

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jaman yang semakin pesat memunculkan banyak temuan-temuan baru, salah satunya adalah teknologi. Perkembangan teknologi tidak terlepas dari semakin bertumbuhnya kebutuhan manusia di bumi. Teknologi memberikan kemudahan bagi manusia untuk menyelesaikan pekerjaannya, tak terkecuali dalam berkomunikasi. Munculnya alat-alat komunikasi seperti smartphone memudahkan kita dalam berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa saja dan dimana saja. Aplikasi-aplikasi yang ada di smartphone dapat dimanfaatkan sebagai media untuk bertukar informasi dan berkomunikasi, hal inilah yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan komunikasi pemasaran.

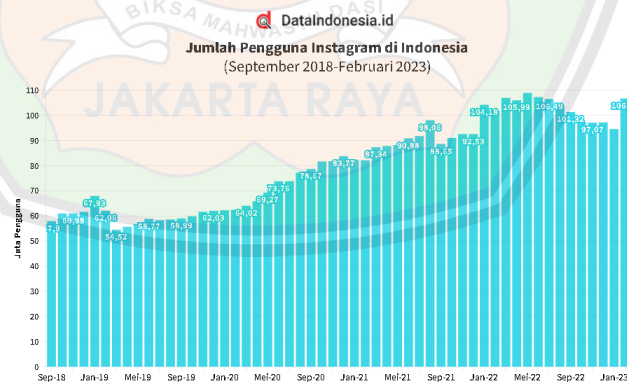
Media Sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Sosial media menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2016:11) adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, social media dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Menurut Chris Heuer dalam buku Solis (2010) terdapat 4 indikator untuk mengukur pengaruh social media sebagai metode pemasaran atau yang lebih dikenal dengan 4C untuk menghasilkan komunikasi yang efektif sebagai sarana promosi yang terdiri dari *Context* (konteks), *Communication* (komunikasi), *Collaboration* (kolaborasi), *Connection* (koneksi).

Saat ini di era teknologi yang semakin maju, aktivitas promosi melalui komunikasi pemasaran lebih dijangkau dengan menggunakan internet yaitu pemasaran interaktif dimana penggunaan teknologi informasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara perusahaan dengan pelanggan maupun calon pembeli. Sehingga komunikasi interaktif dengan mudah lebih dapat menjangkau audiens dan komunikasi semakin efektif terutama dalam menjangkau respon konsumen. Untuk

menjangkau respon konsumen dapat digunakan dengan komunikasi melalui media sosial Instagram.

Instagram sebuah aplikasi yang memungkinkan pgunanya untuk berbagi foto dan video. Aplikasi Instagram ini membuat banyak diminati berbagai kalangan. Baik untuk berbagi informasi sehari-hari maupun untuk bisnis. Selain itu, komunikasi pemasaran juga berkontribusi dalam ekuitas merek dengan menanamkan merek di dalam ingatan konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi pemasaran juga membutuhkan media komunikasi dalam proses komunikasi pemasaran, salah satunya melalui media sosial (Almadina et al., 2023).

Instagram menjadi salah satu media yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang. Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Februari 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,9% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 94,54 juta pengguna. Jika dibandingkan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 4,9%. Pada Februari 2022, jumlah pengguna Instagram di dalam negeri tercatat sebanyak 101,76 juta pengguna.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia
Sumber: dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram tahun 2023

Adapun, pengguna Instagram didominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 53%. Sementara, persentase pengguna Instagram di Indonesia yang berjenis

kelamin laki-laki sebesar 47%. Dari usianya, 37,8% pengguna Instagram di dalam negeri berada di kelompok umur 18-24 tahun. Sebanyak 29,7% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 25-34 tahun. Sebanyak 12,2% pengguna Instagram di Indonesia yang berusia 13-17 tahun. Kemudian, 12,6% pengguna Instagram di Indonesia berada di kelompok umur 35-44 tahun. Persentase pengguna Instagram di Indonesia yang berusia 45-54 tahun sebanyak 4,9%. Sisanya berada di kelompok umur 55 tahun ke atas.

Kelebihan instagram dari media sosial lainnya adalah gratis, banyak penggunanya, mudah dioperasikan, dapat terkoneksi dengan media sosial lain. Mudah untuk promosi dengan berbagai cara yang mudah seperti memanfaatkan jasa menggunakan *hashtag*, *instagram ads*, ataupun *paid promote*. Media utama berupa foto atau gambar instagram memberikan kualitas serta tampilan foto yang baik, sehingga sangat cocok dijadikan sarana promosi yang pada umumnya mengandalkan foto produk. Saat ini fungsi instagram tidak hanya untuk berbagi foto untuk teman dan keluarga, tetapi juga telah bergeser sebagai media komunitas bisnis. Salah satunya adalah PT Martina Berto. Industri produk kecantikan merupakan industri yang cukup menjanjikan. Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk kebutuhan dan keinginan manusia, terutama pada perempuan yang ingin lebih cantik dan menarik. Ini menjadikan persaingan dalam bisnis usaha kosmetik semakin ketat. Setiap pelaku usaha harus mampu mempersiapkan berbagai strategi promosi produk agar bisa bersaing dan mempertahankan produk dalam persaingan.

PT. Martina Berto Tbk memperoleh sembilan brand kosmetik dan satu brand produk jamu untuk portofolionya sehingga dapat melayani berbagai segmen pasar jamu dan kosmetik. Diantaranya PAC Martha Tilaar, Sariayu Martha Tilaar, Biokos Martha Tilaar, Mirabella Martha Tilaar, Belia Martha Tilaar, Caring Colour Martha Tilaar, Cempaka Martha Tilaar, Dewi Sri Spa, Martha Tilaar, Rudi Hadisuwarno. Untuk produk jamu adalah Jamu Garden MarthaTilaar. Salah satu brand dari PT. Martina Berto Tbk adalah Sariayu Martha Tilaar. Sariayu Merupakan merek kosmetik yang terkenal selama 50 tahun silam. Sariayu Martha Tilaar memiliki visi mengangkat kearifan dan kekayaan Indonesia, yang hingga kini dengan ciri khasnya mengeluarkan

banyak trend warna setiap tahunnya, dengan konsisten pada tema paduan antara warna trend dunia dengan mengangkat kekayaan alam dan budaya Indonesia.

Martha Tilaar Group merupakan sebuah perusahaan kosmetika terkemuka yang memproduksi dan menyediakan produk kecantikan yang inovatif dan berkualitas tinggi. Dengan produk-produk berskala luas yang berada di bawah payung Martha Tilaar, perusahaan ini menawarkan rangkaian produk kecantikan yang dapat menjadi pilihan setiap wanita dari segala kelompok usia dan penghasilan. Selain menciptakan produk-produk perawatan kecantikan yang memanfaatkan bahan-bahan herbal tradisional Indonesia dan ekstrak tanaman alami lainnya, Martha Tilaar Group juga memproduksi produk-produk perawatan wajah, perawatan tubuh, make up dekoratif, dan produk-produk perawatan rambut untuk wanita modern

Pada tahun 2019 PT. Martina Berto Tbk memaksimalkan bisnisnya dengan memanfaatkan media digital. Dalam berstrategi digital, PT. Martina Berto Tbk telah memperkuat asset digital baik dari segi website, sosial media, youtube dan memanfaatkan kekuatan masing-masing platform atau dengan kata lain omni digital channel. Langkah ini pun juga dilakukan untuk brand Sariayu Martha Tilaar sebagai bagian dari strategi bisnis yang dilakukan Sariayu Martha Tilaar untuk dapat bersaing di ranah digital marketing. Sariayu Martha Tilaar fokus campaign melalui saluran digital. Salah satunya adalah melalui media promosi yang digunakan Sariayu adalah instagram.

PT. Martina Berto memanfaatkan instagram dengan banyak fungsi menjadi tempat yang menjanjikan untuk persuasi, mengedukasi, dan mempromosikan produknya berupa trend kecantikan kosmetik. Salah satu produk kosmetik PT Martina Berto yang di tawarkan adalah produk Sariayu dengan nama akun sariayu_mt yang sudah terverifikasi oleh instagram. Dalam mempromosikannya Sariayu menggunakan bentuk foto maupun video untuk menarik minat masyarakat pengguna instagram terhadap produk Sariayu. Sariayu juga memudahkan konsumennya untuk melihat produk, keterangan produk serta manfaat produk untuk kebutuhan dalam merawat wajah dan tubuh. Selain itu konsumen juga dapat langsung bertanya mengenai manfaat lain atau harga produk di kolom komentar dalam sebuah foto/video produk yang

diminati. Sampai sekarang pada tanggal 16 Oktober 2021 akun Sariayu memiliki jumlah pengikut diinstagram sebanyak 212 ribu. Dengan jumlah postingan sebanyak 3.353.



Gambar 1.2 Akun Instagram Sariayu
Sumber : www.instagram.com/sariayu_mt

Instagram memberikan banyak fasilitas atau fitur dalam hal promosi. Misal seperti *ads* atau iklan yang akan muncul di *story* Instagram ataupun di *home bottom*. Ada juga fitur Instagram *shop*, dimana pengusaha atau pebisnis dapat mempromosikan produknya lewat foto serta dapat memasukan harga produk dan dapat membeli langsung produk tersebut di Instagram *shop*. Selain fitur-fitur tadi ada juga kegiatan promosi yang dilakukan Instagram seperti endorse, yaitu kegiatan promosi yang dilakukan oleh seseorang engan konten yang dia buat sendiri. Lalu ada *paid promote*, sama seperti *endorse* amun bedanya *paid promote* hanya membagikan postingan atau konten yang dibuat oleh admin dari produk tersebut. Melakukan kegiatan promosi di Instagram juga sedang giat di lakukan oleh produk Sariayu.

Fenemona yang terjadi saat ini para wanita berlomba-lomba merawat diri serta kecantikannya dengan berbagai cara dan berbagai produk-produk yang ditawarkan di pasaran. Maraknya penggunaan produk kecantikan menjadikan ini sebagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Kecantikan merupakan salah satu asset bagi wanita. Oleh karena itu wanita harus mampu menjaga dan merawat dari ujung kepala hingga ujung kaki. Alat kosmetik merupakan salah satu topik yang banyak di perbincangkan dalam kehidupan masyarakat yang modern ini. Dengan alat kosmetik mampu membuat para wanita tampil lebih cantik dan percaya diri dengan polesan beberapa alat kosmetik

yang digunakan pada wajah dan tubuhnya.

Tentu saja ini membawa dampak positif bagi perusahaan yang memproduksi alat-alat kosmetik, seiring berjalannya waktu banyak produk-produk kecantikan yang bermunculan sehingga persaingan antar sesama tidak terelakkan lagi. Akibatnya untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pelanggan tetap harus melakukan promosi yang mudah dan semua orang akan menjangkaunya. Permasalahannya banyak merk kosmetik bermunculan dengan masing-masing kelebihanannya. Inovasi dan promosi gencar dilakukan untuk menarik minat konsumen. Ada kosmetik yang tidak berbahaya dan ada juga yang berbahaya. Kosmetik yang tidak berbahaya adalah kosmetik yang alami atau herbal. Selain kosmetik yang alami, ada juga kosmetik yang tidak alami atau kosmetik yang di dalamnya sudah tercampur bahan kimia.

Penggolongan kosmetik saat ini beragam terdapat beberapa macam jenis kosmetik. Kosmetik untuk perawatan kulit seperti *sunscreen* yang berguna untuk menjaga kulit dari paparan sinar matahari, *facial wash* yang berfungsi untuk membersihkan kotoran dan debu, *toner* yang berfungsi mengembalikan PH wajah, *lotion* berfungsi untuk melembabkan kulit agar tetap terawat dan *sheet mask* yang memiliki ragam fungsi untuk Kesehatan kulit, salah satunya untuk mencerahkan. Kemudian juga terdapat jenis kosmetik untuk merias wajah seperti *cushion* yang berfungsi untuk menutupi noda hitam pada wajah atau bekas jerawat, *foundation* yang berfungsi untuk membuat tampilan muka lebih halus dan warna kulit lebih merata, kemudian *lipstick* yang berfungsi sebagai pemberi warna di bibir agar terlihat lebih segar, serta jenis kosmetik lainnya untuk membuat tampilan fisik seseorang lebih menarik.



Gambar 1.3. VideoReels Instagram
Sumber : www.instagram.com/sariayu_mt

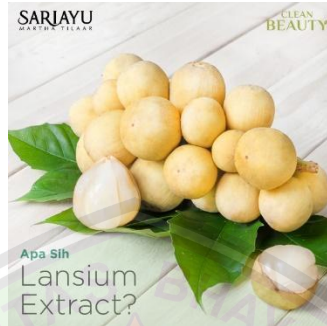
Hadirnya sosok *Influencer* membuat aktivitas *marketing* semakin gencar dilakukan secara digital. *Influencer* diyakini memiliki kekuatan untuk merangsang pengikutnya melakukan pembelian produk tertentu yang dipasarkan melalui platform media sosial. Sariayu tetap menjadikan instagram sebagai media promosi meskipun banyak kompetitor lain juga menggunakan instagram sebagai media promosi produknya adalah karena memudahkan Sariayu memberikan informasi, edukasi, perusasi, kepada calon-calon konsumen sehingga mereka menjadi konsumen tetap. Hal ini dilakukan antara lain dengan cara cermat menentukan materi yang akan disampaikan, yaitu durasi singkat, pilihan bahasa yang tepat, kejelasan pesan yang disampaikan, visual yang menarik, serta selalu menjaga konsistensi value yang diasampaikan Sariayu.



Gambar 1.4. Postingan Instagram Sariayu
Sumber : www.instagram.com/sariayu_mt

Dalam postingan instagram Sariayu memberikan pengetahuan kepada pengunjung instagramnya seperti pada Gambar 1.4 . Memberikan pengertian dan penjelasan untuk mengenali tanda-tanda kulit dehidrasi. Kulit terlihat tidak cerah, terasa kencang seperti ketarik dan kadang terasa gatal terutama setelah mencuci muka. Kulit jadi lebih sensitif, garis-garis lembut tampak lebih nyata dan bersisik. Ini terjadi karena berkurangnya kandungan air pada kulit. Bisa karena efek kafein, kurang asupan air minum, suhu panas atau dingin, kurang tidur, kurangnya kelembapan udara atau paparan sinar

matahari. Kasus bisa terjadi gak hanya pada kulit kering, tapi juga pada kulit normal, kombinasi bahkan berminyak. Jadi kulit dehidrasi bukan termasuk jenis kulit ya, tapi kondisi kulit.



Sumber : www.instagram.com/sariayu_mt
Gambar 1.5. Postingan Bahan Alami Produk Sariayu

Kulit putih bersih menjadi dambaan perempuan, sekarang banyak produk kosmetik saat ini beredar bahannya ada yang alami dan tidak alami. Berbahan kimia seperti hidroquinone lebih cepat merubah kulit menjadi putih dalam waktu cepat dan dengan harga yang tidak terlalu mahal. hal ini menarik banyak perhatian wanita yang ingin merubah penampilan dalam waktu singkat. Beda dengan Sariayu menjual produk dengan bahan alami. dalam postingannya menjelaskan bahan alami agar kulit menjadi putih sehat dan berseri. Dalam postingan tersebut terdapat penjelasan dan manfaat dari buah langsung atau langsep, kokosan, pitisan, *celoring* dan banyak sebutan yang berbeda di tiap daerah. Nama Latinnya *Lansium Parasiticum*, rasanya lebih asam dan kulitnya lebih tipis daripada duku. Buah ini mengandung vitamin C yang cukup tinggi, potasium, serat, dan kalsium. Kita tau bahwa Vitamin C adalah salah satu nutrisi bagi kulit yang dapat membantu menangkalkan radikal bebas berbahaya penyebab kerusakan kulit. Melalui penelitian di Martha Tilaar Innovation Center, Vitamin C dari ekstrak buah langsung ini terpilih sebagai kandungan istimewa pada semua seri skin care Sariayu Bright Skin Putih Langsung.

Media promosi yang akhir-akhir ini sedang marak dan banyak diminati oleh sebagian besar orang karena pertumbuhannya yang cukup pesat serta

mudah digunakan yaitu instagram. Instagram menjadi aplikasi media sosial yang semakin populer sebagai alat komunikasi bisnis. Menurut Tjiptono (2002) mendefinisikan promosi sebagai suatu bentuk aktivitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Giantika, 2019).

Alasan penulis menjadikan produk Sariayu sebagai objek penelitian penulis dikarenakan Sariayu merupakan produk kecantikan asli Indonesia yang sudah ada sejak 50 tahun lamanya. Selain itu Sariayu juga produk yang menggunakan bahan- bahan alami yang aman dan di tanam langsung oleh Martha Tilaar Group. Terbukti dari banyaknya penghargaan yang diperoleh oleh Martha Tilaar Group salah satunya adalah meraih penghargaan brand terbaik untuk wanita musim Indonesia dalam herstry Indonesia *best beauty award* tahun 2021. (Sariayu, 2021)

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan permasalahan maraknya produk kosmetik saat ini dan perlu adanya edukasi bagi para perempuan. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis 4 C Media Sosial Instagram@Sariayu_mt Dalam Memberikan Edukasi Pada Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini Bagaimana Analisis 4 C Media Sosial Instagram@Sariayu_mt Dalam Memberikan Edukasi Pada Konsumen

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penulis menyimpulkan tujuan penelitian untuk mengetahui Analisis 4 C Media Sosial Instagram@Sariayu_mt Dalam Memberikan Edukasi Pada Konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Melalui Penelitian Ini diharapkan dapat menambah Pengetahuan dan Wawasan kepada Mahasiswa/I ilmu Komunikasi dalam Kajian Komunikasi

2. Secara Praktis

- a. Penelitian Ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai analisis 4C media sosial instagram @sariayu_mt yang dilakukan oleh Sariayu Martha Tilaar dalam memberikan edukasi pada konsumen

Penelitian ini Bermanfaat untuk Memberikan Masukan Khususnya dalam analisis 4C media sosial instagram @sariayu_mt yang dilakukan oleh PT. Martina Berto TBk dalam *Digital Marketing* yang telah dilakukan.

