

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kecantikan merupakan salah satu industri yang paling berpengaruh di dunia, terutama di Indonesia. Industri kecantikan seperti produk kosmetik dan produk *skincare* yang saat ini sedang mengalami peningkatan di Indonesia. Indonesia salah satu negara yang perkembangan produk *skincare*nya selalu mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Industri *skincare* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2025 dengan peningkatan sebesar US\$ 9,74 miliar dan pertumbuhan tahunan sebesar 4,33% sampai dengan tahun 2030. Kementerian Perindustrian melalui melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka Indonesia dalam tiga tahun terakhir pasca pandemi Covid-19 pelaku usaha pada sektor kecantikan terutama *skincare* ini melonjak sebesar 77% pada tahun 2020 sebanyak 726 pelaku usaha menjadi 1.292 pada tahun 2024 yang terdiri dari 83% pelaku usaha mikro atau kecil dan 17% merupakan perusahaan menengah dan besar.

Industri kecantikan berbasis *skincare* mulai mengalami perkembangan yang signifikan dikarenakan mulai tumbuhnya kesadaran masyarakat akan perawatan dan pentingnya menjaga kesehatan kulit. Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi dengan semakin pesatnya penggunaan sosial media sangat berpengaruh sebagai sumber utama dalam mendapatkan informasi mengenai produk *skincare* serta ulasan-ulasan mengenai pembelian produk tersebut (Purwandari & Hidayat,

2024). Standar kecantikan saat ini telah menjadi *trend* global yang tanpa disadari dianut dan dijadikan sebuah *lifestyle* bagi masyarakat global, terutama Indonesia.

From This Island merupakan sebuah produk perawatan kulit atau *skincare* yang didirikan oleh *Founder* Patricia Devina dan *co-founder* Maudy Ayunda pada 27 Oktober 2023. *From This Island* hadir karena masyarakat Indonesia sudah memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya merawat kulit, terutama dengan penggunaan *skincare*. *Brand From This Island* hadir dengan konsep *skincare* yang berbeda dengan produk lokal Indonesia, dimana menggunakan bahan baku tanaman asli Indonesia yang belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Tanaman endemik Indonesia ini antara lain seperti *Java Black Tea* (teh hitam Jawa), *Mangosteen Peel* (kulit buah manggis), *Guava* (jambu), *Illipe Butter*, *Java White Tea* (teh putih Jawa), *Bali Green Coffee* (kopi hijau Bali), dan *Papua Red Fruit* (buah merah Papua). *Papua Red Fruit* (buah merah Papua) menjadi salah satu produk unggulan dari *From This Island* dikarenakan buah merah Papua ini sangatlah asing bagi sebagian masyarakat Indonesia dan proses pengolahannya yang khusus.

Papua Red Fruit (buah merah Papua) ini merupakan *superfood* yang memiliki keunikan dan kandungan yang sangat bagus dan sudah diteliti secara klinis selama 10 tahun dan dipatenkan di Finzelberg, Jerman. *From This Island* menjadikan *Papua Red Fruit* ini sebagai *plumping cream* yang berfungsi untuk meremajakan kulit dan menjadikan kulit lembut serta kenyal. *Papua Red Fruit* diproduksi menjadi *plumping cream* oleh *From This Island* telah dipatenkan, LUMERA™ memiliki kandungan yang tinggi antioksidan sehingga dapat

dengan efektif melindungi kulit dari peradangan serta menangkal radikal bebas pada kulit. *Papua Red Fruit* yang terkandung di dalam *plumping cream* milik *From This Island* ini juga memiliki beberapa kandungan penting lainnya seperti Vitamin E, Vitamin C, *Bakuchiol* dan *Peptide Complex* yang berfungsi untuk mengurangi tanda penuaan dini seperti garis halus dan kerutan sehingga wajah menjadi halus dan kenyal.

Kandungan pada *Papua red fruit* yang menjadikan buah ini *superfood* dilansir pada Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan melalui bbksda-papuabarat.com memiliki kandungan utama sari buah merah Papua ini adalah asam lemak yang terdiri atas asam palmitat, asam oleat, asam linoleat dan asam linolenat. Buah merah memiliki kandungan asam lemak tak jenuh yang dominan berupa asam oleat sekitar 40,9%, disusul oleh asam linoleat sebesar 5,20% dan asam palmitoleat sebanyak 0,78%. Sementara itu, jenis asam lemak jenuh yang paling banyak ditemukan adalah asam palmitat dengan kadar 15,90% dan asam dekanoat sekitar 2%. Selain lemak, buah ini juga tinggi energi karena mengandung sekitar 400 kilo kalori per 100 gram daging buah, serta diperkaya dengan kalsium, serat, protein, vitamin B1, dan vitamin C yang baik untuk menunjang kesehatan (Ketaren, 2008).

From This Island pada tanggal 23 Januari 2025 kembali meluncurkan sebuah kampanye “***Re-New with Lumera™ for Your Pillow Skin Era***” pada media sosial yang dimilikinya, terutama Instagram dalam peluncuran ulang produk *Papua Red Fruit Plumping Cream*. Kampanye “***Re-New with Lumera™ for Your Pillow Skin Era***” ini menyajikan sebuah wajah baru bahwa *Papua Red Fruit Plumping Cream* bukanlah sebuah *skincare* saja, tetapi sebuah gerakan kebanggaan akan

kekayaan lokal Indonesia, keberlanjutan yang dibarengi dengan inovasi sains. *From This Island* dalam kampanye ini memberikan edukasi kepada audiens dengan *storybook* yang diilustrasikan oleh Junissa Bianda yang mengisahkan kisah inspiratif di balik pembuatan *plumping cream* yang dikemas beserta dengan *PR package* eksklusif berupa *pouch* merah, *Papua Red Fruit Plumping Cream*, dan *sleep mist* yang pengemasannya pun sesuai dengan *image* dari produknya.

Kampanye “***Re-New with Lumera™ for Your Pillow Skin***” dan *PR package* yang dibuat oleh *From This Island* ingin menekankan bahwa dengan perpaduan *Papua Red Fruit* dan *sleep mist* yang dipakai saat malam hari kulit melakukan proses peremajaan agar mendapatkan hasil kulit yang segar, lembut dan kenyal seperti bantal sesuai dengan nama kampanye ini. Setelah dilakukan kampanye dan peluncuran kembali *Papua Red Fruit Plumping Cream*, memberikan efek positif bagi *From This Island* sebagai *brand* yang meluncurkan cream ini dan bagi masyarakat. Bagi *From This Island* sendiri tentunya semakin menunjukkan *brand image* mereka yang sangat mengutamakan bahan baku utama produk *skincare* dengan tumbuhan asli Indonesia yang masih jarang ditemukan pada produk-produk *skincare* lokal lainnya yang dipadukan dengan inovasi teknologi sains.

Media sosial Instagram sebagai media kampanye utama *From This Island* dalam “***Re-New with Lumera™ for Your Pillow Skin***” tentunya memberikan efek domino yang positif kepada masyarakat, karena media sosial Instagram menjadi salah satu media yang memberikan informasi mengenai perkembangan dan *trend* terbaru dalam dunia kecantikan terutama *skincare* pada skala global maupun

Indonesia sendiri. Kampanye milik *From This Island* yang memadukan visual produk yang menarik dan juga memberikan *storybook* yang mengedukasi audiens dengan proses diciptakannya produk ini tentu memberikan kesan baru untuk publik dan mempengaruhi daya beli yang tinggi karena memiliki produk yang berbeda dengan membangun *brand image* bahan baku lokal milik Indonesia.

From This Island yang sejak awal berdirinya membangun *brand image* sebagai produk *skincare* yang bahan baku utamanya menggunakan tumbuhan lokal Indonesia agar semakin dikenal lebih luas oleh audiens. *Brand image* sendiri didefinisikan sebagai keyakinan, konsep, atau kesan seseorang terhadap sebuah merek, karena merek mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut (Kortler & Armstrong, 2018). Maka dari itu, *brand image* dapat digambarkan sebagai umpan balik atau respons yang diberikan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa, tergantung pada upaya perusahaan untuk memperkenalkan dan menarik minat pelanggan untuk membeli barang atau jasa tersebut (Bilgin, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Brand atau merek yang menawarkan sebuah produk maupun jasa tentunya sangat membutuhkan sebuah *brand image* bagi reputasi dan tentunya memiliki kesan khusus dari audiens, terutama pada dinamika perkembangan teknologi ini. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat, mengharuskan sebuah *brand* atau merek mulai membangun *brand image* yang memiliki ciri khas serta keunikan pada media sosial sebagai jendela utama informasi mengenai perkembangan teknologi dan tren terkini dalam skala global maupun nasional. Salah satu

perkembangan yang diminati oleh publik selama 5 tahun terakhir sejak pandemi Covid-19 berlangsung adalah perkembangan mengenai tren kecantikan, utamanya pada produk *skincare* yang mulai memiliki atensi khusus dari publik yang aktif menggunakan media sosial termasuk pada platform media sosial Instagram.

From This Island merupakan salah satu *brand* atau merek perawatan kecantikan *skincare* asal Indonesia yang tentunya hadir dengan pembaruan-pembaruan. *Brand From This Island* ini menjadi salah satu merek yang saat ini sedang diperbincangkan oleh publik karena memiliki keunikan dibandingkan dengan produk *skincare* lokal Indonesia lainnya, dimana mengutamakan bahan baku utama *skincare* dengan tanaman khas Indonesia yang dipadukan dengan teknologi. Produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* yang menggunakan buah merah asal Papua dan sudah diuji secara klinis selama 10 tahun di Finzelberg, Jerman dan memiliki hak paten sendiri LUMERA™ *Red Fruit Extract* yang hanya dimiliki oleh *From This Island*.

Masalah penelitian ini berfokus pada bagaimana *brand image* yang dibangun oleh *From This Island* pada produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* di media sosial Instagram agar memiliki reputasi yang sesuai dengan *brand image* yang dibangun serta penyampaian pesan persuasif yang diterima langsung oleh *audiens*.

1.3 Tujuan Penelitian

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konten kampanye yang dilakukan pada media sosial Instagram produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* yang dijadikan sebuah *brand image* dari *From This Island* brand

lokal produk *skincare* pendatang baru yang berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan keunikan-keunikan produk yang dikeluarkannya serta tujuan dilakukannya kampanye ini apakah berkaitan dengan pembangunan *brand image* *From This Island*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian yang dapat peneliti deskripsikan, diantaranya :

1. Manfaat Akademis

Secara akademi penelitian ini diharapkan menjadi acuan pada penelitian selanjutnya mengenai *brand image* konten media sosial pada platform lainnya selain Instagram.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi individu atau kelompok yang memiliki keterkaitan dalam membangun *brand image* di platform sosial media lainnya.

3. Manfaat Sosial

Secara Sosial penelitian ini diharapkan mampu menjadi media informatif yang menginformasikan kepada audiens mengenai tanaman lokal Indonesia memiliki manfaat yang sangat baik bagi kesehatan, terutama untuk kesehatan kulit.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Tipe Penelitian

Penelitian mengenai *brand image* yang memiliki keterkaitan dengan reputasi sebuah *brand skincare* lokal menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus secara observasi online pada platform media sosial Instagram. Menurut Bogdan dan Taylor kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2017). Penelitian mengenai iklan dan post berupa gambar di media sosial dapat menggunakan tipe kualitatif, tipe ini akan mengungkapkan bagaimana persepsi konsumen atau audiens membaca iklan maupun gambar yang dipublikasikan di media sosial tersebut (Belk, 2017).

Pendekatan studi kasus yaitu menjelaskan sebuah kejadian atau keadaan sebenarnya mengenai kondisi khusus yang berhubungan dengan seseorang (Yusanto, 2020). Pendekatan studi kasus dengan metode observasi secara *online* artinya melakukan studi secara mendalam terhadap satu kasus atau lainnya dengan pengamatan serta pengambilan datanya yang dilakukan pada media online seperti Instagram. Studi kasus dengan pendekatan observasi online pada penelitian ini adalah berbagai tanggapan atau respon yang diberikan oleh audiens *From This Island* pada kampanye “*Re-New with Lumera™ with Your Pillow Skin*” produk *Papua Red Fruit Plumping Cream 2.0* yang dilakukan peluncuran ulang pada Januari 2025.

1.5.2 Situs Penelitian

Situs penelitian ini adalah dimana situasi sosial sangat berkaitan erat dengan sasaran yang akan diteliti. Maka dari itu, situs penelitian ini diambil pada postingan Instagram kampanye *From This Island* yaitu **“*Re-New with LumeraTM with Your Pillow Skin*”** dengan peluncuran ulang produk *Papua Red Fruit* yang dikemas bersama *PR packagenya* yang menarik.

1.5.3 Sumber dan Jenis Data

Pada penelitian ini, sesuai dengan metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan studi kasus observasi online, maka jenis data yang diambil pada penelitian ini hanya satu, yaitu data primer..

1. Data Primer

Data primer pada penelitian ini bersumber dari hasil observasi yang dilakukan secara *online* dengan melihat berbagai reaksi yang diberikan oleh audiens terhadap produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* milik *From This Island*.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan proses observasi *online*. Observasi didefinisikan sebagai metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan juga pencatatan secara sistematis terhadap objek dan perilaku yang diteliti. Tahapan observasi ini dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh dan mengumpulkan hasil pengamatan terhadap objek yang akan diteliti. Pada tahapan ini dilakukan agar peneliti menemukan hasil yang relevan

dengan tema penelitian. Pada penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah observasi secara online, dimana peneliti mengobservasi data melalui tanggapan atau respon pada platform media sosial Instagram milik *From This Island*.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi online pada laman media sosial Instagram @fromthisisland milik *From This Island*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, diantaranya :

1. Analisis Konten

Pada langkah analisis konten ini, peneliti fokus dalam menganalisis konten yang diposting pada media sosial Instagram @fromthisisland dalam postingan-postingan mengenai kampanye produk *Papua Red Fruit Plumping Cream*. Dalam menganalisis media sosial Instagram peneliti memahami bagaimana *brand image* produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* dipersepsikan oleh audiens atau khalayak umum.

2. Analisis Wacana

Dalam teknik analisis wacana, peneliti menganalisis bahasa dan wacana yang digunakan oleh audiens dalam laman komentar untuk memahami bagaimana audiens melakukan interaksi komunikasi dengan *From This Island*.

3. Analisis Semiotik

Pada analisis semiotik ini, peneliti memahami simbol, tanda dan makna yang terdapat di dalam postingan dan komentar postingan kampanye untuk mengetahui bagaimana audiens memaknai merek tersebut.