

ABSTRAK

Banyaknya pengguna aktif media sosial di Indonesia memanfaatkan peluang sebagai media pemasaran. Salah satunya melalui aplikasi Tiktok di mana aplikasi tersebut menjadi media yang tepat dalam strategi pemasaran. Terdapat permasalahan pada merek Dear Me Beauty terhadap citra merek yang pernah memiliki skandal pada tahun 2020 lalu karena komentar yang menyinggung masyarakat Indonesia melalui aplikasi Tiktok. Hal ini akan mempengaruhi citra merek yang buruk dan dapat mempengaruhi minat beli pelanggan. Merek Dear Me Beauty yang sempat melonjak karena memiliki produk yang baik membuat pelanggan mengurungkan niat untuk membeli karena jejak digital yang buruk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh pemasaran media sosial yang berupa konten Tiktok terhadap pembentukan citra merek pada merek Dear Me Beauty. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu dimensi dari social media marketing yakni kreasi konten, penyebaran konten, koneksi, dan pembangunan komunitas serta variabel terikat yaitu citra merek.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian kausal. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui google form dengan jumlah responden sebanyak 400. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling tipe purposive sampling. Penelitian dilakukan dengan teknik analisis linier regresi berganda dan analisis deskriptif dengan pendekatan asosiatif.

Hasil penelitian ini didapatkan dari banyaknya 400 responden yang menghasilkan bahwa pemasaran media sosial pada aplikasi Tiktok ini sangat berpengaruh terhadap pembentukan citra merek pada produk Dear Me Beauty terutama pada variabel penyebaran konten pada media sosial Tiktok.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat mengkaji lebih dalam lagi terkait faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pembentukan citra merek. Bagi Dear Me Beauty diharapkan dapat menjadi pertimbangan unik selalu meningkatkan kualitas iklan Tiktok untuk menarik perhatian konsumen dan selalu konsisten terhadap sistem penjualan dengan baik untuk memperbaiki kinerja yang dianggap belum memuaskan.

Kata Kunci: Citra Merek, Iklan, Kreasi Konten, Koneksi, Niat Beli, Pemasaran, Pemasaran Media Sosial, Pembangunan Komunitas, Penyebaran Konten, Tiktok