BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi pemasaran make up melalui promosi dengan menggunakan media sosial instagram seperti yang dilakukan akun istagram yanniemakeup_official bisnis ini mulai memanfaatkan instagram untuk memasarkan jasa make up kepada konsumen instagram ini dianggap sebagai salah satu media komunikasi bisnis akun istagram tersebut merupakan salah satu usaha agar dapat menarik pelanggan untuk memakai jasa make up yang di promosikan melalui istagram milik akun yanniemakeup_official

Bisnis make up ini berkembang sangat pesat dalam memasarkan jasa make up yang di promosikan melalui media sosial istagram sehingga instagram milik akun yanniemakeup_official mempunyai tujuan utama yang dilakukan dalam mempromosikan make up yanniemakeup_official memasarkan make up ke pelanggan sehingga pelanggan tertarik mengunakan jasa make up nya (farahdiba, 2020).

Melalui Akun @yanniemakeup_official melakukan pendekatan bisnis make up kepada konsumen dengan reaksi dari kondisi persaingan komunikasi pemasaran salah satunya bisnis jasa make up ini berkembang sangat pesat seiring dengan perkembangan bisnis ini yang ditandai dengan semakin banyaknya pemilik bisnis make up tiap tahunnya perkembangan ini dapat dilihat dari munculnya pengguna media sosial instagram dalam waktu yang relatif singkat waktu menggunakan media sosial instagram salah satunya media sosial yang digunakan @yanniemakeup_official adalah menggunakan instagram melalui jejaringan sosial internet dapat berkembang pesat (Rizal, 2019).

Akun Instagram sebagai media sosial yang paling update karena media sosial ini lebih fokus pada postingan foto dan vidio reels dari pada media sosial lainnya yang fokus pada kicauan kata-kata atau status perkembangan media sosial seperti dua sisi pisau, yang mempengaruhi kedua belah pihak tergantung pada penerapannya.

Analisis Komunikasi.., Sri Mulyanih, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Kesadaran bisnis make up ini penting dalam menggunakan komunikasi pemasaran di media sosial bisa mempengaruhi konsumen untuk bisa menggunakan jasa dan layanannya bahwa pada dasarnya komunikasi pemasaran promosi ialah suatu kegiatan memberitahukan dan mempengaruhi bahwa konsumen yang menarik minat bisnis make up pada akun @yanniemakeup_official dan bisnis yang positif lebih mungkin untuk mempromosikannya menyatakan bahwa akun @yanniemakeup_official menggunakan *brand make up* berbagai macam *brand make up* kepada konsumen dalam mempraktekan make up kepada konsumen, untuk mengetahui pendapat konsumen tersebut. (Rachmawati dan Andjarwati, 2020).

Bahwa pada tata rias di media sosial istagram ialah suatu produsen memiliki latar belakang dan memiliki faktor mempegaruhi akun @yanniemakeup_official sehingga pemasaran melalui media sosial juga dapat mempermudah suatu atau jasa dapat membanggun jasa usaha @yanniemakeup_official terhadap suatu layanan jasa usaha untuk dikenal oleh masyarakat. bahwa seorang *owner* untuk bisa mengenali usaha make up di akun istagram @yanniemakeup_official ini sesuatu bisa terjadi dengan konsumen lainnya melalui promosi make up tertentu yang dimiliki dalam melakukan perlu adanya pengukuran terhadap konten yang di unggah dan media sosial secara menyeluruh bahwa instagram @yanniemakeup_official dapat bisa menggunakan media sosial untuk bisa menjalin kepercayaan *followers* terhadap postingan make up yang ada pada akun @yanniemakeup_official sehingga untuk menarik pelanggan menggunakan jasa make up @yanniemakeup_official Tetapi media sosial ini terutama instagram untuk menanamkan kesadaran bisnis (Mariyani, 2020)



Gambar 1. 1 Akun Instagram @Yanniemakeup_Official

Sumber Data: Observasi Instagram Pada Bulan Juli 2023

Tujuan membangun usaha bisnis make up menggunakan media sosial ialah sebagai akses untuk mempromosikan usaha make up dengan menjalin hubungan konsumen pengguna akun instagram meningkatkan kinerja pemasaran pada akun istagram @yanniemakeup_official adalah akun yang memiliki identitas dalam menjalankan proses pemasaran di instagram, @yanniemakeup_official konsisten dalam menampilkan konten dengan gambar yang tajam dan berkualitas tinggi dengan menggunakan fotografer dalam usaha make up nya mengenalkan bisnis make up ini karena meghindari adanya kecurigaan yang membuat pelanggan ragu menggunakan jasa make up @yanniemakeup_official Hal tersebut diterapkan agar akun instagram. @yanniemakeup_official memiliki identitas tersendiri dimata pengikutnya, @yanniemakeup_official yang memiliki *followers* 50,8rb dan postingan 5.269, di dirikan oleh Haryani sejak 2017. Tipe postingan yang digunakan dalam akun tersebut berupa foto, vidio, *review*, testimoni berserta sertifikat MUA yang telah di kelolanya semenarik mungkin untuk menyampaikan informasi mengenai make up pada @yanniemakeup_official serta untuk meningkatkan citra positif dari strategi milik @yanniemakeup_official hingga saat ini akun instagram @yanniemakeup_official masih aktif di gunakan oleh Pemilik akun Hariyani sebagai media *brand promotion* make up dari akun instagram @yanniemakeup_official (Permatasari, 2022)



Gambar 1. 2 Media Sosial Instagram yang digunakan @yanniemakeup_official

Sumber Data: Observasi Instagram pada bulan Juli 2023

Dengan adanya postingan media sosial serta peluangnya yang besar maka @yanniemakeup_official juga memanfaatkan media sosial instagram untuk dijadikan sebagai media promosi yg tampak pada seperti pada gambar berikut. Tujuan dari akun @yanniemakeup_official menggunakan media sosial instagram adalah sebagai akses untuk mempromosikan make up dan menjalin kepercayaan dengan pelanggan guna mengenalkan jasa make up @yanniemakeup_official. Media sosial instagram @yanniemakeup_official terdiri dari postingan *reels*, vidio, *highlight* dan memberikan penjelasan yang rinci mengenai seluruh produk kecantikan seperti *foundation, primer, concealer, blush on, setting powder, maskara, eyeliner, eyeshadow, lipstik, highlighter* Berdasarkan observasi penulis bahwa temuan pada akun @yanniemakeup_official ada *followers* @yanniemakeup_official karena konsumen tertarik dengan *beauty class* make up, sehingga konsumen menjadi tertarik mencoba layanan @yanniemakeup_official itu dari segi teknik *skill* make up bagus natural dan dilengkapi jasa make up yang begitu profesional akun ini memiliki kegiatan kelas semi privat dan juga mengadakan *workshop* makeup dengan MUA *Community*.

Fenomena komunikasi yang terjadi dalam penelitian ini adalah memfokuskan pada makeup *wedding* yang dipromosikan oleh *owner* @yanniemakeup_official. Penulis ingin meneliti lebih jauh tentang komunikasi pemasaran kepada konsumen melalui make up dari @yanniemakeup_official.
Kemudahan karena adanya media sosial instagram @yanniemakeup_official pelanggan dapat melihat gambar foto, vidio dan memberikan komentar langsung dari hal itu akun milik @yanniemakeup_official dapat mengetahui seberapa banyak yang tertarik dengan make up dan dapat memenuhi kebutuhan apa yang di inginkan dan di butuhkan oleh pelanggan. Pelanggan melakukan penyewaan jasa make up secara *offline* dan dapat menimbulkan niat terhadap menggunakan make up.

Hal itu dapat membawa keuntungan bagi *owner* dari akun @yanniemakeup_official karena dapat menambah nilai dan relasi dengan masyarakat yang lebih luas. Fokus pada observasi prariset penelitian ini adalah masih sama yaitu *owner* yang memiliki kesamaan dan ketertarikan dalam mempromosikan make up melalui media Instagram. Penulis pun beragumentasi

bahwa pada penelitian ini memusatkan penuh terhadap konten *story* instagram, postingan foto, vidio, *highlight* dan *reels* pada media instagram @yanniemakeup_official (Kurnianto, 2020).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa akun instagram @yanniemakeup_official memiliki potensi jasa make up melalui akun instagram yang dapat digunakan sebagai komunikasi pemasaran jasa make up yang dapat dipromosikan kepada pelanggan dalam hal ini *followers* instagram memilih jasa make up tersebut bagus untuk diaplikasikan kewajah sehingga *followers* percaya pada akun yanniemakeup_official di mana make up ini sudah dipercayai oleh pelanggan bahkan ribuan *followers*.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini untuk mengetahui analisis komunikasi digital pada pengguna akun instagram @yanniemakeup_official

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana komunikasi digital pada pengguna akun istagram @yanniemakeup_official?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui komunikasi digital pada pengguna akun Instagram @yanniemakeup_official

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan serta teoritis bagi Komunikasi digital terkait bentuk instagram sebagai memasarkan make up melalui akun instagram, selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pada penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam memperkenalkan tata rias oleh @yanniemakeup_official sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa usaha tata rias make up tersebut.