

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pertumbuhan industri kecantikan dipastikan akan terus meningkat, didukung dengan data pendapatan industri kecantikan di tahun 2022 yang meningkat sebanyak 15,07% dari tahun 2020. Hal tersebut juga memberikan dampak kepada persaingan yang semakin ketat dikarenakan meningkatnya jumlah merek kecantikan lokal secara pesat. Dengan begitu, jumlah kompetitor dipastikan akan terus meningkat di setiap tahunnya dan semakin sulit untuk membentuk loyalitas dari konsumen. Setelah melakukan survei kepada pihak internal dan juga eksternal, berhasil diidentifikasi masalah prioritas dari merek kecantikan lokal SASC yaitu permasalahan performa produk SASC yang tidak memuaskan. Dalam mencari penyebab dari masalah perusahaan SASC, dilakukannya menggunakan analisis *fishbone* dan mendapatkan potensi akar penyebab yaitu tidak adanya *role model*. Dalam tugas akhir ini akan menggunakan beberapa pendekatan teori yaitu piramida resonansi merek, dengan tujuan untuk meningkatkan tahapan resonansi konsumen SASC hingga pada tahapan *performance*. Untuk mencapai tingkatan tersebut, dilakukannya saran dengan menjalankan kampanye bersama *role model*. Maka dari itu digunakannya pendekatan *integrated marketing communication mix* dan *parasocial relationship*. Pendekatan teori tersebut diimplementasikan dalam menentukan solusi dari masalah, yaitu dengan melakukan *market penetration* melalui kampanye *Own Your Glow* bersama *role model* yang merupakan seorang *mega influencer*, yaitu Jennifer Bachdim, dengan tujuan meningkatkan performa produk melalui *relaunch* lini produk baru yaitu SASC SMART Skincare. Solusi tersebut telah dilakukan kurang lebih empat bulan selama *project improvement* berlangsung, yang melewati beberapa rangkaian aktivitas dan evaluasi hasil dari implementasi yang akan dijelaskan secara terperinci melalui tugas akhir ini.

EXECUTIVE SUMMARY

The growth of the beauty industry will certainly continue to increase, supported by data on beauty industry revenue in 2022 which increased by 15.07% from 2020. This also has an impact on the increasingly fierce competition due to the rapidly increasing number of local beauty brands. Thus, the number of competitors will certainly continue to increase every year and it will be more challenging to form loyalty from customers. After conducting surveys to internal and external parties, it was successfully identified that the priority problem of the local beauty brand, SASC, was identified, namely the issue of unsatisfactory product performance of SASC. In finding the cause of the SASC company's problem, a fishbone analysis was conducted and the potential root cause was found to be the absence of a role model. In this final project, we will use several theoretical approaches, namely the brand resonance pyramid, with the aim of increasing the resonance stage of SASC consumers to the performance stage. To achieve this level, suggestions are made by running a campaign with a role model. Therefore, the integrated marketing communication mix and parasocial relationship approaches were used. The theoretical approach is implemented in determining the solution to the problem, namely by conducting market penetration through the Own Your Glow campaign with a role model who is a mega influencer, namely Jennifer Bachdim, with the aim of improving product performance by relaunching new product line, SASC SMART Skincare. The solution has been implemented for approximately four months during the improvement project, which went through a series of activities and evaluation of the results of the implementation which will be further explained through this final project.