

Strategi Komunikasi Pemasaran Scarlett Whitening dengan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador di Instagram @Scarlett_whitening

Nadia Dian Zahrani

Ilmu Komunikasi, Falkutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas pembangunan Nasional Veteran Jakarta

E-mail: Nadiadianzahrani@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan budaya korea merambah sampai industri kecantikan di Indonesia dengan menggunakan artis Korea Selatan sebagai brand ambassador. Salah satunya brand lokal Scarlett Whitening memilih aktor Song Joong Ki menjadi representasi produk yang dijual hingga ke dalam pemasaran salah satunya dalam media sosial Instagram. Maka konten yang berkaitan dengan Song Joong Ki dan produk Scarlett Whitening menjadi objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini merupakan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan di Instagram terhadap periklanan produk dalam konten. Scarlett Whitening melakukan kegiatan langsung seperti fan meeting, iklan, giveaway dan siaran langsung untuk menyampaikan pesan ke target konsumen. Penelitian ini dikaitkan dengan *promotional mix 7P* merupakan konsep penelitian bagian dari analisis strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan pengumpulan data dengan observasi yang divalidasi oleh wawancara. Hasil penelitian ini yakni dapat melihat keberhasilan komunikasi pemasaran yang melalui jumlah unggahan yang berada di Instagram dengan mempertimbangkan produk, harga, orang, proses, dan diperankan oleh brand ambassador Song Joong Ki.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Instagram, Komunikasi Pemasaran, Scarlett Whitening

***Marketing Communication Strategy for Scarlett Whitening with Song Joong Ki as
Brand Ambassador on Instagram @Scarlett_whitening***

Nadia Dian Zahrani

Communication Sciences, Faculty of Social Sciences and Political Sciences,

Jakarta Veterans National Development University

Email: Nadiadianzahrani@gmail.com

ABSTRACT

The development of Korean culture has spread to the beauty industry in Indonesia by using South Korean artists as brand ambassadors. One of them is the local brand Scarlett Whitening, choosing actor Song Joong Ki to represent the products it sells, including in marketing, one of which is on Instagram social media. So content related to Song Joong Ki and Scarlett Whitening products became the object of research. The aim of this research is to determine the marketing communications carried out on Instagram regarding product advertising in content. Scarlett Whitening carries out direct activities such as fan meetings, advertisements, giveaways and live broadcasts to convey messages to target consumers. This research is related to the 7P promotional mix, which is a research concept part of marketing strategy analysis. This research uses a qualitative method with a descriptive approach and data collection using observations validated by interviews. The results of this research are able to see the success of marketing communications through the number of uploads on Instagram by considering products, prices, people, processes, and the role played by brand ambassador Song Joong Ki.

Keywords: Brand ambassador, Instagram, Marketing Communication, Scarlett Whitenin

