

## BAB II

### PROFIL DAN PROGRAM KOMUNIKASI

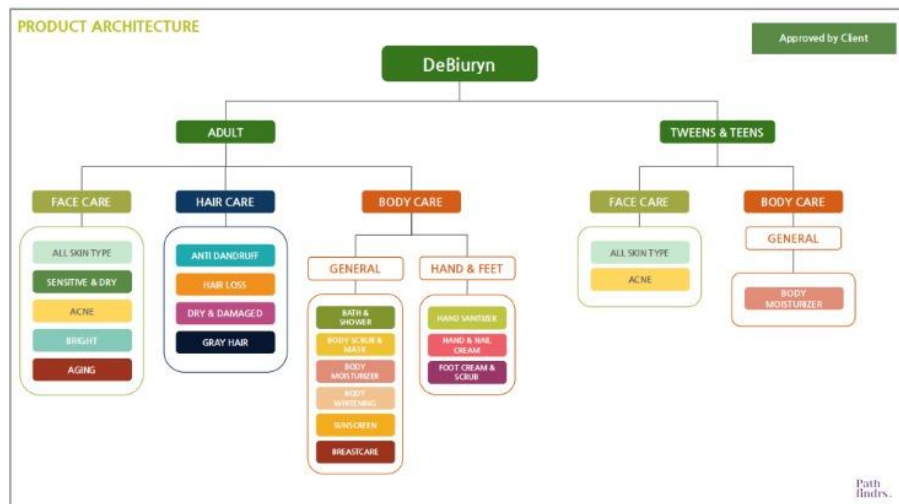
#### 2.1 Profil Debiurn

Debiurn adalah salah satu brand *skincare* asal Semarang yang lahir pada tahun 1988. Dimulai dari sebuah klinik kecantikan yang didirikan oleh dr. Arini Prawono pada 1976, Debiurn hadir sebagai brand perawatan kulit profesional yang memposisikan diri sebagai brand *skincare* berbasis dermatologi. Filosofi utama Debiurn adalah “Ngertiin Kulitmu” dimana Debiurn bukan brand yang sekedar mengikuti tren kecantikan tapi sudah berkomitmen untuk membantu pembeli memahami kulit mereka masing-masing secara ilmiah, personal dan berkelanjutan (DeBiurn, 2026).

Produk yang diciptakan oleh Debiurn adalah produk *cosmeceutical* yang merupakan *True Skin Care*. DeBiurn memiliki rangkaian produk lengkap dari produk perawatan wajah, badan dan rambut sesuai kondisi kulit. Produk perawatan DeBiurn disediakan untuk remaja hingga dewasa, serta dapat digunakan oleh ibu hamil dan menyusui tanpa perlu khawatir. Pastinya semua produk DeBiurn merupakan produk no-animal-testing, dan sudah mendapatkan sertifikasi BPOM maupun HALAL.

Debiurn sendiri percaya bahwa setiap orang berhak memiliki kulit sehat tanpa ketergantungan. Hal inilah yang membuat Debiurn hadir dengan pendekatan *Natural Scientific Derma Cosmetic*. Produk Debiurn sudah dibuat ramah untuk kulit orang Indonesia sehingga efektif dalam merawat dan menjaga keseimbangan kulit sehingga kulit mengalami *gradual improvement* secara bertahap tapi sehat dalam jangka panjang.

## 2.2 Produk Debiurny



Gambar 2. 1 Product Architecture DeBiurny

Debiurny hadir dengan berbagai macam produk perawatan kulit. Berdasarkan tabel Pengelompokan Produk Debiurny, rangkaian produk Debiurny dikelompokkan kedalam 2 kelompok besar berdasarkan segmentasi usia yaitu produk untuk Adult dan Tweens & Teens.

Setelah dua kelompok besar, produk Debiurny dikelompokkan lagi menjadi *Face Care*, *Hair Care*, dan *Body Care* untuk *Adult*, dan *Face Care* serta *Body Care* untuk kategori *Tweens & Teens*.

Kategori *Adult* sendiri terbagi menjadi 3 fokus utama yaitu untuk perawatan wajah, rambut dan badan. *Face Care* atau perawatan wajah sendiri terbagi lagi sesuai kebutuhan masing-masing jenis kulit mulai dari kulit berjerawat, sensitif dan kering, atau fokus pencerahan kulit serta penuaan. Sedangkan, *Hair Care* berfokus pada mengatasi anti ketombe, rambut rontok, *dry & damaged*, serta *gray hair* karena penuaan.

Sedangkan *Body Care* sendiri terbagi menjadi General dan yang fokus pada tangan dan kaki. Untuk perawatan tubuh secara general, Debiurny hadir dengan *Bath & Shower*, *Scrub & Mask*, Pelembab dan Pemutih badan, Sunscreen dan *Breast Care*. Perawatan tangan dan kaki menghadirkan produk-produk seperti *Hand Sanitizer*, *Hand and Nail Cream* serta *Foot Cream & Scrub* (Maulana, 2021).

Selain produk *Adult*, DeBiuryn juga mengeluarkan produk-produk untuk *Tweens & Teens*. Pada kategori ini, produk secara garis besar dibagi menjadi *Face Care* dan *Body Care*. *Face Care* sendiri berfokus pada *All Skin Type* dan permasalahan jerawat. Kalau *Body Care* lebih ke yang general.

### 2.2.1 Youth Series Debiuryn

Youth Series terdiri dari 4 produk dalam satu rangkaian skincare, mulai dari *Youth The Better Cleanser (Face Wash)*, *Youth Go Away Sun SPF 30 +++ (Sunscreen)*, *Youth Smooth Smooch (LipBalm)* dan *Youth Make It Moist (Pelembab)*

#### 2.2.1.1 Face Wash



Gambar 2. 2 Product Architecture DeBiuryn

*Youth The Better Cleanser* adalah sabun pembersih wajah dari rangkaian *Youth Series* DeBiuryn yang dirancang untuk remaja maupun pemula yang baru mulai menggunakan skincare. *Cleanser* ini membersihkan wajah dengan lembut tanpa membuat kulit terasa kering atau perih. Kandungan Niacinamide membantu mencerahkan kulit kusam, sementara ekstrak Calendula dan *Cherry Blossom* membantu menenangkan kulit, terdapat *Centella Asiatica* untuk meredakan iritasi dan membantu produksi kolagen. *Youth The Better Cleanser* ini mampu membersihkan muka tanpa membuat kulit ketarik, ini karena kandungan bakuchiol yang menjaga *skin barrier* untuk tetap kuat sehingga setelah cuci muka terasa segar dan lembab.

### 2.2.1.2 Sunscreen

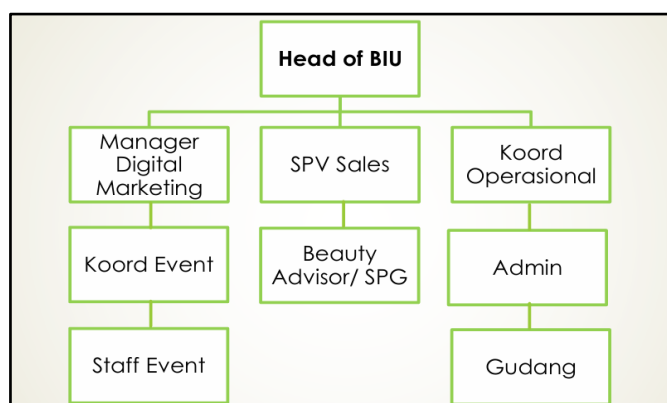


Gambar 2. 3 Stakeholder Internal

*Youth Go Away Sun* SPF 30+++ adalah salah satu produk dalam rangkaian *Youth Series* DeBiuryn yang dirancang untuk melindungi kulit dari sinar UVA dan UVB. *Sunscreen* ini bertekstur ringan sehingga tidak lengket, mudah meresap, serta tidak menimbulkan *whitecast*. Kandungan *Niacinamide* di dalamnya membantu mencerahkan kulit, sementara *Bakuchiol* untuk mengencangkan kulit. Campuran *Organic* dan *Physical Sunscreen* untuk memberikan perlindungan maksimal dari sinar matahari. *Sunscreen* ini wajib dipakai sebagai proteksi terlebih saat keluar rumah agar kulit tetap sehat, cerah, kenyal dan terlindungi dari sinar matahari.

## 2.3 Stakeholder

### 2.3.1 Stakeholder Internal



Gambar 2. 4 Stakeholder Internal

Stakeholder internal DeBiurn adalah individu atau tim yang berada dalam struktur organisasi perusahaan dan berperan langsung dalam menjalankan serta mengembangkan brand. Mengacu pada struktur organisasi, *stakeholder* internal DeBiurn dapat diuraikan sebagai berikut.

Pertama, *Head of DeBiurn* sebagai pimpinan tertinggi yang bertanggung jawab menetapkan arah kebijakan, mengambil keputusan strategis, dan mengawasi seluruh proses operasional serta pengembangan brand.

Kedua, tim pemasaran dan penjualan. *Manager Digital Marketing* berfokus pada strategi dan aktivitas pemasaran digital. Koordinator Event bersama *Staff Event* menangani perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan dan aktivasi brand. Di sisi penjualan, *SPV Sales* memonitor performa tim *sales*, sementara *Beauty Advisor/SPG* menjadi garda depan yang berinteraksi langsung dengan konsumen dan memperkenalkan produk.

Ketiga, tim operasional pendukung yang dikoordinasikan oleh Koordinator Operasional. Bagian ini mencakup Admin yang mengurus administrasi dan Gudang yang mengelola stok serta distribusi produk. Tim ini berperan menjaga kelancaran operasional harian.

### **2.3.2 Stakeholder Eksternal**

*Stakeholder* eksternal DeBiurn adalah pihak-pihak di luar organisasi perusahaan yang turut berkontribusi dalam menunjang keberhasilan komunikasi, pemasaran, dan berbagai aktivitas brand. Secara umum, *stakeholder* eksternal DeBiurn dapat dibagi menjadi dua kategori utama.

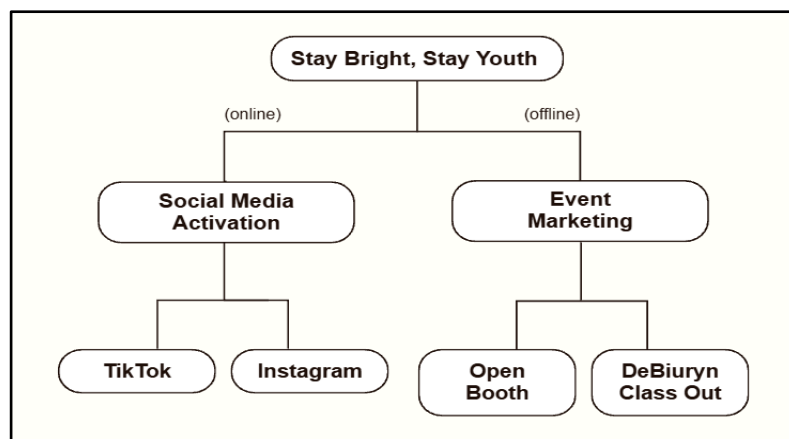
Pertama, kemitraan *brand (brand partnership)*, yaitu kerja sama dengan berbagai pihak strategis untuk mendukung program pemasaran dan aktivasi *brand* DeBiurn. Kolaborasi ini dapat berupa kerja sama dengan komunitas, influencer, media, maupun *partner event* yang membantu memperluas jangkauan komunikasi sekaligus memperkuat citra *brand* di mata publik.

Kedua, masyarakat luas, yaitu individu atau audiens yang menerima paparan konten dan pesan komunikasi DeBiurny melalui media sosial serta *platform* digital lainnya. Kelompok ini menjadi sasaran utama dalam penyampaian informasi, edukasi produk, dan upaya membangun kesadaran terhadap *brand*.

#### 2.4 Debiurny Class Out dan Open Booth

DeBiurny menghadapi permasalahan rendahnya *brand awareness* pada segmen usia 12–18 tahun. Upaya peningkatan *awareness* sebenarnya telah dilakukan melalui pembukaan *booth* promosi di beberapa sekolah di Semarang, seperti SMA Theresiana dan SMA Negeri 3. Namun, aktivitas tersebut belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan *awareness* maupun minat penggunaan produk *Youth Series*.

Melihat permasalahan tersebut, dibutuhkan program komunikasi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan *brand awareness*, tetapi juga bertujuan meningkatkan relevansi *brand* di kehidupan remaja serta mendorong minat penggunaan produk *Youth Series*. Sejalan dengan kebutuhan tersebut, penulis mengusulkan program komunikasi DeBiurny yang berfokus pada penguatan positioning *Youth Series* sebagai brand yang “*Youth Friendly*”. Penguatan ini didukung oleh penggunaan tagline “*My First Face Wash*” dan “*My First Sunscreen*” yang dirancang untuk memberikan pengalaman pertama penggunaan skincare yang aman dan nyaman bagi remaja.



Gambar 2. 5 Rincian Program Komunikasi

“*Stay Bright, Stay Youth*” adalah program komunikasi unggulan yang melewati dua pendekatan utama yaitu *Social Media Activation (online)* dan *Event Marketing (offline)*. *Social Media Activation* kami lakukan pada dua media utama yang digunakan oleh DeBiurny yakni TikTok dan Instagram.

Sedangkan untuk *Event Marketing*, kami membuat acara *DeBiurny Class Out* dan juga *open booth*. *DeBiurny Class Out* sendiri merupakan kegiatan *roadshow* edukatif ke sekolah-sekolah tingkat SMP dan SMA di Kota Semarang. Hal ini masih menjadi bagian dari campaign *#StayBrightStayYouth*. *Event* ini mengusung tema “*A Fresh Start: Build Skills, Confidence, and Glow!*” sesuai dengan tema tersebut, kami berfokus pada *improving skills* yang diperlukan siswa/i seperti *public speaking* serta bagaimana membangun *first impression* dan kepercayaan diri yang baik.

Hal ini bertujuan agar siswa/i bisa membangun pribadi yang lebih baik. Di sisi lain, kami juga menyampaikan pentingnya mengenali jenis kulit kita dan merawatnya dengan cara memilih *skincare* yang tepat untuk jenis kulit masing-masing. Materi ini dirasa penting karena mendukung kepercayaan diri dan *first impression* yang baik. Harapannya acara ini bisa menjadi wadah bagi para pelajar untuk tetap percaya diri, terus mau berkembang dan menjaga kulit agar tetap sehat setiap hari.

Peserta yang ikut kegiatan kami adalah siswa/i dari SMP dan SMA di Semarang. Oleh karena itu, kami berusaha untuk mengemas acara sedemikian rupa agar tetap bisa dicerna dengan bahasa yang mudah dipahami tapi juga menyenangkan dengan permainan dan kuis berhadiah. Tidak hanya *talkshow*, *open booth* juga diadakan setelah *Debiurny Class Out* agar peserta bisa merasakan interaksi secara langsung dengan brand. Hal ini juga mendukung usaha peningkatan penjualan produk *Youth Series*. Terdapat *free tester*, promosi produk dan pembagian *voucher* selama *open booth* berlangsung (Suarabaru, 2025).