

Strategi Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Kosmetik Pada Perempuan Generasi Z Di Indonesia = Social Media Marketing Strategy in Building Cosmetics Brand Awareness Among Generation Z Women in Indonesia

Rayshofi Nadira Rais, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544007&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi social media marketing dalam membangun brand awareness brand kosmetik di kalangan perempuan Generasi Z di Indonesia. Luxcrime telah berhasil membangun brand awareness secara efektif melalui platform social media TikTok pada konten video yang menarik dan relevan seperti tutorial makeup, interaksi dengan audiens, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan filter TikTok yang inovatif. Pada strategi social media marketing Luxcrime didasarkan pada lima dimensi yaitu entertainment, interaction, tendiness, customization, dan word of mouth, dengan fokus pada interaction dan trendiness. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis isi kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis dari Kualitatif dan Kuantitatif temuan ini secara khusus mendiskusikan strategi social media marketing berfokus pada interaksi dengan audiens sehingga dapat disimpulkan temuan ini menunjukkan bahwa strategi social media marketing yang efektif bagi brand kosmetik untuk perempuan generasi Z harus berfokus pada interaksi dengan audiens, mengikuti tren saat ini, dan menggunakan bahasa yang tren dan relevan dengan target pasar.The social media marketing strategy in building brand awareness for a cosmetics brand among Generation Z women in Indonesia. Luxcrime has successfully built brand awareness effectively through the TikTok social media platform with engaging and relevant video content such as makeup tutorials, audience interaction, influencer collaborations, and innovative use of TikTik filters. Luxcrime's social media marketing strategy is based on five dimensions: entertainment, interaction, trendiness, customization, and word of mouth , with a focus on interaction and trendiness. The research method used is quantitative and qualitative content analysis. The results of the qualitative and quantitative analysis specifically discuss social media marketing strategies focusing on audience interaction, thus concluding that effective social media strategies for cosmetics brands targeting Generation Z women should focus on audience interaction, following current trends, and using language the is trendy and relevant to the target market.