

BAB II

OBJEK PENELITIAN

A. Profil Umum Mutiara Cosmetics

Mutiara Cosmetics merupakan salah satu toko kosmetik yang berada di Yogyakarta dan sudah berdiri sejak tahun 1996, pada 5 Desember 2021 lalu telah merayakan hari jadinya yang ke-25 tahun. Saat ini Mutiara Cosmetics dipegang oleh Koh Erick dan sudah memiliki lima cabang toko di Yogyakarta. Cabang pertama yaitu Mutiara Cosmetics Lempuyangan, cabang kedua Mutiara Cosmetics Katamso, cabang ketiga Mutiara Cosmetics Babarasari, cabang keempat Mutiara Jakal 1 dan cabang kelima Mutiara Cosmetics Jakal 1 dan yang terakhir kemarin pada tanggal 14 Januari 2022, Mutiara Cosmetics membuka cabang baru Mutiara Cosmetics Jakal 2. Target pasar Mutiara Cosmetics yaitu masyarakat yang berada di Yogyakarta terutama para mahasiswa yang berkuliah di Yogyakarta.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 kosmetik adalah bahan atau sediaan atau dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), gigi, dan rongga mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Kelengkapan produk di Mutiara Cosmetics sebagai toko kosmetik memang tidak diragukan lagi segala jenis produk kecantikan mulai dari *make up*, *skin care*, *hair care* dan *salon supplier* dari berbagai merk tersedia.

Keberhasilan Mutiara Cosmetics hingga memiliki lima cabang di Yogyakarta tentunya didukung dengan strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran. Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan Mutiara Cosmetics adalah dengan memanfaatkan akun Instagram untuk melakukan promosi, meningkatkan *engagement* dan *followers*, dan tentunya meningkatkan penjualan produk.

B. Konten Pemasaran pada Instagram Mutiara Cosmetics

Instagram memiliki pengaruh yang besar bagi Mutiara Cosmetics, dengan pengikut yang sudah mencapai 320.000 pengikut dan memiliki *engagement rate* tertinggi per Maret 2022 diantara akun instagram toko kosmetik yang ada di Yogyakarta seperti CF Beauty, Jelita Cosmetic, Puspa Indah dan Els Beauty (Social Blade, 2022). Semua itu diperoleh karena Mutiara Cosmetics mampu konsisten dalam pengunggahan konten yang menarik dan bermanfaat, pemanfaatan fitur-fitur Instagram salah satunya *hashtag*, mengikuti trend yang ada atau *up-to-date*, mendengarkan dan mengikuti kemauan *followers* mereka dan berinteraksi dengan mereka. Jenis-jenis konten yang disajikan di *feeds* Instagram juga beragam diantaranya ada konten rekomendasi produk, tips kecantikan, *giveaway*, dan *beauty class*. Konten yang disajikan pun mengandung pesan yang efektif dan bisa dilihat kualitas pesan tersebut. Mutiara Cosmetics memiliki tema dan daya tarik pesan yang berkaitan dengan posisi merek yaitu sebagai toko kosmetik terlengkap di Yogyakarta. Berikut adalah jenis-jenis konten pemasaran pada *feeds* Instagram Mutiara Cosmetics yang telah diunggah:

1. Konten Pemasaran yang Informatif & Rekomendasi Produk

Gambar di bawah ini merupakan beberapa contoh konten pemasaran yang informatif yang bermanfaat bagi *followers* mereka karena berisi tips atau informasi terkait perawatan wajah. Tidak hanya memberikan informasi seputar perawatan saja tetapi juga merekomendasikan produk-produk yang disesuaikan dengan topik permasalahan yang diangkat. Sehingga membantu *followers* mereka untuk mengetahui produk yang sesuai. Informasi yang diberikan juga dapat dipercaya karena Mutiara Cosmetics bekerja sama dengan brand kecantikan tersebut, kandungan yang tercantum dalam produk juga membantu Mutiara Cosmetics dalam merekomendasikan produk.

GAMBAR 4.
Konten Visual pada Instagram Mutiara Cosmetics



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

GAMBAR 5.
Konten Teks Takaran *Sunscreen*



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

GAMBAR 6.
Konten Audio Visual Rekomendasi *Face Wash*



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

2. Konten Pemasaran yang *Up-to-date*

Gambar di bawah ini merupakan beberapa contoh konten pemasaran yang *up-to-date*. Konten pemasaran yang *up-to-date* atau kekinian akan menarik konsumen untuk melihat atau bahkan mengomentarnya. Tentunya ini menambah *engagement rate* Instagram

Mutiara Cosmetics. Contoh Gambar ke-7 adalah konten yang bertemakan seri drama “Layangan Putus” yang sempat naik daun pada awal tahun 2022 ini, Mutiara Cosmetics tertarik untuk mengangkat tema “pelakor” pada konten pemasaran mereka di feeds Instagram dengan merekomendasikan *make up* yang digunakan oleh tokoh utama pada series “Layangan Putus” untuk menghadapi pelakor. Contoh Gambar ke-8 adalah gambar yang memiliki tema masuk sekolah karena pada awal tahun 2022, pemerintah sudah memperbolehkan pembelajaran tatap muka. Informasi ini menjadi menarik untuk diangkat menjadi tema konten pemasaran Mutiara Cosmetics untuk membuat rekomendasi produk bedak yang digunakan para pelajar ke sekolah dengan penjelasan masing-masing kelebihan merek dan harga. Hal ini dapat membantu *followers* mereka yang mulai masuk sekolah. Contoh Gambar ke-9 adalah konten yang menjelaskan serum wajah terbaru dari Azarine yang bertemakan para *superhero* dari Marvel. Mutiara Cosmetics mengemas konten pemasaran dalam bentuk video *reels* yang menjelaskan fungsi setiap serum *superhero* Marvel. Tema konten ini tentunya menarik perhatian dan membuat penasaran para *followers* Mutiara Cosmetics pecinta Marvel.

GAMBAR 7.
Konten *Make Up* Pelakor



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

GAMBAR 8.
Konten Rekomendasi Bedak Anak Sekolah



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

GAMBAR 9.
Konten Azarine x Marvel



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

3. **Konten *Giveaway & Beauty Class***

Gambar di bawah ini adalah konten yang ditunggu-tunggu oleh *followers* Mutiara Cosmetics karena ada kerjasama antara *brand* dengan Mutiara Cosmetics untuk membagikan hadiah kepada *followers* yang memenuhi syarat *giveaway*. Konten pemasaran dengan menggunakan *giveaway* mampu meningkatkan *brand awareness* produk atau *brands*, membantu promosi dari mulut ke mulut, dan tentunya meningkatkan *engagement* Instagram Mutiara Cosmetics karena interaksi mereka dengan *followers* dan *followers* dengan *followers*. Selain itu ada, konten pemasaran dengan mengadakan *beauty class*. Sama halnya seperti *giveaway*, *beauty class* juga memiliki manfaat yaitu membantu *brand* untuk mengenalkan produk mereka ke *followers* secara langsung sehingga dapat mencoba bahkan membeli produk yang digunakan saat *beauty class* tersebut. Manfaat juga dirasakan *followers* yang mengikuti *beauty class* yang diadakan oleh *brand* dan Mutiara Cosmetics yaitu dapat belajar tata cara berdandan secara langsung, manfaat setiap produk, dan relasi baru.

GAMBAR 10.
Konten *Giveaway* Azarine



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

GAMBAR 11.
Konten *Beauty Class* Nu Face

The image is a screenshot of an Instagram post from the account **mutiaracosmetics_id**, which is identified as **Mutiara Cosmetics**. The post features a promotional graphic for a **Shopee LIVE** event. The central theme is **Your Nu Korean Beauty**, with the **nuface** logo prominently displayed at the top left. The graphic shows two bottles of Nu Face skincare products on a pedestal. To the right, there is a portrait of a woman, identified as **Nara Sumber: @dyahayuel**, a **Beauty Influencer**. The event is scheduled for **KAMIS, 9 Desember 2021** at **JAM 12:00 WIB - Selesai**. A **LELANG PRODUK** (Product Auction) is highlighted with a price of **Rp. 99**. A **GIVEAWAY!** section mentions a **berhadiah Voucher SENILAI RATUSAN RIBU RUPIAH!** (gifted Voucher worth hundreds of thousands of Rupiah!) and includes the **Shopee Pay** logo. A **Discount up to 50%** is also advertised, with a note that it is ***1 day only**. The post includes standard Instagram interaction icons at the bottom: a heart, a comment bubble, a share icon, and a bookmark icon.

Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022

GAMBAR 12.
Konten Audio Visual *Giveaway* Emina



Sumber: Instagram Mutiara Cosmetics, 2022