

ABSTRAK

**EFEKTIVITAS MEDIA DIGITAL
SEBAGAI NILAI IKLAN KOSMETIK: KAJIAN KOMPARATIF
ELS BEAUTY DAN SUDUT CANTIK**

Maureenca Lidia Citraningtiar
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
182314016

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) efektivitas penggunaan media digital sebagai nilai iklan kosmetik dalam meningkatkan kinerja bagi toko Els Beauty dan Sudut Cantik (2) perbedaan dalam penggunaan media digital antara toko Els Beauty dan Sudut Cantik dalam meningkatkan kinerja kedua agen kosmetik. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapatkan melalui Brand 24 secara *online* melalui *website*.

Hasil penelitian menunjukkan Sudut Cantik memiliki nilai *Advertising Value Equivalent* (AVE) yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan nilai AVE sebesar \$2.565 Interaksi yang lebih tinggi pada media sosial oleh Sudut Cantik menjadi indikator keberhasilan kampanye iklan mereka dan membantu mengevaluasi tingkat efektivitasnya. Sudut Cantik telah berhasil mengoptimalkan penggunaan media digital sebagai nilai iklan dengan jangkauan yang lebih luas, nilai AVE yang tinggi, dan pencapaian tujuan pemasaran yang baik.

Kata Kunci: Brand24, media sosial, non media sosial

ABSTRACT

**THE EFFECTIVENESS OF DIGITAL MEDIA
AS A COSMETIC ADVERTISING VALUE: A COMPARATIVE STUDY
ELS BEAUTY AND SUDUT CANTIK**

Maureenca Lidia Citraningtiar
Sanata Dharma University
Yogyakarta
182314016

This study aims to determine: (1) the effectiveness of using digital media as a cosmetic advertising value in improving the performance of Els Beauty and Sudut Cantik stores (2) the difference in the use of digital media between Els Beauty and Sudut Cantik stores in improving the performance of both cosmetic agents. This type of research is a descriptive quantitative research. The data source in this research is secondary data obtained through Brand 24 online through the website..

The results showed that Sudut Cantik has a high Advertising Value Equivalent (AVE) value. This is shown by the AVE value of \$2.565 Higher interaction on social media by Sudut Cantik is an indicator of the success of their advertising campaign and helps evaluate the level of effectiveness. Sudut Cantik has successfully optimized the use of digital media as advertising value with a wider reach, high AVE value, and good achievement of marketing objectives..

Keywords: Brand24, social media, non-social media



