

# Pengaruh Promosi Shopee Menggunakan Teknologi Baru Beautycam Terhadap Gaya Hidup Pecinta Kosmetik

Yenni Fransiska, Diah Ayu Candraningrum  
[yennefr@gmail.com](mailto:yennefr@gmail.com), [diahc@fikom.untar.ac.id](mailto:diahc@fikom.untar.ac.id)

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

## **Abstract**

*People in Indonesia lifestyle is now highly developed as technology. The presence of beautycam features as a virtual tool for makeup testing is one of the latest innovations from the Shopee application. Shopee utilizes this feature for interactive makeup sessions for Shopee users throughout Indonesia. This interactive feature is called Augment Reality. This innovation is a new thing that was launched by Shopee promotion. Through this innovation users can use cell phones virtually to try various beauty products wherever and whenever. Seeing the new technology released by Shopee is one way makeup lovers save time in shopping. In this study using quantitative techniques and methods used in the form of surveys. The observation unit is the Hello beauty community which is a cosmetics lover community in Indonesia. The total questionnaire collected was 100 respondents related to this study. Data analysis using SPSS (Statistical Package for the Social Science) for Windows 23. Based on the results of research that has been done there is a strong influence between the promotion of Shpee using Beautycam with the lifestyle of cosmetics lovers.*

*Keywords: lifestyle, Augment Reality, Promotions*

## **Abstrak**

Gaya hidup pada masyarakat di Indonesia saat ini sudah sangat berkembang seiring berkembangnya teknologi. Kehadiran fitur beautycam sebagai alat virtual uji coba make up yang menjadi salah satu inovasi terbaru dari aplikasi shopee. Shopee memanfaatkan fitur tersebut untuk sesi make up interaktif bagi pengguna Shopee diseluruh Indonesia. Fitur interaktif ini disebut dengan *Augment Reality*. Inovasi ini adalah hal baru yang diluncurkan oleh Shopee dengan cara melakukan promosi. Melalui inovasi ini pengguna dapat menggunakan telepon genggam secara virtual untuk mencoba berbagai produk kecantikan dimana pun dan kapanpun. Melihat adanya teknologi baru yang dikeluarkan oleh Shopee adalah salah satu cara pencinta make up menghemat waktu dalam berbelanja. Dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif serta metode yang digunakan berupa survey. Unit observasinya adalah komunitas Hello beauty yang merupakan komunitas pecinta kosmetik di Indonesia. Total kuisisioner yang terkumpul sebanyak 100 responden yang berkaitan dengan penelitian ini. Analisis data menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) untuk windows 23. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat pengaruh yang kuat antara promosi Shpee menggunakan beautycam dengan gaya hidup pecinta kosmetik.

Kata Kunci: Gaya Hidup, *Augment Reality*, Promosi