

# **Strategi Komunikasi Pemasaran Digital The Face Shop Melalui Konten Instagram Dalam Mempertahankan *Brand Awareness***

**Rosangela Ruth Tamara**

## **ABSTRAK**

Riset ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran digital dari *brand* kosmetik The Face Shop dalam upaya mempertahankan *brand awareness*. The Face Shop merupakan produsen kosmetik dan perawatan dari Korea yang masuk ke Indonesia. Banyaknya *brand* kecantikan lokal maupun internasional yang diperjualbelikan di Indonesia, ditambah tidak adanya penggunaan *Brand Ambassador* untuk mempertahankan *brand awareness*, dapat memicu persaingan yang ketat dengan *brand* kecantikan lain. Penerapan strategi komunikasi pemasaran menjadi dibutuhkan dalam menciptakan ketertarikan konsumen dan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital The Face Shop melalui konten Instagram dalam mempertahankan *brand awareness*. Teori konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Integrated Marketing Communication* (IMC). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan kelima informan, dan dokumentasi. Data yang diperoleh, divalidasi menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram melalui konten yang dilakukan oleh The Face Shop dalam upaya mempertahankan *brand awareness* sudah dilakukan dengan sangat matang, dengan fokus pada *Unique Selling Point*, yaitu penggunaan bahan alami pada produk, pembuatan konten yang beragam dengan penyesuaian terhadap target pasar produk, memberikan promosi menarik tiap bulan, melakukan iklan berbayar yang terarah, dan dilakukannya perencanaan serta evaluasi konten setiap bulannya. The Face Shop juga mengaplikasikan elemen-elemen bauran komunikasi pemasaran dengan baik, seperti *advertising, online & social media marketing, sales promotion, personal selling, direct marketing, event & partnership, public relation*, dan *word of mouth marketing*.

**Kata Kunci:** *Brand Awareness*; Konten Instagram; Strategi Komunikasi Pemasaran Digital; The Face Shop

***The Face Shop's Digital Marketing Communication Strategy  
Through Instagram Content in Maintaining Brand Awareness***

**Rosangela Ruth Tamara**

***ABSTRACT***

*This research examines the digital marketing communication strategy of The Face Shop cosmetic brand in an effort to maintain brand awareness. The Face Shop is a Korean cosmetic and care manufacturer that has entered Indonesia. The large number of local and international beauty brands traded in Indonesia, coupled with the absence of Brand Ambassadors to maintain brand awareness, can trigger intense competition with other beauty brands. The implementation of marketing communication strategies is needed to create consumer interest and a satisfying service experience. This study aims to explain how The Face Shop's digital marketing communication strategy through Instagram content maintains brand awareness. The conceptual theory used in this study is Integrated Marketing Communication (IMC). The research method used is a qualitative descriptive method with data collection techniques through observation, interviews with five informants, and documentation. The data obtained was validated using source triangulation. The results of this study conclude that the use of Instagram through content carried out by The Face Shop in an effort to maintain brand awareness has been carried out very carefully, with a focus on Unique Selling Points, namely the use of natural ingredients in products, creating diverse content with adjustments to the product's target market, providing attractive promotions every month, conducting targeted paid advertising, and planning and evaluating content every month. The Face Shop also applies marketing communication mix elements well, such as advertising, online & social media marketing, sales promotion, personal selling, direct marketing, event & partnership, public relations, and word of mouth marketing.*

**Keywords:** *Brand Awareness; Instagram Content; Digital Marketing Communication Strategy; The Face Shop*