

BAB II

GAMBARAN UMUM SOMETHINC DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum Somethinc

2.1.1 Sejarah Somethinc

Somethinc merupakan sebuah merek kecantikan lokal produksi PT Royal Pesona Indonesia (PT Beaute Haul Indonesia atau Beautyhaul) yang diciptakan sejak Maret 2019 dan didirikan oleh Irene Ursula salah satu *founder* platform kecantikan Indonesia bernama Beautyhaul (PT Royal Pesona Indonesia). Adanya krisis pemilihan produk kosmetik berkualitas tinggi menjadi salah satu inspirasi *founder* untuk menghadirkan *brand* Somethinc. PT Royal Pesona Indonesia merupakan perusahaan yang menggeluti bidang jasa khususnya jasa produk kecantikan yang didirikan oleh Irene Ursula, Benny Yahya dan Marsela Limesa pada tahun 2014 yang juga merupakan *e-commerce* kecantikan pertama di Indonesia, dimana mereka meluncurkan berbagai merek dan platform kecantikan di Indonesia. Salah satu merek yang diluncurkan adalah Somethinc, dimana Somethinc merupakan merek pertama yang diluncurkan.

Dalam merilis produk *skincare* dan *makeup*-nya, Somethinc berupaya menghadirkan produk kualitas tinggi dan berstandar internasional yang aman serta halal terlebih karena produknya diaplikasikan langsung di kulit. Proses produksinya dengan menerapkan standar kualitas internasional serta *quality control* yang ketat dijalani Somethinc supaya mereka dapat terus bersaing bahkan dengan gencarnya masuknya produk kecantikan impor ke Indonesia. Somethinc memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya dan berupaya menginformasikan pesan *brand*-

nya melalui komunikasi pemasaran menggunakan media sosial. Ini ditempuh karena Somethinc harus memberikan konten menarik dan segar untuk memasarkan produk mereka supaya bisa memengaruhi minat dan menjadi *top of mind* di pikiran konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan antar *brand-brand* kosmetik yang ada. Bekerja sama dengan 12 dokter kecantikan terpercaya, melalui media sosialnya Somethinc terus berupaya melakukan edukasi kepada masyarakat dan menemukan permasalahan kulit wajah apakah yang biasa dihadapi oleh masyarakat. Momen edukasi tersebut bisa menjadi jembatan bagi mereka untuk mendekatkan diri kepada konsumennya sehingga mereka dapat semakin memahami pasar. Selain itu, upaya untuk terus memperluas distribusi produk dan ketersediaan produknya supaya terjangkau oleh konsumen di seluruh Indonesia, Somethinc juga mengupayakan untuk memasarkannya melalui *website* dan berbagai platform *e-commerce* maupun di seluruh toko kosmetik diharapkan produk Somethinc bisa didapatkan bahkan di toko kecantikan dan ritel terdekat.

Kualitas bahan yang unggulan dan inovasi-inovasinya menjadikan Somethinc sebagai *brand* kecantikan yang cukup populer yang dibuktikan melalui *booming*-nya produk Skin Solver Serum dari Somethinc dari sejak peluncurannya dan berhasil menjadi *brand* terlaris untuk kategori serum di berbagai *e-commerce*.

2.1.2 Logo dan Nilai Somethinc

Logo adalah sketsa atau gambaran yang memiliki arti tertentu yang bisa menjadi perwakilan arti atau lambang dari suatu perkumpulan, perusahaan, produk, dan lainnya yang dianggap membutuhkan sesuatu yang lebih mudah diingat dan singkat untuk mewakili (bpptik.kominfo.go.id, 2023). Logo merupakan simbol

yang dapat mencerminkan arti atau makna sehingga dapat dinilai sebagai identitas. Penciptaan logo biasanya juga tidak dilakukan dengan sembarangan, akan tetapi dipikirkan mendalam karena logo merupakan cerminan dan citra pemiliknya.

Logo Somethinc ditampilkan dengan huruf “S” yang diikuti dengan kata “Somethinc” beserta *tagline*-nya yaitu “*Be You Be Somethinc*” yang berwarna hitam dengan latar berwarna putih. Nama Somethinc diambil dari satu masalah dimana mereka ingin memberikan sesuatu kepada konsumen sesuai dengan jenis permasalahan kulitnya atau kata lainnya “*We will always have Somethinc for you*”.



Gambar 2. 1 Logo Somethinc

Sumber: somethinc.com, 2023

“Dimulai dari kehadiran dan adanya suatu masalah serta diciptakan melalui suatu kesenangan, merupakan sesuatu yang bukan hanya dipikirkan namun sesuatu yang kamu butuhkan dan akan selalu ada sesuatu untukmu. Karena itu, cobalah untuk menjadi sesuatu bagi dirimu sendiri. *Be You Be Somethinc*”, kalimat tersebut merupakan filosofi yang diciptakan Somethinc. Somethinc untuk menanamkan nilai *brand* dalam benak konsumen juga mengusung slogan “*Skin First, Makeup Second, Glow Always*” sehingga membawanya supaya terus berkembang dan berinovasi untuk menghadirkan beragam varian produk yang berkualitas unggul bagi konsumennya. Sejalan dengan itu, dalam kampanye peluncuran lini *makeup* terbaru mereka diusung pula slogan “*Unleash Your True Personality*”.

Irene Ursula, founder Somethinc mengungkapkan bahwa seluruh lini *makeup* mereka mengusung konsep *diversity* (keberagaman), hal ini karena mereka berusaha untuk memahami bahwa setiap orang memiliki definisi beragam tentang cantik versi dirinya sendiri, seperti yang diusung dalam *tagline* mereka yaitu “*Be You, Be Somethinc!*”. Somethinc tidak ingin mengubah konsep keberagaman versi kecantikan yang telah ada, mereka juga mengusung dan memopulerkan hastag “*We created #SOMETHINC cause there's always #SomethincForYou*”. Diharapkan Somethinc bisa menularkan semangat agar seseorang dapat menjadi lebih baik dan menjadi dirinya sendiri. Seluruh produk Somethinc juga dibuat dengan mempresentasikan ragam warna kulit orang Indonesia melalui berbagai shade dan pilihan warna untuk produk *makeup* mereka.

2.1.3 Visi dan Misi Somethinc

Visi menurut Arman (2008) adalah pernyataan dari organisasi yang menjabarkan hal-hal yang dicita-citakan sedangkan misi merupakan cerminan dari visi terkait kumpulan hal-hal yang akan dijadikan atau tengah dicapai dalam waktu dekat. Singkatnya, misi merupakan langkah-langkah yang diterapkan untuk mendukung mewujudkan visi perusahaan.

Visi Somethinc ialah “Membangun Somethinc sebagai *start-up* produk kecantikan yang dapat memperluas jangkauan bisnisnya ke seluruh dunia”. Hal ini sejalan dengan fokus dari Beautyhaul yang ingin membangun lingkungan (*environment*) perusahaan kecantikan yang terpercaya, dicintai, dan berkesinambungan di Asia Tenggara, dimana menjadi ekosistem kecantikan terbesar yang terintegrasi dari pasokan ke ritel juga merupakan cita-cita mereka.

Visi dari Beautyhaul sendiri adalah “ Menjadi nomor 1 lingkungan (*environment*) produk kecantikan yang saling terintegrasi secara menyeluruh mulai dari blog dan forum, penjualan dan ulasan, serta *event-event*”.

Selain memiliki visi, suatu perusahaan juga pasti memiliki misi untuk membantu mereka dalam mencapai visinya. Somethinc memiliki misi yaitu “Menyediakan produk-produk *skincare* dan makeup yang memiliki kualitas tinggi untuk semua konsumen sesuai dengan jenis kulit masing-masing dan permasalahan kulit yang berbeda-beda”. Hal ini juga sejalan dengan misi dari Beautyhaul yaitu ingin membantu semua orang menjadi cantik dan memudahkan semua orang untuk mendapatkan produk-produk kecantikan terbaik yang telah dinilai dan diseleksi secara ketat dengan harga yang juga terjangkau, serta membantu membesarkan *brand* kecantikan lokal untuk bisa melakukan penetrasi pasar internasional.

2.1.4 Jenis Produk Somethinc

Somethinc merupakan *brand* kecantikan dari Indonesia yang berfokus pada produk kecantikan dan perawatan kulit, yakni *makeup*, *skincare* dan *bodycare*. Dikenal sebagai *brand* kecantikan lokal populer di industri kecantikan Indonesia membawa Somethinc terus berinovasi menghadirkan varian produk kecantikan dalam upayanya untuk membantu permasalahan kulit konsumen dengan formulasi yang tentunya berkualitas unggul.

2.1.4.1 Makeup

Berbagai varian produk *makeup* dari Somethinc tersedia untuk mempercantik dan menunjang penampilan dalam menjalani semua aktivitas

penggunanya. Rangkaian *makeup*, mulai dari *base* dan *face makeup*, *eye makeup* serta *lips product* tersedia bagi konsumen.

a. *Complexion Base (Base Makeup)*

Complexion base merupakan *makeup* dasar yang digunakan sebagai dasaran riasan wajah. Produk *complexion base* Somethinc baik bagi kulit karena terdapat kandungan *skincare* yang baik bagi kondisi kulit peggunanya. Somethinc juga menyediakan *base makeup* dalam berbagai pilihan *shade* warna yang sesuai dengan *skintone* masyarakat Indonesia.

Beberapa jenis *base makeup* yang disediakan sebagai berikut :

- *Cushion Foundation*



- *Compact & Loose Powder*



- *Concealer*



Gambar 2. 2 Produk *Base Makeup* Somethinc

Sumber: Somethinc Official Website, 2023

b. *Face Makeup*

Untuk memberikan rona pada wajah dan memberikan kesan riasan yang memukau, Somethinc merilis kategori *face makeup*. Kategori riasan wajah ini diantaranya yakni *blush on*, *contour & bronzer*, *highlighter*

dan juga seri *face palette*. Varian produk *face makeup* Somethinc memiliki tekstur *blendable*, pigmentasi warna yang kuat, dan tahan lama (*transferproof*, *waterproof* atau *water resistant*, dan *sweatproof*). Partikel produknya yang berukuran nano tidak akan memperjelas ataupun menyumbat pori-pori wajah pemakainya. *Shade* yang tersedia juga terinspirasi dari kecantikan kulit wanita Indonesia, sehingga akan cocok dengan warna kulit orang Indonesia. Seri *face makeup* Somethinc punya kemasan yang menggemaskan dan praktis, *travel friendly* sehingga tidak memakan banyak tempat. Beberapa jenis *eye makeup* Somethinc sebagai berikut :

- *Contour & Bronzer*

EGGO 3D Contour / Bronzer
- *Blush On*

TAMAGO Airy Blush
- *Face Palette*

DOLCEVITA Face Palette
- *Highlighter*

IMMORTAL Highlighter
HALO FORTION Lipid Volume Highlighter

Gambar 2. 3 Produk Face Makeup Somethinc

Sumber: Somethinc Official Website, 2023

c. *Setting Spray*



Gambar 2. 4 Produk Setting Spray Somethinc

Sumber: Somethinc Official Website, 2023

Setting spray digunakan sebagai pengunci *makeup* atau riasan, sehingga riasan bisa awet dan lebih tahan lama di wajah penggunanya, hal ini didukung dengan formulanya yang *heatproof*, *transferproof* dan

waterproof. Selain itu, *setting spray* Somethinc dapat digunakan untuk semua jenis kulit.

d. *Lips*



Gambar 2. 5 Produk Lips Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

Bibir yang indah mampu meningkatkan rasa percaya diri hal inilah yang mengawali terlahirnya lini *makeup* bibir agar dapat membantu membuat bibir tampak indah. Kosmetik bibir ini terbagi menjadi beberapa produk yang sekilas terlihat sama namun sebenarnya fungsinya berbeda. Somethinc merilis lini *lip makeup* dengan berbagai varian dan berbagai macam *shade* warna. Somethinc mengeluarkan berbagai jenis pewarna bibir yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan konsumen, diantaranya adalah varian *lip tint*, *lip matte*, *lip gloss*, dan sebagainya. Somethinc juga menyediakan varian *shade* warna yang cukup luas sehingga bisa mengatasi keragaman *skin tone* Indonesia. Selain itu, *lip makeup* mereka juga mempunyai tekstur yang ringan, *blendable* dan tidak membuat bibir kering. Formulasi *long lasting* dan *stain* juga membuat hasilnya tampak natural dan tahan lama. *Lip makeup* Somethinc juga memiliki pigmentasi yang intens sehingga bisa membantu menutupi bibir yang hitam. Selain fungsi utamanya sebagai produk dekoratif, Somethinc juga menyebutkan bahwa varian *lip product* mereka sudah dipadukan

dengan bahan-bahan *skincare* sehingga membantu untuk menjaga bibir supaya tetap lembab dan nyaman bahkan untuk bibir kering.

e. *Eye Makeup*

Somethinc memiliki berbagai rangkaian produk riasan mata yang bisa digunakan pada area kelopak mata, alis, bulu mata dan area mata lainnya. Produk dari riasan mata terdiri atas perona mata seperti *eyeshadow*, pelentik bulu mata seperti maskara, produk yang bisa mempertegas garis mata dan alis seperti *eyeliner* dan *eyebrows*. Produk perona mata Somethinc tersedia dalam berbagai macam warna yang memiliki pigmentasi yang kuat dan produknya mudah untuk diaplikasikan. Selain itu, Somethinc juga mengklaim produknya tahan lama dan tidak mudah luntur (*waterproof* dan *smudgeproof*). Berikut beberapa jenis *eye makeup* yang disediakan Somethinc:



Gambar 2. 6 Produk Eye Makeup Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

f. *Makeup Set & Bundles*

Merupakan rangkaian atau paket *makeup* yang disediakan oleh Somethinc untuk membantu konsumen dalam menentukan makeup

dasar apa yang dibutuhkan khususnya bagi pemula serta konsumen serta memberikan paket atau biasa disebut *bundling* produk yang tentunya memiliki harga miring atau lebih murah daripada ketika membeli *makeup* satuan.



Gambar 2. 7 Produk Makeup Set & Bundles Somethinc

Sumber: Somethinc Official Website, 2023

2.1.4.2 Skincare & Bodycare

Somethinc memiliki berbagai varian produk *skincare* untuk membantu mengatasi berbagai macam permasalahan kulit wajah maupun tubuh, seperti kulit kusam, berjerawat, kering dan berbagai masalah kulit lainnya. Berikut rangkaian produk perawatan kulit yang dimiliki Somethinc:

2.1.4.2.1 Skincare

Berbagai produk perawatan kulit bermanfaat bagi kesehatan dan kecantikan kulit kita, salah satunya adalah produk *skincare* yang berguna untuk membantu menjaga kesehatan kulit khususnya kulit wajah secara keseluruhan sekaligus memperbaiki permasalahan kulit yang dialami, seperti kulit kusam, kering, jerawat, bekas jerawat, bintik hitam, keriput, dan permasalahan kulit lainnya. Dalam mendapatkan kulit wajah yang sehat, cerah dan tentunya bersih sesuai dambaan kita diperlukan ketelatenan dalam merawat kulit, diantaranya dengan mengaplikasikan rangkaian *skincare* secara rutin. Somethinc dengan berbagai inovasi-inovasinya menyediakan rangkaian *skincare* untuk membantu

mendapatkan kulit yang lebih sehat dan *glowing*. Berikut rangkaian produk *skincare* yang dimiliki Somethinc:

a. *Skin Solver Serum*

Rangkaian serum wajah dari Somethinc memiliki fungsi yang berbeda-beda tergantung kebutuhan. Fungsi utama serum wajah Somethinc adalah untuk memperkuat *skin barrier*, memperbaiki dan memperkuat tekstur kulit wajah sehingga dapat membantu memperbaiki kulit agar lebih sehat. Diformulasikan dengan kandungan dan formula terbaik dari kelasnya dan banyaknya varian yang sesuai dengan kebutuhan kulit masing-masing konsumen menjadikan serum wajah Somethinc populer dan cukup diminati.



Gambar 2. 8 Produk Skin Solver Serum Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

b. *Cleansers*

Langkah awal merawat kulit wajah adalah dengan membersihkannya dengan produk pembersih wajah (*cleanser*) yang sesuai dengan kondisi serta kebutuhan kulit kita. Produk pembersih wajah Somethinc diformulasikan dengan bahan yang tentunya aman untuk semua jenis kulit dan memiliki pH yang seimbang dengan pH alami yang dimiliki kulit wajah sehingga aman untuk digunakan pada kulit sensitif ataupun kulit yang

berjerawat. Teksturnya juga lembut di wajah sehingga tidak membuat kering dan *breakout* wajah.



Gambar 2. 9 Produk Cleansers Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

c. *Toners*

Setelah wajah dibersihkan dengan *cleanser*, penting untuk mengaplikasikan cairan toner supaya wajah tetap lembab dan terhidrasi. Varian toner Somethinc dapat menjaga elastisitas dan menghidrasi kulit secara mendalam karena sekaligus merupakan *essence* yang kaya akan mineral sehingga mampu melembabkan lapisan kulit secara menyeluruh. Fungsi utama dari toner adalah dan menyiapkan kulit untuk menerima rangkaian produk perawatan wajah selanjutnya secara maksimal. Toner dari Somethinc juga memiliki aroma wangi yang enak dan lembut.



Gambar 2. 10 Produk Toners Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

d. *Moisturizer*

Moisturizer biasa disebut sebagai pelembap wajah merupakan produk perawatan kulit yang bermanfaat untuk melembabkan kulit melalui menyeimbangkan dan mengembalikan protein keratin pada kulit wajah yang menjadikan kulit lebih lembap. Somethinc

memiliki pelembab dengan tekstur gel yang dapat menghidrasi, menyegarkan, serta memperkuat kulit. Selain formulanya yang ringan untuk dikenakan setiap waktu, pelembab Somethinc diklaim mampu mengunci kelembapan lebih lama, menjadikan kulit lebih kenyal dan bernutrisi, cerah dan tentunya memperkuat *barrier* perisai kulit sehingga dapat membantu memperlambat penuaan kulit.



Gambar 2. 11 Produk Moisturizer Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

e. Eye Treatment

Kebanyakan orang selama ini terlalu fokus merawat kulit wajah dan tubuh sehingga cukup abai terhadap bagian mata padahal area mata merupakan bagian paling tipis di wajah, sehingga kerutan, garis halus, lingkaran mata hitam dan juga kantung mata mudah muncul. Somethinc menyediakan varian produk *eye treatment* untuk mengatasi berbagai permasalahan kulit khususnya di sekitar area mata meliputi serum bulu mata dan alis serta krim mata.



Gambar 2. 12 Produk Eye Treatment Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

f. Sunscreens

Sunscreen merupakan produk *skincare* yang membantu menjaga kulit senantiasa terlindungi dari paparan *ultraviolet* matahari. *Sunscreen* melindungi kulit dari kerusakan seperti terbakar sinar matahari, keriput, hiperpigmentasi, dan menurunkan resiko kanker kulit sehingga penggunaan *sunscreen* dinilai sangat penting. Tentunya Somethinc juga tidak melupakan pentingnya produk *skincare* ini, Somethinc menyediakan *sunscreen* dengan berbagai ukuran dan beragam bentuk. Selain fungsi utamanya untuk menjaga dari paparan sinar matahari, produk *sunscreen* dari Somethinc dapat membantu mencerahkan dan membuat warna kulit lebih rata dan menyamarkan kemerahan. Konsistensinya yang terasa ringan, cepat menyerap, dan tidak lengket, dan varian bentuk (tekstur) yang bermacam-macam juga memudahkan dalam pemakaiannya.



Gambar 2. 13 Produk Sunscreens Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

g. *Wash Off Mask*



Gambar 2. 14 Produk Masker Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

Masker wajah merupakan produk *skincare* yang cukup populer dan digemari untuk membantu memaksimalkan kulit wajah supaya tetap sehat dan terlihat *fresh*. Somethinc menyediakan varian

masker untuk wajah guna memaksimalkan dalam membantu mencerahkan dan menjaga kekenyalan kulit serta mengurangi dari masalah hiperpigmentasi. Tentunya produk ini aman bagi semua jenis kulit.

h. Lip Treatment

Bibir sehat adalah dambaan bagi setiap orang. Somethinc merilis varian produk *lip treatment* untuk membantu konsumen mendapatkan bibir sehat dambaan setiap orang. Berbagai varian produk *lip treatment* dikenalkan ke masyarakat, mulai dari *lip serum*, *scrub*, *tinted lip balm* dan lainnya. Produk *lip treatment* ini memiliki berbagai kandungan yang dapat melembabkan dan menutrisi bibir, menghaluskan dan melembutkan bibir (mengurangi garis halus pada bibir) dan bahkan memberikan efek *plumpy*.



Gambar 2.15 Produk Lip Treatment Somethinc

Sumber: Somethinc Official Website, 2023

i. Skincare Set & Bundles

Merupakan rangkaian atau paket *skincare* yang disediakan oleh Somethinc untuk membantu konsumen dalam menentukan kebutuhan dasar produk perawatan kulit bagi konsumen serta memberikan paket atau biasa disebut *bundling* produk yang tentunya memiliki harga miring atau lebih murah daripada ketika membeli *skincare* secara satuan.



Gambar 2. 16 Produk Skincare Set & Bundles Somethinc
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

2.1.4.2.2 *Bodycare*

Bukan hanya wajah yang membutuhkan perawatan, dalam menjaga bentuk dan keindahan kulit tubuh pun juga membutuhkan perawatan. Somethinc memberikan jawaban atas rangkaian permasalahan terkait *body insecurity* yang ada dan dirasakan kalangan masyarakat di Indonesia dengan mengeluarkan *bodycare series* (rangkaian perawatan bagi tubuh). Rangkaian *bodycare series* ini diciptakan dengan rangkaian formula terbaik dan melalui teknologi khusus untuk merawat kulit tubuh yang berfokus untuk mengatasi berbagai masalah kulit tubuh. Produk *bodycare* seperti *body creme* dan serum untuk mewujudkan kulit tubuh cerah, menyamarkan *stretch mark*, mengencangkan kulit, dan mencegah penuaan dini. Terdapat juga produk *waxing* untuk mengatasi rambut kulit yang terlalu lebat. Harapannya konsumen bisa menerima dan mencintai tubuhnya apa adanya serta bisa menjadi versi terbaiknya dengan menjaga kulit melalui rangkaian produk perawatan yang tepat seperti produk Somethinc yang bahkan juga cocok digunakan setiap hari. Hal ini dikarenakan Somethinc mengembangkan produk-produknya melalui serangkaian uji dermatologis, dan penggunaan formula yang lembut (tidak mengiritasi) sehingga aman digunakan bagi konsumen yang memiliki kulit sensitif.

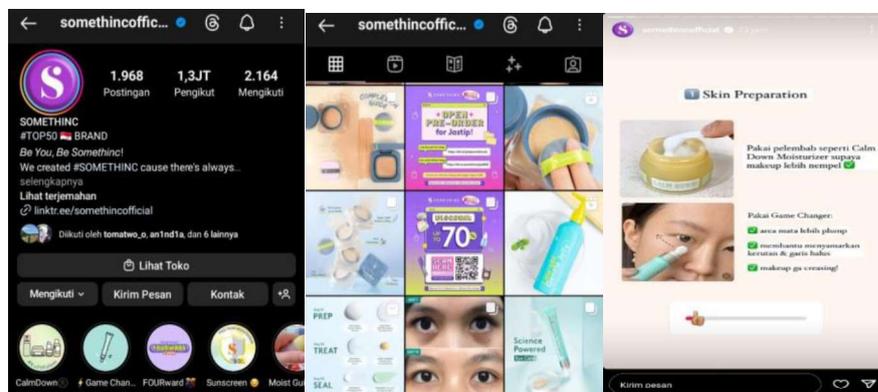


Gambar 2. 17 Produk Somethinc Seri Bodycare
Sumber: Somethinc Official Website, 2023

2.1.5 Media Sosial Somethinc

Somethinc, salah satu dari sekian banyak *brand* kecantikan yang menggunakan manfaat dari adanya media sosial sebagai salah satu strategi memasarkan produknya, melalui media sosial Somethinc juga dapat menginformasikan pesan *brand* Somethinc dan mendukung konsumen mereka. Selain itu, dengan media sosial dapat membantu konsumen dan calon konsumennya dalam mencari informasi terkait produk yang mereka butuhkan. Berikut *Official Social Media* Somethinc yang tercantum dalam *Somethinc Official Website* (somethinc.com, 2023):

1. Instagram

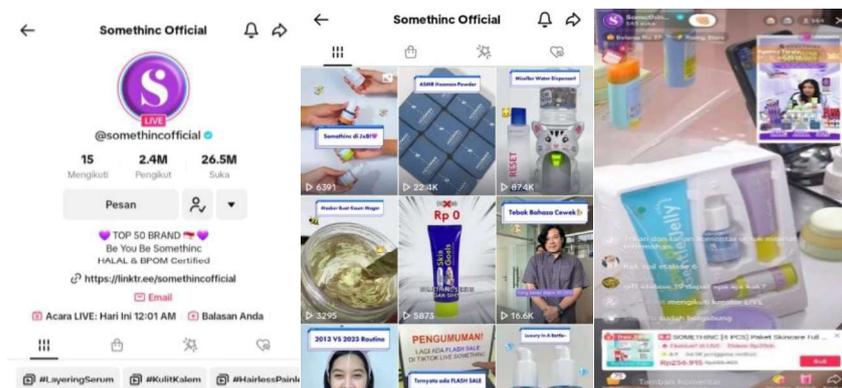


Gambar 2. 18 Akun Instagram Somethinc
Sumber: Somethinc Official Instagram (2023)

Somethinc memiliki akun Instagram resmi dengan nama @somethincofficial yang mana akun tersebut memiliki 1,3 juta jumlah *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 1.968 per 2 Agustus 2023. Dalam postingannya terlihat bahwa selain mempublikasikan produk-produknya dengan desain yang menarik dan *eyecatching*, Somethinc juga memberikan tutorial kepada pengikutnya terkait kiat-kiat menggunakan makeup maupun menjaga kesehatan kulitnya. Produk mereka juga dijelaskan dengan konten yang menarik dan segar sehingga diharapkan postingan-postingan mereka dapat menarik perhatian bagi yang melihatnya. Tersedia pula kolom komentar dalam setiap postingannya baik di *feed* Instagram ataupun pada *instastory* sehingga pononton bisa memberikan komentar dan berinteraksi dengan Somethinc.

Official Instagram Somethinc: <https://www.instagram.com/somethincofficial/>

2. TikTok



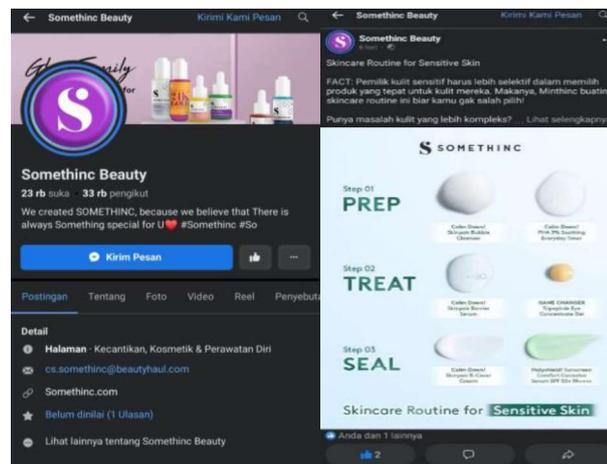
Gambar 2. 19 Akun TikTok Somethinc
Sumber: Somethinc Official TikTok (2023)

Somethinc memiliki akun TikTok dengan nama @somethincofficial dengan 2,4 juta pengikut per 2 Agustus 2023 dan jumlah *likes* sebanyak 26,5 juta yang artinya banyak orang menyukai konten-konten yang dibuat Somethinc. Postingan Somethinc menunjukkan bahwa mereka mempublikasikan produk-

produknya dengan desain dan konten yang menarik. Dibagikan pula kiat-kiat menggunakan makeup maupun menjaga kesehatan kulit kepada penonton. Somethinc juga nampak sering melakukan *live streaming* untuk memasarkan produknya. Kolom komentar dalam setiap postingannya ataupun *live streaming* mereka selalu terbuka sehingga penonton bisa memberikan komentar dan berinteraksi dengan Somethinc.

Official TikTok Somethinc: <https://vt.tiktok.com/ZSqQuwqJ/>

3. Facebook



Gambar 2. 20 Akun Facebook Somethinc
Sumber: Somethinc Official Facebook (2023)

Somethinc memiliki akun Facebook dengan nama Somethinc Beauty dengan 33 ribu pengikut per 2 Agustus 2023 dan jumlah *likes* sebanyak 23 ribu. Postingan Somethinc menunjukkan bahwa Somethinc mempublikasikan produk-produknya dengan desain menarik, tidak lupa dibagikan pula kiat-kiat dalam menggunakan makeup maupun menjaga kesehatan kulit. Tersedia kolom komentar dalam setiap postingannya sehingga pengunjung postingan mereka bisa memberikan komentar dan berinteraksi dengan Somethinc.

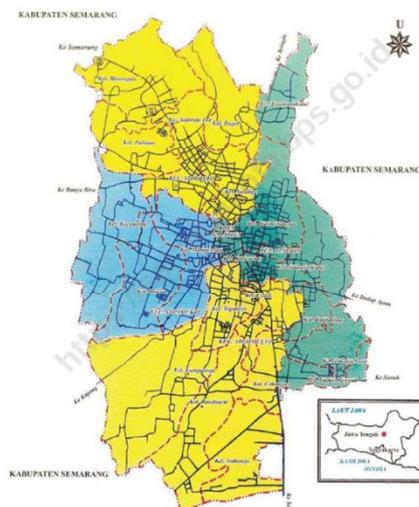
Official Facebook Somethinc: <https://web.facebook.com/somethinc/>

Somethinc memiliki akun WhatsApp resmi dengan nama Somethinc Official dimana Somethinc memberi fasilitas kepada konsumennya supaya bisa menyampaikan keluhan, kritik dan saran secara langsung ataupun jika ingin berkonsultasi terkait produk Somethinc yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Official WhatsApp Somethinc: +6281381781760

2.2 Gambaran Umum Kota Salatiga

2.2.1 Gambaran Geografis



Gambar 2. 23 Peta Wilayah Kota Salatiga

Sumber: salatigakota.bps.go.id, 2023

Secara geografis, Kota Salatiga memiliki luas total 54,98 km² letaknya berada di antara 007°17'9,767" dan 007°23'25,456" LS dan antara 110°27'58,86" dan 110°32'6,478" BT. Kota Salatiga memiliki ketinggian antara 450-825 m dari permukaan laut dimana wilayahnya berbatasan dengan beberapa wilayah, antara lain wilayah Kabupaten Semarang (bagian utara berbatasan Kec. Pabelan dan Tuntang, bagian timur dengan Kec. Tengaran dan Pabelan, bagian selatan dengan Kec. Tengaran dan Getasan, serta Kec. Tuntang dan Getasan pada bagian barat).

Secara administratif wilayah Kota Salatiga pada saat ini terbagi atas 4 kecamatan yaitu Kec. Sidorejo, Sidomukti, Tingkir dan Argomulyo dengan wilayah terluasnya adalah Kecamatan Argomulyo yang mencakup 32,99% dari total wilayah Kota Salatiga (luas total 18,14 km²). Secara keseluruhan terdapat 23 kelurahan yang dapat dijabarkan, yaitu

1. Kec. Sidorejo : Kel. Blotongan, Salatiga, Sidorejo Lor, Kauman Kidul, Pulutan dan Bugel.
2. Kec. Sidomukti : Kel. Noborejo, Ledok, Tegalrejo, Kumpulrejo, Randuacir, dan Cebongan.
3. Kec. Argomulyo : Kel. Ledok, Randuacir, Tegalrejo, Noborejo, Kumpulrejo, dan Cebongan.
4. Kec. Tingkir : Kel. Sidorejo Kidul, Tingkir Lor dan Tengah, Kalibening, Kutowinangun Lor dan Kidul, serta Gendongan.

2.2.2 Demografi Kota Salatiga

Berdasarkan data BPS tahun 2022, Kota Salatiga pada memiliki penduduk sebanyak 195.065 jiwa dengan laju pertumbuhannya sebesar 0,80 persen per tahun. Berdasarkan jumlah penduduknya, Kecamatan sidorejo memiliki jumlah penduduk terbanyak yakni 52.536 jiwa. Sedangkan berdasarkan dari kepadatan penduduknya penduduk terpadat berada di kawasan Kecamatan Tingkir yang memiliki kepadatan sebesar 4.486 orang/km². Kawasan dengan penduduk paling jarang ialah Kecamatan Argomulyo yang memiliki kepadatan sebesar 2.800 orang/km².

Tabel 2. 1 Data Penduduk Kota Salatiga 2022

Kecamatan	Penduduk (Jiwa)
Argomulyo	50.800
Tingkir	46.791
Sidomukti	44.938
Sidorejo	52.536
Salatiga	195.065

Sumber: salatigakota.bps.go.id, 2023

Berdasarkan rentang usia, jumlah penduduk di Kota Salatiga terbanyak berada pada kategori usia produktif, dengan usia 35 – 39 tahun menempati jumlah terbanyak yakni terdapat 15.723 jiwa atau 8,06% dari jumlah penduduk.

Tabel 2. 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pengelompokan Usia di Kota Salatiga 2022

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah	
	Laki-Laki	Perempuan	Jiwa	Presentase (%)
0-4	6.694	6.413	13.107	6,72
5-9	6.960	6.739	13.699	7,02
10-14	7.547	7.112	14.659	7,51
15-19	7.506	7.264	14.770	7,57
20-24	7.325	7.337	14.662	7,52
25-29	7.477	7.180	14.657	7,51
30-34	7.278	7.450	14.728	7,55
35-39	7.789	7.934	15.723	8,06
40-44	7.669	7.688	15.357	7,87
45-49	6.880	7.020	13.900	7,13
50-54	6.217	6.628	12.845	6,58
55-59	5.192	5.787	10.979	5,63
60-64	4.487	4.936	9.423	4,83
65-69	3.509	3.974	7.483	3,84
70-74	1.934	2.323	4.257	2,18
75+	1.877	2.939	4.816	2,47
Total	96.341	98.724	195.065	100

Sumber: salatigakota.bps.go.id, 2023

2.3 Identitas Responden

Identitas responden mewakili informasi (latar belakang) responden penelitian terkait. Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan usia, domisili kecamatan, pendidikan terakhir, pekerjaan (status), pendapatan per bulan, sumber informasi konsumen, dan kategori produk.

Ditetapkan sebanyak 100 responden dalam penelitian ini, yang mengisi kuesioner baik secara *offline* (40 orang) dan *online* melalui *google form* (60 orang) dengan memberikan pendapat atau penilaian berdasarkan pernyataan yang telah disajikan. Responden dipilih berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

- a. Konsumen produk Somethinc (pernah dan/atau tertarik untuk membeli atau menggunakan produk Somethinc).
- b. Wanita berusia minimal 17 tahun.
- c. Memiliki dan menggunakan medsos (pengguna media sosial).
- d. Berdomisili tetap atau sementara di Kota Salatiga.

2.3.1 Karakteristik Responden Berdasar pada Rentang Usia

Peneliti di dalam penelitian ini menetapkan responden (yang berasal dari kalangan wanita) dengan batas usia minimal adalah 17 tahun. Hal tersebut mempertimbangkan bahwa individu dianggap dapat menentukan sikap dalam pengambilan suatu keputusan pada batas usia tersebut. Usia 17 tahun merupakan batas usia legal di Indonesia, yang mana seseorang sudah dianggap dewasa, dianggap sudah cukup berkembang baik fisik, psikis dan perilakunya. Orang tersebut juga dianggap mampu fokus dan mengambil keputusan yang tepat

sehingga dianggap dapat bertanggungjawab akan dirinya sendiri. Data responden berikut merupakan data yang diperoleh berdasarkan pada rentang usia:

Tabel 2. 3 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 20 tahun	25	25
2.	20 – 24 tahun	63	63
3.	25 – 29 tahun	1	1
4.	30 – 34 tahun	2	2
5.	35 – 39 tahun	3	3
6.	≥ 40 tahun	6	6
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Mayoritas responden dengan 63 orang responden (63%) seperti yang terdapat dalam Tabel 2.3 berada di kisaran usia 20 – 24 tahun. Disusul responden dengan usia < 20 tahun berada pada posisi kedua dengan 25 orang (25%). Dapat ditunjukkan bahwa responden mayoritas berasal dari kalangan muda. Pada penelitian ini, semua responden juga berada pada kategori usia produktif dimana menurut BPS (2023) yakni antara 15 – 64 tahun. Hal ini sejalan dengan target sasaran utama dari penjualan kosmetik dan juga target pasar produk Somethinc.

2.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili (Kecamatan)

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan responden yang berdomisili tetap ataupun sementara dari keseluruhan kecamatan di Kota Salatiga. Data responden berikut merupakan data yang diperoleh berdasarkan domisili kecamatan:

Tabel 2. 4 Domisili Responden

No	Kecamatan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Argomulyo	24	24
2.	Sidomukti	20	20
3.	Sidorejo	29	29
4.	Tingkir	27	27
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Mayoritas responden berdomisili di Kecamatan Sidorejo yakni sebanyak 29 orang (29%) seperti yang terdapat dalam Tabel 2.4. Kemudian disusul Kecamatan Tingkir sebanyak 27 orang (27%), Kecamatan Argomulyo sebanyak 24 orang (24%) dan Kecamatan Sidomukti sebanyak 20 orang (20%). Responden teratas mewakili kecamatan dengan penduduk terbanyak dan kawasan dengan penduduk terpadat di Kota Salatiga, yaitu Kecamatan Sidorejo dan Kecamatan Tingkir.

2.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan seorang individu dapat memengaruhi pola pikir dan perilaku orang tersebut. Tingkat pendidikan terakhir responden dapat menjadi pertimbangan dan mempengaruhi pola pikir mereka dalam mengalokasikan pengeluarannya. Berikut merupakan data responden yang diperoleh berdasarkan domisili kecamatan:

Tabel 2. 5 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase (%)
1.	SMP	3	3
2.	SMA	72	72
3.	Diploma	4	4
4.	Sarjana	21	21
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Mayoritas responden seperti yang dapat diamati dalam Tabel 2.5 yaitu sebanyak 72 orang (72%) memiliki tingkat pendidikan terakhir jenjang SMA/ sederajat. Disusul jenjang Sarjana (S1) pada posisi kedua dengan jumlah 21 orang (21%), dan Diploma (D1/D2/D3) sejumlah 4 orang (4%) pada posisi ketiga. Berdasarkan data tersebut disimpulkan sebagian besar dari responden berlatar belakang pendidikan tingkat menengah yang mana hal ini terlihat dari tingkat pendidikan SMA/ sederajat yang mendominasi.

2.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan (Status)

Pekerjaan merupakan kegiatan sehari-hari atau aktivitas utama yang dilakukan oleh seseorang dalam penelitian ini yakni responden. Tujuan dari adanya pengelompokan pekerjaan (status) ialah untuk mengetahui gambaran penduduk yang berkaitan dengan variasi pekerjaan dari setiap responden. Data berikut merupakan data responden yang diperoleh dari pengelompokan jenis pekerjaan:

Tabel 2. 6 Pekerjaan (Status) Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pegawai Swasta	19	19
2.	Wiraswasta	4	4
3.	Pelajar/Mahasiswa	71	71
4.	Lainnya	6	6
	a. Ibu Rumah Tangga	(3)	(3)
	b. Belum Bekerja	(2)	(2)
	c. <i>Freelancer</i>	(1)	(1)
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Mayoritas atau sebagian responden dapat diamati dalam Tabel 2.6 yakni sebanyak 71 orang (71%) dari responden adalah kalangan pelajar atau mahasiswa.

Hal ini dikarenakan produk Somethinc sangat digemari khususnya bagi kalangan muda termasuk pelajar/mahasiswa.

2.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (Penghasilan)

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang didapatkan responden, baik dari upah atau hasil pekerjaan yang dilakukan ataupun pemasukan lainnya seperti uang saku. Pendapatan seseorang biasanya akan mempengaruhi pengeluaran seseorang dan dapat memengaruhi minat belinya. Data berikut merupakan data responden berdasarkan jumlah penghasilan per bulan :

Tabel 2. 7 Tabel Pendapatan (Penghasilan) Responden

No	Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	≤ Rp 1.500.000	73	73
2.	> Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000	21	21
3.	> Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000	4	4
4.	> Rp 4.500.000 – Rp 6.000.000	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari Tabel 2.7 menunjukkan bahwa sebanyak 73 orang (73%) atau mayoritas dari responden memiliki pendapatan sebesar ≤ Rp1.500.000,00. Hal ini disebabkan harga produk Somethinc yang variatif dan bisa terjangkau bagi para responden yang sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa yang memiliki pendapatan ≤ Rp1.500.000,00.

2.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi (Official Media Sosial)

Sumber informasi konsumen yang dimaksud disini adalah berdasarkan media sosial resmi Somethinc yang pernah dilihat atau dibaca oleh responden. Sejumlah Official Social Media Somethinc tercantum dalam *official website* mereka. Adanya pengelompokan ini guna mengetahui dari media sosial mana

responden mengetahui tentang Somethinc. Berikut data responden yang diperoleh berdasarkan sumber informasi (official media sosial yang pernah diakses):

Tabel 2. 8 Sumber Informasi Responden

No	Sumber Informasi	Frekuensi	Presentase (%)	Note: Setiap responden bisa memilih lebih dari satu platform
1.	Facebook	2	2	
2.	Instagram	35	35	
3.	Instagram, Facebook, Youtube	1	1	
4.	Instagram, TikTok	29	29	
5.	Instagram, TikTok, Facebook, Youtube	3	3	
6.	Instagram, TikTok, Youtube	11	11	
7.	Instagram, TikTok, Youtube, WhatsApp	2	2	
8.	Instagram, WhatsApp	1	1	
9.	Instagram, Youtube	2	2	
10.	TikTok	12	12	
11.	TikTok, Youtube	1	1	
12.	WhatsApp	1	1	
Jumlah		100	100	

Sumber: Data primer diolah, 2023

Mayoritas responden dapat diamati dalam Tabel 2.8 yakni terdapat sebesar 35% mengetahui merek Somethinc dari Official Media Sosial Instagramnya saja. Kemudian sebanyak 29% responden mengetahui merek Somethinc dari dua platform media sosial Instagram dan TikTok. Hal ini berarti Official Media Sosial Instagram dan TikTok dari Somethinc mendominasi sumber informasi yang paling banyak diakses (dilihat atau dibaca) responden.

2.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Diketahui dan/atau Pernah Dipakai

Dalam penelitian ini, responden dikelompokkan dalam kategori jenis produk Somethinc yang diketahui dan/atau pernah digunakan oleh responden. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kategori produk apa yang sering diketahui oleh konsumen sehingga dapat konsumen dapat diketahui dari patokan jenis produk

manakah mereka memberikan penilaian terhadap Somethinc. Berikut merupakan data responden yang diperoleh menurut jenis produk yang diketahui dan/atau pernah digunakan:

Tabel 2. 9 Jenis Produk yang Diketahui dan/atau Pernah Dipakai Responden

No	Kategori Produk	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Makeup	6	6
2.	Skincare & Bodycare	28	28
3.	Keduanya	66	66
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Mayoritas responden dapat diamati dalam Tabel 2.9 yakni terdapat sebanyak 66 orang (66%) mengetahui kedua kategori yakni produk *makeup* dan *skincare & bodycare*. Kemudian sebanyak 28 orang (28%) hanya mengetahui produk *skincare & bodycare*, sedangkan 6 orang (6%) hanya mengetahui produk *makeup*. Beberapa jenis produk Somethinc yang sering diketahui responden adalah *Cushion Foundation*, *Compact & Loose Powder*, dan *Lips* untuk kategori produk *makeup*, sedangkan kategori produk *skincare & bodycare*, yakni *Skin Solver Serum*, *Moisturizer*, *Sunscreens*, *Toners*, dan *Cleansers*.