

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FALABELLE DALAM BRANDING DI INSTAGRAM

ALFIRA NURUL MAULIDA

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

alfiranm@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Falabelle merupakan salah satu *brand* kecantikan dan perawatan kulit (*skincare*) lokal yang berdiri sejak tahun 2019 dengan berbahan dasar alami. Pada tahun 2019 Falabelle sempat mengeluarkan produk dan tidak lagi produksi, kemudian di tahun berikutnya Falabelle mengeluarkan produk baru dengan kemasan baru. Semakin banyaknya *skincare* lokal yang ada membuat Falabelle harus menghadapi persaingan bisnis dengan para pesaingnya. Untuk mengatasinya, dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran dengan tujuan agar menciptakan *brand* yang kuat sehingga dapat menarik serta melekat di benak para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Falabelle dalam membangun *branding* serta implementasi komunikasi pemasaran terpadu pada Falabelle. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan data primer dari wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Falabelle dengan teori komunikasi pemasaran terpadu yaitu dengan menerapkan lima *marketing tools* berupa periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung dan *WoM*, tetapi dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan terdapat dominasi pemasaran media sosial yang digunakan. Falabelle memanfaatkan media instagram sebagai media promosi secara online untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk Falabelle. Kekuatan *branding* Falabelle sebagai faktor pendukung dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam menciptakan *awareness* dan citra yang baik dari masyarakat. Falabelle dalam melakukan *branding* yaitu dengan menggunakan *tagline when nature meet technology #falabellebeauty*, melakukan interaksi dengan *followers* (pengikut), membentuk komunitas *skincare* dan mengadakan program *bundling* serta *starterpack* pada media sosial instagramnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran; Falabelle; *Branding*; Instagram.

FALABELLE'S MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN INSTAGRAM'S BRANDING

ALFIRA NURUL MAULIDA

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

alfiranm@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Falabelle is a local beauty and skincare brand that was founded in 2019 with natural ingredients. In 2019 Falabelle had issued a product and was no longer in production, then in the next year Falabelle issued a new product with new packaging. With the increasing number of local skincare products available, Falabelle has to face business competition with competitors. To overcome this, a marketing communication strategy is needed with the aim of creating a strong brand so that it can attract and stick in the minds of consumers. This research was conducted using qualitative research methods, namely by using primary data from interviews and secondary data obtained from documentation and observation. The results of this study indicate that there is a match between the marketing communication strategy carried out by Falabelle and the integrated marketing communication theory, namely by applying five marketing tools in the form of advertising, sales promotion, personal selling, direct marketing and WoM, but in the application of the integrated marketing communication strategy carried out there are dominance of social media marketing used. Falabelle uses Instagram as an online promotion media to make it easier for customers to get information about Falabelle products. The strength of Falabelle branding as a supporting factor in carrying out marketing communication strategies in creating awareness and a good image from the community. Falabelle in doing branding is by using the tagline when nature meets technology #falabellebeauty, interacting with followers (followers), forming a skincare community and holding bundling and starterpack programs on her Instagram social media.

Keywords: *Marketing Communication, Falabelle, Branding, Instagram*