

ABSTRAK

PERAN MEDIA DIGITAL BAGI PENINGKATAN PERFORMA PRODUK INDUSTRI KOSMETIK LOKAL: KAJIAN KOMPARATIF WARDAH DAN SOMETHINC

Fransisca Anastasia Darmawan

182314041

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

Teknologi dan pandemi Covid-19 mempercepat pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia. Platforms digital meningkatkan minat konsumen pada produk kecantikan lokal. Media digital berperan penting dalam mempromosikan produk lokal. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan keadaan dengan angka, data sekunder, dan analisis statistik. Penelitian ini menggunakan Brand24 sebagai alat analisisnya, dengan mengukur performa media digital. Performa Brand Wardah dan Brand Somethinc dalam pasar kosmetik lokal meningkat berkat media digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Wardah lebih efektif dalam mencapai tujuan pemasaran dengan jangkauan media sosial dan non-media sosial yang lebih tinggi serta nilai AVE yang signifikan. Brand Somethinc memerlukan perbaikan konten di media sosial untuk meningkatkan performa. Evaluasi dan adaptasi tren media digital penting untuk bersaing di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: Brand24, media digital, media sosial non media sosial

ABSTRACT

PERAN MEDIA DIGITAL BAGI PENINGKATAN PERFORMA PRODUK INDUSTRI KOSMETIK LOKAL : KAJIAN KOMPARATIF WARDAH DAN SOMETHINC

Fransisca Anastasia Darmawan

182314041

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

Technology and the Covid-19 pandemic are accelerating the growth of the beauty industry in Indonesia. Digital platforms increase consumer interest in local beauty products. Digital media plays an important role in promoting local products. This research is descriptive quantitative in nature and uses descriptive methods to describe the situation with numbers data, secondary data and statistical analysis. This research uses Brand24 as an analytical tool, by measuring digital media performance. The performance of the Wardah Brand and Somethinc Brand in the local cosmetics market has increased thanks to digital media. The results of this research show that the Wardah Brand is more effective in achieving marketing goals with higher social media and non-social media reach and a significant AVE value. Brand Somethinc needs to improve content on social media to improve performance. Evaluating and adapting digital media trends is important to compete in a competitive market.

Keywords: Brand24, digital media, non-social media