

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Camille Beauty

Camille Beauty merupakan perusahaan rintisan yang bergerak di bidang produk kecantikan. Camille Beauty berdiri sejak tahun 2018 dengan sang *owner* yaitu Nadya Shavira. Produk yang diluncurkan pertama kali adalah produk masker organik dan sudah menggunakan sertifikasi dari BPOM. Produk dari masker organik ini memiliki beberapa varian yaitu *strawberry*, lemon, *green tea*, coklat, susu dan kopi. Berbagai macam dari produk tersebut memiliki kandungan yang berbeda, maka dari itu konsumen dapat menyesuaikan kebutuhan bagi perawatan wajah mereka dengan kondisi kulit masing-masing dari individu.

Masker yang di produksi oleh Camille Beauty dibuat sendiri oleh Nadya Shavira dibantu oleh sang ibu yaitu seorang apoteker. Pembuatan masker tersebut dibuat karena melihat potensi pasar dari produk kecantikan ini sedang naik. Awal mulanya, Nadya Shavira ingin mencari uang penghasilan sendiri dan bekerja menjadi reseller masker organik di suatu perusahaan. Melihat besarnya minat konsumen dalam melakukan pembelian masker organik pada waktu itu, Nadya mencoba untuk membuat maskernya sendiri karena pangsa pasar yang menjanjikan dengan bermodalkan uang 10 juta rupiah dalam merintis bisnis masker organiknya bersama sang ibu berdasarkan berita dari [nova.grid.id](http://nova.grid.id).

Camille beauty menasar kaum *millenial* yang berusia mulai dari 13 tahun atau remaja karena pada saat umur tersebut remaja pada umumnya mengalami kulit yang berjerawat sehingga membutuhkan produk yang dapat menjadikan kulit mereka terjaga dengan baik. Produk tersebut pada Shopee dan Tokopedia produk terlaris periode Agustus hingga September tahun 2021.

## B. Produk

Produk dari Camille Beauty dapat di temukan di *e-commerce* seperti Tokopedia ataupun Shopee. Hal tersebut menjadikan konsumen sangat mudah untuk mendapatkan produk dari Camille Beauty selain itu memang penggunaan *platform* secara *online* sangat mendukung bisnis pada saat pandemi, langkah tersebut di lakukan oleh Nadya Shavira dan berhasil mencatatkan penjualan tertinggi di *e-commerce* Shopee dan Tokopedia sebanyak lebih dari 700 ribu per bulannya dari periode Agustus-September 2021.

Gambar 2.1 Shopee Camille Beauty



Tidak hanya melewatit penjualan di *e-commerce* saja namun dapat juga melakukan pemesanan di *website* resmi Camille Beauty baik itu sebagai konsumen individu ataupun *seller* yang ingin menjual produk Camille Beauty. *Website* yang

ditampilkan pun bisa memberikan konsumen promo menarik dan menjadi member Camille Beauty dengan berbagai macam keuntungan.

Gambar 2.2 *Website* Camille Beauty

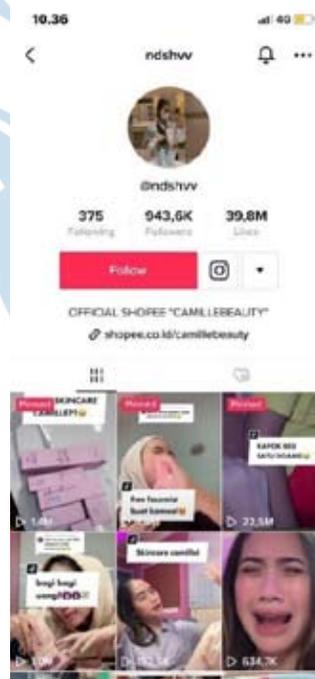


Hingga kini, produk dari Camille Beauty sendiri sudah memiliki puluhan *reseller* di Indonesia dan lebih dari 8.500 customer yang ada di Indonesia bahkan beberapa negara lain. Selain itu, dalam melakukan promosi yang dilakukan oleh Camille Beauty ini menggunakan akun Tiktok Nadya Shavira untuk menarik minat remaja karena pada usia tersebut pengguna Tiktok di Indonesia sangatlah banyak sehingga langkah tersebut dijadikan sebagai alat komunikasi terhadap konsumennya sekaligus melakukan promosi produk Camille Beauty.

Selain itu pada setiap unggahan yang dilakukan oleh Camille Beauty di akun Tiktok mereka, setiap minggunya akun tersebut mengunggah rata-rata tujuh kali unggahan di minggu yang sama, bahkan dalam satu hari bisa saja mengunggah dua video sekaligus. Hal tersebut berkaitan dengan konsep yang sama mengenai

terpaan dalam penelitian ini pada bagian frekuensi penayangan video, semakin sering orang diterpa oleh isi pesan atau informasi yang dihadirkan oleh Camille Beauty di akun Tiktok mereka, maka ada kecenderungan untuk konsumen berminat melakukan pembelian (Shimp, 2018). Konsep terpaan dilakukan oleh Camille Beauty sesuai dari indikator yang dikatakan oleh Rosengren pada (Rakhmat, 2009) terdapat di dalam setiap unggahannya mengenai frekuensi yang dilihat dari seberapa sering Camille Beauty mengunggah video ke akun Tiktok mereka, durasi yang dapat dilihat dari seberapa lama Camille Beauty mengunggah dalam satu video mereka dan atensi mengenai informasi yang disajikan dalam video tersebut.

Gambar 2.3 Akun Tiktok Camille Beauty atau akun Nadya Shavira



Nadya Shavira mulai mempromosikan Camille Beauty melalui akun Tiktoknya pada tahun 2020. Jenis konten pada akun Camille Beauty mengenai informasi dari bahan produk, hasil pemakaian produk, serta konten-konten hiburan.

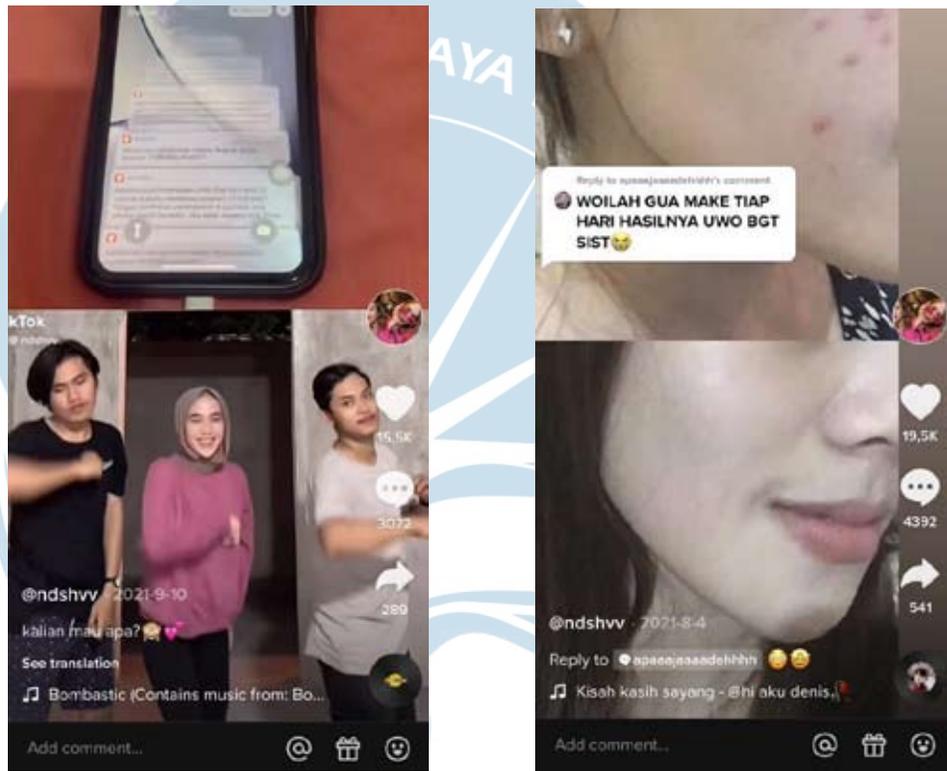
Gambar 2.4 Video unggahan pertama Nadya Shavira tentang Camille Beauty di akun tiktoknya



Konten yang diunggah oleh Nadya Shavira dari dulu memang sudah masuk ke kategori video *fyp* atau video yang viral karena sudah memiliki banyak *viewers* dan

*likes*. Namun pada tahun 2021, jumlah penonton Nadya Shavira mulai naik karena adanya *trend* produk kecantikan saat era pandemic.

Gambar 2.5 dan Gambar 2.6 Konten Iklan akun Tiktok Camille Beauty



Hingga saat ini ada lebih dari 100 konten yang sudah diunggah oleh Nadya Shavira pada akun Tiktok Camille Beauty-nya.

### C. Informasi Kontak Perusahaan

1. Alamat : Jalan Cipinang Muara 2 RT. 01/03 Pondok Bambu, Duren Sawit, Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13430

2. Telepon : (021) 349878 / 0898989898767 (Whatsapp)

3. Website : [Camillebeauty.id](http://Camillebeauty.id)

