

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul komunikasi pemasaran digital dalam konten produk body lotion pada akun Instagram @ratuarab.co.id yang bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran digital dalam konten produk body lotion Ratu Arab pada akun Instagram @ratuarab.co.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data utama yang dikumpulkan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling dengan informan utamanya yaitu owner produk body lotion Ratu Arab dan dengan informan pendukungnya yaitu Nurul Akhmalia dan Fildzaini Putri Nakita sebagai konsumen pengguna produk body lotion Ratu Arab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @ratuarab.co.id menerapkan model AIDA dalam melakukan komunikasi pemasaran yaitu Attention berupa melibatkan influencer, Interest berupa promo, giveaway, quiz, dan caption, Desire berupa testimoni dan yang terakhir adalah Action berupa tindakan keputusan dalam membeli produk body lotion Ratu Arab.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran digital, Produk body lotion, Ratu Arab

ABSTRACT

This research is entitled digital marketing communication in the content of body lotion products on the Instagram account @ratuarab.co.id which aims to find out digital marketing communication in the content of Ratu Arab's body lotion products on the @ratuarab.co.id Instagram account. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. The main data collected are observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling technique with the main informant, namely the owner of Ratu Arab body lotion products and with supporting informants, namely Nurul Akhmalia and Fildzaini Putri Nakita as consumers who use Ratu Arab body lotion products. The results of this study indicate that the Instagram account @ratuarab.co.id applies the AIDA model in conducting marketing communication, namely Attention in the form of involving influencers, Interest in the form of promos, giveaways, quizzes, and captions, Desire in the form of testimonials and the last is Action in the form of decision action in buying Ratu Arab body lotion products.

Keywords: Digital marketing communications, body lotion products, Arabian Queen