

ABSTRAK

ASPEK - ASPEK DIVERSITY MARKETING PADA KONTEN KAMPANYE BRAND KECANTIKAN DI INSTAGRAM

(Analisis Isi Kuantitatif pada Komparasi Campaign Brand *BLP Beauty* “#BeAdored dan *DearMe Beauty* #BeautyBeyondLabels Periode Januari – Desember 2023)

Rifna Sofwatun Nada.¹⁾, Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

BLP Beauty dan DearMe Beauty merupakan *brand* kecantikan asal Indonesia yang mengangkat tema keberagaman dalam memasarkan produk mereka melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan BLP Beauty dan Dearme Beauty untuk penyebaran informasi aspek keberagaman adalah Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek diversity marketing pada kampanye pemasaran digital BLP Beauty dan DearMe Beauty pada instagram. Penelitian ini menggunakan paradigma positifis dengan metode analisis isi kuantitatif. Konsep-konsep utama dalam penelitian antara lain *diveristy marketing*, *digital marketing*, jenis konten dan bentuk pesan. Hasil dari penelitian ini *diversity marketing* yang menonjol pada kedua *brand* yaitu aspek gender dan aspek *appearance*. Aspek gender menonjol dalam konten BLP Beauty yakni sebesar 75%, hal ini terkait dengan pesan BLP Beauty bahwa kecantikan merupakan hak bagi semua orang. Pada DearMe Beauty aspek yang dominan muncul adalah aspek *appearance* yakni 77%, hal ini terkait dengan visual yang menggunakan model wanita dan pria serta pesan DearMe Beauty bahwa *beauty is universal*. Jenis konten kedua *brand* yang utama ialah jenis konten *reels*, dengan persentase pada konten BLP Beauty sebesar 64% dan DearMe Beauty 58%, hal ini terkait dengan ketertarikan tinggi pada konten visual yang menarik dan interaktif. Bentuk pesan yang menonjol pada kedua *brand* yaitu informatif, persentase pada konten BLP Beauty sebesar 67% dan DearMe Beauty sebesar 68%, hal ini terkait dengan keinginan kedua *brand* untuk menarik perhatian audiens yang mencari informasi dan fakta seputar produk kecantikan. Dapat disimpulkan kedua *brand* menggunakan aspek-aspek *diversity marketing* yaitu gender, ras, *personal habit* dan *appearance*. Jenis konten yang disajikan yaitu *carousel* dan *reels*. Bentuk pesan yang dikemas yaitu informatif dan persuasif, sesuai dengan tujuan kedua *brand* yang mendukung keberagaman dalam konteks kecantikan di indonesia.

Kata kunci: Diversity Marketing, *BLP Beauty*, *Dearme Beauty*, Kampanye Digital, Instagram

Pustaka : 21

Tahun Publikasi : 2013 - 2023