

Analisis Strategi Konten Pemasaran di TikTok: Studi Kasus dari Merek Skincare @camillebeauty_official

Oleh :

Dharanisya Dzakirah Yuliono

212022000061

Dosen Pembimbing :

Ainur Rochmaniah M.Si S.Sos

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pendahuluan



Dalam artikel ini, penulis akan melakukan analisis konten pemasaran yang digunakan oleh merek skincare ini di TikTok, serta studi kasus dari merek skincare Camille beauty. Pembahasan akan mencakup strategi konten yang digunakan oleh @camillebeauty_oficial, dampak dari konten tersebut terhadap penjualan produk, dan faktor-faktor lain yang membuat merek ini sukses dalam memanfaatkan platform TikTok sebagai sarana pemasaran.

Pendahuluan

Camille Beauty adalah sebuah perusahaan startup yang fokus pada produk-produk kecantikan. Didirikan pada tahun 2018 oleh Nadya Shavira, perusahaan ini memulai debutnya dengan meluncurkan produk masker organik yang telah disertifikasi oleh BPOM. Namun sekarang sudah berkembang dengan perilsan produk baru mereka yaitu skincare seperti facemist, moisturizer, serum, facial wash dan toner. Camille beauty memanfaatkan digital marketing seperti aplikasi Tiktok dalam memaksimalkan pemasaran dan mengembangkan usahanya. @camillebeauty_oficial adalah merek skincare yang fokus pada produk-produk perawatan kulit yang ramah lingkungan dan terbuat dari bahan alami. Dengan menjual produk skincare yang berkualitas dan aman digunakan, mereka telah berhasil menarik minat banyak pengguna TikTok, terutama kalangan generasi muda yang peduli dengan keberlanjutan lingkungan. Dalam upaya memasarkan produk mereka, @camillebeauty_oficial menggunakan berbagai jenis konten yang menarik, informatif, dan interaktif.

Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat

Rumusan Masalah

Mengetahui apa saja factor-factor yang membuat suksesnya pemasaran digital skincare Camille Beauty

Apakah Camille Beauty mampu beradaptasi dengan zaman digital yang dinamis ini

Tujuan

Mengevaluasi strategi konten pemasaran merek skincare Camille Beauty di TikTok

Mengetahui strategi konten pemasaran skincare Camille Beauty

Manfaat

Untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap dari situasi yang sedang dianalisis mengenai strategi yang digunakan oleh brand skincare Camille Beauty

Untuk memberikan inspirasi untuk brand lain dan meningkatkan potensi pemasaran kepada pebisnis dari penjualan produk dan brand awareness kepada pelanggan

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

- Dalam penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan melakukan pengumpulan data wawancara dan studi kasus terhadap objek penelitian.

Teknik Pengumpulan data

- Penelitian lapangan(field research)
- Observasi
- Wawancara

Informan Penelitian

- Pengguna skincare brand Camille Beauty dari berbagai kota

Sumber Data

- Jurnal
- Situs resmi pada internet
- Data rekaman wawancara

Pembahasan

TikTok

Camille Beauty telah berhasil mengoptimalkan platform TikTok sebagai media pemasaran digital untuk mempromosikan produk skincare mereka.

Strategi

Dari iklan, testimoni, diskon, penggunaan hashtag, hingga promosi bundling skincare, semuanya menjadi bagian dari strategi pemasaran yang telah membawa kesuksesan bagi merek Camille Beauty di platform TikTok.

Pemasaran Digital

Pemasaran dalam media sosial merupakan strategi pemasaran yang efektif dengan menggunakan teknik seperti hashtag, promosi, diskon, iklan, dan promo.

Konten Pemasaran

Karakteristik konten yang sukses dalam pemasaran digital meliputi konsistensi, originalitas, relevansi, pemakaian gambar, dan penempatan sosial. Jenis konten yang berbeda memiliki pengaruh yang berbeda terhadap engagement pengguna, dengan video cenderung mendapatkan komentar lebih banyak daripada tulisan atau gambar

TikTok

- TikTok adalah platform media sosial untuk mengunggah video berdurasi sekitar 15 hingga 60 detik. Video ini biasanya berisi musik dan dialog. TikTok memiliki banyak fitur menarik, dengan membuat konten video kreatif dan pemasar juga bisa menggunakan TikTok untuk membuat iklan terkait produk atau jasa yang ingin mereka tawarkan.

Strategi

- Sarana dalam proses mencari informasi yang melibatkan interaksi berbagai pihak baik individu maupun kelompok dengan tujuan dapat mengkomunikasikan ide baru lebih mudah

pembahasan

Pemasaran Digital

- Pemasaran digital merupakan teknologi media berbasis internet yang mendukung kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan konsumen dan memperluas pengetahuan konsumen (Chaffey & Smith, 2017).

Konten Pemasaran

- Konten pemasaran (content marketing) sangat penting, mengingat konten pemasaran merupakan salah satu strategi marketing yang semakin populer dan banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan.

Kesimpulan

Skincare camille beauty mempunyai konten yang berisi iklan, testimoni, hastag, diskon, dan promo. Dari analisis konten yang dilakukan dari 15 postingan akun TikTok @camillebeauty_oficial menemukan beberapa teknik pemasaran yang digunakan termasuk iklan, testimoni, diskon, penggunaan hashtag, dan promosi.

Iklan digunakan sebagai cara untuk mengelola pemasaran digital, dengan menggunakan teknik persuasif seperti menampilkan produk secara langsung oleh pemilik akun.

Testimoni dari pelanggan juga memberikan kontribusi penting dalam membangun reputasi merek. Selain itu, pemberian diskon dianggap penting karena dapat memengaruhi minat pembelian konsumen.

Hashtag digunakan untuk memperluas jangkauan pengguna dan mempermudah pencarian konten. Promo bundling juga digunakan sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, pemasaran melalui pendekatan personal dengan memanfaatkan testimonial dari pengguna produk juga efektif dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap merek.

