

# REBEL TOGETHER SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MADFORMAKEUP DI TENGAH PANDEMI COVID 19

## ABSTRAK

**Abstract:** *The appearance of virus covid-19 pandemic has made businesses change their marketing communication strategic ways to survive in the midst of this pandemic including makeup companies like Madformakeup. One of the strategies used by Madfromakeup is planning a good and effective digital marketing communication strategy, by implementing customer engagement through the Rebel Together program. This study aims to determine the digital marketing communication strategy adopted by Madformakeup in increasing sales during the covid-19 pandemic. The method that researcher used is a qualitative method with the type of descriptive research. The results of this study are that Madformakeup implemented a digital marketing communication strategy during the covid-19 pandemic so well and effectively through the STP and IMC concepts. So as to produce a digital marketing communication strategy that can be accepted by the public, especially customers from Madormakeup. Researchers collected data by interviews, observation and documentation in the form of photos.*

**Keywords:** *communication strategy of digital marketing, customer engagement, integrated marketing communication.*

**Abstrak:** *Adanya pandemi covid-19 ini menimbulkan perubahan strategi komunikasi pemasaran bagi para pelaku bisnis untuk tetap bertahan di tengah pandemi, termasuk perusahaan makeup yaitu Madformakeup. Salah satu strategi yang digunakan Madfromakeup adalah perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital yang baik dan efektif, dengan menerapkan customer engagement melalui program Rebel Together. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh Madformakeup dalam meningkatkan penjualan selama pandemic covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitan deskriptif. Hasil penelitian ini adalah bahwa Madformakeup menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital selama pandemi covid-19 ini dengan baik dan efektif melalui konsep STP dan IMC sehingga menghasilkan strategi komunikasi pemasaran digital yang dapat di terima oleh customer Madormakeup. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi berupa foto*

**Kata Kunci:** *strategi komunikasi pemasaran digital, keterlibatan pelanggan, komunikasi pemasaran terpadu*