



ABSTRAK

Di era digital, penggunaan pemasaran digital melalui media sosial khususnya Instagram dapat sangat menguntungkan bagi sebuah merek atau perusahaan. Konten media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek, sehingga akan terjadi komunikasi pemasaran antara pengguna Instagram dengan merek. Proyek akhir ini bertujuan untuk menganalisis konten akun Instagram Avoskin menggunakan teori AISAS Model sehingga dapat diketahui proses komunikasi pemasaran yang terjadi antara pengguna Instagram dengan merek atau perusahaan melalui Instagram tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam proyek akhir ini adalah kualitatif. Dalam proses analisis, data yang dibutuhkan diperoleh dari observasi dan studi pustaka. Data yang dianalisis berasal dari observasi pada konten Instagram Avoskin yang diunggah selama 6 bulan mulai tanggal 1 Januari 2023 hingga tanggal 30 Juni 2023. Studi pustaka bertujuan untuk memperoleh teori dan referensi yang berasal dari e-book, jurnal, media massa serta media sosial. Sebagai merek kecantikan lokal yang baru saja merintis, Avoskin menggunakan media sosial khususnya Instagram sebagai salah satu metode pemasaran digital untuk membangun kesadaran merek. Hasil dari analisis membuktikan bahwa konten yang dibuat oleh Avoskin dapat menarik audience sesuai dengan teori komunikasi pemasaran AISAS Model. Attention element terlihat dari konten-konten yang dibuat oleh Avoskin. Dalam hal ini Avoskin menerapkan strategi marketing untuk menarik perhatian pengguna Instagram, seperti contohnya penggunaan Instagram Ads, duta merek, konten mengenai pengetahuan bahan-bahan, permainan dan momen tertentu. Sedangkan Interest, Search, Action dan Share element dapat terlihat dari respon audience terhadap Attention yang sudah dibuat oleh Avoskin khususnya dari akun instagramnya.

Kata kunci: AISAS, Avoskin, Analisis Konten, Instagram, Merk Kecantikan



ABSTRACT

In the digital era, the use of digital marketing through social media especially Instagram, can be very profitable for a brand or company. Social media content can increase brand awareness, so marketing communication will occur between Instagram users and brand. This final project aims to analyze the content of Avoskin's Instagram account using the AISAS Model theory. The research method used in this final project is qualitative. In the analysis process, the required data is obtained from observation and literature study. The data analyzed came from observations on Avoskin's Instagram content uploaded for six months, starting from January 1, 2023 to June 30, 2023. The literature study aims to obtain theories and references observed from e-books, journals, mass media and social media. As a local beauty brand that has just started, Avoskin uses social media, especially Instagram, as a digital marketing method to build brand awareness. The results of the analysis prove that the content created by Avoskin can attract an audience according to the AISAS Model of marketing communication theory. The Attention element can be seen from the content created by Avoskin. In this case, Avoskin applies a marketing strategy to attract the attention of Instagram users, for example the use of Instagram Ads, brand ambassador, the content about ingredient knowledge, game and certain moment. Meanwhile Interest, Search, Action and Share elements can be seen from the audience's response to the Attention that has been made by Avoskin, especially from its Instagram account.

Keywords: AISAS, Avoskin, Content Analysis, Instagram, Beauty Brand