu awareness, consideration, purchase, retention, dan advocacy dari Zaheer (2023). Metode yang digunakan dalam riset ini adalah observasi komentar dan engagement yang diberikan oleh audiens yang terpapar konten EGGA periode Januari 2023 - November 2023 dari media sosial TikTok. Berdasarkan hasil temuan dalam riset ini, dapat disimpulkan bahwa EGGA mampu memengaruhi audiensnya sampai pada tahapan terakhir yaitu advocacy. Pada tahapan ini, audiens yang terpapar juga ikut memberikan pengalaman mereka menggunakan produk hingga akhirnya merekomendasikan produk yang dipasarkan kepada orang lainnya. EGGA merupakan salah satu contoh keefektifan atas pemanfaatan beauty brand ambassadors di era digital dengan memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

.....

This research aims to analyze the extent to which Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) can influence the stages of the digital consumer journey. In examining this implementation, the analysis employs the 5 (five) stages of the digital consumer journey: awareness, consideration, purchase, retention, and advocacy from Zaheer (2023). The research methodology involves the observation of comments and engagements provided by the audience who were exposed to EGGA content during the period from January 2023 to November 2023 on the social media platforms TikTok. Based on the findings of this research, it can be concluded that EGGA is capable of influencing its audience up to the final stage of advocacy. In this stage, the audience not only engages with the content but also shares their experiences using the products, ultimately recommending the marketed products to others. EGGA serves as a notable example of effectively utilizing beauty ambassadors in the digital era by maximizing social media as the primary platform for disseminating accurate and trustworthy information.