

Program perencanaan komunikasi pemasaran digital muaq beauty periode Januari 2022-JUNI 2022 = Muaq beauty digital marketing communication planning program January 2022-June 2022

Dwi Iman Chairunnisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920556758&lokasi=lokal>

Abstrak

Profil Perusahaan: MUAQ Beauty merupakan merek kosmetik lokal yang menjual alat kosmetik dan produk kosmetik. Merek ini berdiri secara resmi sebagai perusahaan pada tahun 2019. MUAQ memiliki 8 karyawan dengan divisi 8 divisi yang berbeda-beda. Merek yang memiliki Head Quarter di Jakarta ini menjual produknya melalui platform daring, yaitu melalui Website dan E-Commerce. Harga dari produk-produk yang dijual oleh MUAQ Beauty berada di kisaran Rp50.000-Rp150.000 dengan pengecualian pada harga produk brush. Melihat promosi sebelumnya, merek ini kerap menggunakan media sosial, di mana media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram. Analisis Situasi: Sebagai produk lokal, MUAQ Beauty dapat menunjukkan produk-produknya yang sangat baik dan memanfaatkan ruang digital. Memanfaatkan peningkatan daya beli masyarakat untuk melakukan promosi sehingga dapat meningkatkan brand awareness yang mungkin dapat berubah menjadi penjualan. Menyampaikan keunggulan-keunggulan dari MUAQ Beauty dibandingkan merek lain. Mengoptimalkan pemasaran ke pengguna make-up yang menggunakan make-up bukan hanya untuk kegiatan sehari-hari dan menguatkan penyampaian positioning. Tujuan: Meningkatkan brand awareness sebesar 20% di segmentasi terpilih, yaitu segmentasi penggemar make-up. Khalayak Sasaran: Geografis: Tinggal di Jakarta Raya (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) Demografis: Perempuan, berumur 18-27 tahun, ekonomi menengah-menengah atas Psikografis: VALS experiencers Perilaku: Penggemar make-up, Digital-Savvy, Multiple Bases (Keller & Kotler, 2015): Unaware, Aware, not tried, negative opinion Pesan Kunci: Pentingnya produk dari MUAQ Beauty dan MUAQ Beauty sebagai merek yang menjual produk tersebut dalam meningkatkan kualitas pengalaman khalayak dan hasil saat melakukan kegiatan make-up, sehingga menunjukkan bahwa MUAQ Beauty juga cocok digunakan oleh para penggemar make-up. Program: Program "Next Level Make-Up" merupakan program pemasaran digital dengan tagline #LevelUpWithMUAQBeauty. Rute dari program ini disesuaikan berdasarkan model AISAS. Kekhasan program ini terletak pada penyesuaian program terhadap masalah di segmentasi pengguna make-up dan pendekatan program yang didasarkan oleh khalayak sasaran, baik dari penyesuaian strategi dan taktik hingga penyusunan rute yang digunakan. Jadwal: Januari 2022 – Juni 2022 Anggaran Rp48.070.000 Evaluasi: Sebanyak 55% target konsumen menyadari keberadaan MUAQ Beauty dilihat dari lima elemen, yaitu nama merek, logo dan simbol, karakter, dan kemasan. (meningkat sebanyak 20% dari hasil survei pada riset pendahuluan).

..... Company Profile MUAQ Beauty is a local cosmetic brand that sells cosmetic tools and cosmetic products. This brand was officially established as a company in 2019. MUAQ has 8 employees with 8 different divisions. This brand, which has a Head Quarter in Jakarta, sells its products through online platforms, namely through the Website and E-Commerce. The prices of the products sold by MUAQ Beauty are in the range of Rp. 50,000-Rp. 150,000 with the exception of the price of brush products. Looking at the previous promotion, this brand often uses social media, where the most frequently used social media is Instagram. Situation Analysis: As a local product, MUAQ Beauty can showcase its excellent products and

take advantage of the digital space. Utilize the increase in people's purchasing power to carry out promotions so as to increase brand awareness which may lead into sales. Presenting the advantages of MUAQ Beauty compared to other brands. Optimizing marketing to make-up users who use make-up not only for daily activities and strengthening the delivery of positioning. Goal Increase brand awareness by 20% in the selected segment, namely the make-up enthusiast segment. Target Audiences Geographic: Lives in Greater Jakarta Area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi) Demographic: Female, 18-27 years old, middle-middle class economy Psychographic: VALS experiencers Behavior: Make-up enthusiast, Digital-Savvy, Multiple Bases (Keller & Kotler, 2015): Unaware, Aware, not tried, negative opinion Key Message The importance of products from MUAQ Beauty and MUAQ Beauty as brands that sell these products in improving the quality of the audience's experience and results when carrying out make-up activities, thus showing that MUAQ Beauty is also suitable for use by make-up enthusiast. Program: The "Next Level Make-Up" program is a digital marketing program with the tagline #LevelUpWithMUAQBeauty. The route of this program is adjusted based on the AISAS model. The uniqueness of this program lies in the adjustment of the program to problems in the segmentation of make-up users and the of this program approach that is based on the target audience, both from the adjustment of strategy and tactics to the route that is used. Schedule: January 2022 – June 2022 Budget: Rp48.070.000 Evaluation: As much as 55% of target consumers are aware of the existence of MUAQ Beauty seen from five elements, namely brand name, logo and symbol, character, and packaging. (an increase of 20% from survey results in preliminary research)