

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Profile Elsheskin

Salah satu *brand skincare* lokal Indonesia Elsheskin sudah berdiri sejak tahun 2014 yang menjadi pelopor serum lokal di Indonesia. Produk *skincare* Elsheskin ini didirikan oleh CV. Putra Jaya Mandiri yang berlokasi di Kota Yogyakarta. Elsheskin merupakan *brand* lokal di Indonesia yang memiliki kandungan formula aman untuk semua jenis kulit perempuan di Indonesia, bahkan produk-produk dari Elsheskin ini juga aman digunakan untuk ibu hamil. Seiring dengan perkembangan inovasi yang dilakukan oleh Elsheskin sejak awal tahun 2014 hingga tahun 2022 ini, maka produk-produk dari Elsheskin mendapatkan penilaian bagus mengenai dapat memecahkan permasalahan kulit perempuan di Indonesia seperti jerawat, komedo, minyak berlebih, kusam, flek hitam, dan lain-lain. Tercatat dalam web resmi BPOM, pada tahun 2020 produk Elsheskin yang berjumlah 119 produk ini telah mendapatkan sertifikasi HALAL dan BPOM. Hal tersebut dilihat dari standar pabrik internasional yang dimiliki oleh CV. Putra Jaya Mandiri seperti terjamin kualitas, keamanan, dan kebersihan dari produk-produk yang dimiliki Elsheskin (2020, izipom.com).

ElshéSkin

Gambar 6. Logo Elsheskin

(Sumber : www.elsheskin.com)



Gambar 7. Hasil *Capture Bio* Instagram Elsheskin yang membuktikan bahwa Produk-Produk Elsheskin bersertifikasi HALAL dan BPOM

(Sumber : *Instagram Elsheskin*, 7 Juli 2022)

Selain dikenal sebagai pelopor serum lokal di Indonesia, salah satu produk serum yang dimiliki Elsheskin ini telah memenangkan *award* dari *platform* kecantikan yang terkenal di Indonesia yaitu Sociolla dan Female Daily Network.

Kedua *platform* tersebut tidak hanya menyediakan jasa penjualan produk kecantikan, melainkan juga memberikan penilaian atau *review* terhadap produk-produk kecantikan baik dari *brand* lokal maupun internasional. Sehingga, 3 tahun terakhir ini dari tahun 2019 – 2021 salah satu serum dari Elsheskin mendapatkan kesempatan menjadi salah satu *best serum* di Indonesia, yang dilihat dari penilaian atau *review* konsumen melalui laman kedua *platform* tersebut (2021,elsheskin.com)



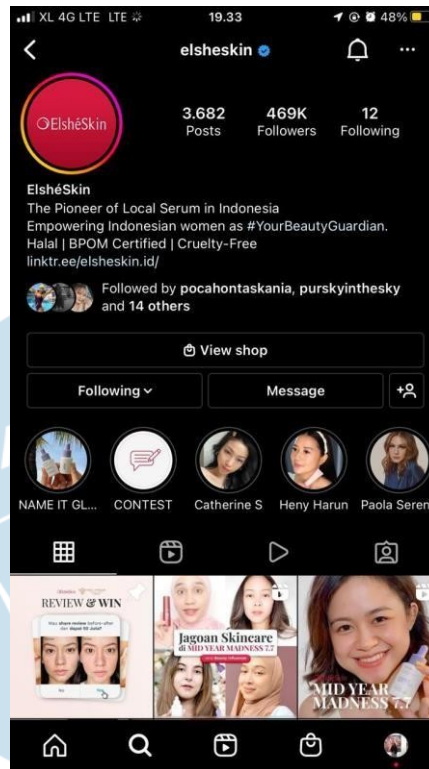
Gambar 8. Bukti Prestasi yang diraih Elsheskin di Sociolla Award dan Female Daily Award 2020

(Sumber : Instagram Elsheskin, 3 Maret 2022)

B. Iklan Campaign #ImPerfectBeauty Elsheskin

Iklan *campaign* #ImperfectBeauty diunggah melalui akun Instagram Elsheskin pada tanggal 1 Juni 2021. Dalam kegiatan iklan tersebut Elsheskin menggandeng salah satu model *down syndrome* bernama Namira Zania Siregar. Penggunaan model yang memiliki keunikan tersendiri ini menjadi sebuah inovasi terbaru bagi *brand skincare* lokal Indonesia. Kegiatan iklan ini berangkat dari topik

hangat yang menjadi keresahan bagi kaum perempuan di Indonesia tentang standar kecantikan yang dimiliki. Selain menggunakan model yang memiliki keunikan tersendiri, Elsheskin juga mengajak empat model lainnya dimana berasal dari latar belakang profesi berbeda-beda, salah satunya yaitu ibu rumah tangga. Dari adanya penggunaan model yang memiliki keunikan tersendiri ini dapat bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kaum perempuan Indonesia bahwa mereka memiliki potensi kecantikan masing-masing (2021 : Liputan6.com). Media yang digunakan untuk menyebarkan kegiatan kampanye ini melalui media sosial Instagram @Elsheskin. Elsheskin juga memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki di Instagram seperti *feeds*, *story*, IG TV, dan *highlights story*. Pemanfaatan penggunaan fitur-fitur tersebut mendapatkan respon baik oleh followers atau pengikut akun Instagram @Elsheskin.



Gambar 9. Jumlah Followers @Elsheskin

(Sumber : Instagram Elsheskin, 7 Juli 2022)

Sesuai dengan *hashtag* yang digunakan #ImPerfectBeauty memiliki arti bahwa ketidaksempurnaan yang dimiliki oleh kaum perempuan di Indonesia merupakan hal yang wajar atau *brand* Elsheskin ingin mengajak dan menyadarkan kepada kaum perempuan untuk percaya bahwa semua perempuan itu cantik. Tujuan utama iklan *campaign* yang dilakukan Elsheskin ditunjukkan melalui salah satu postingan iklan *campaign* #ImPerfectBeauty. Dalam postingan *quotes* atau kalimat yang menunjukkan tujuan dibuatnya iklan ini, mendapatkan respon baik dari *followers* Elsheskin yang dapat dibuktikan melalui jumlah *likes* sebanyak 16.841.

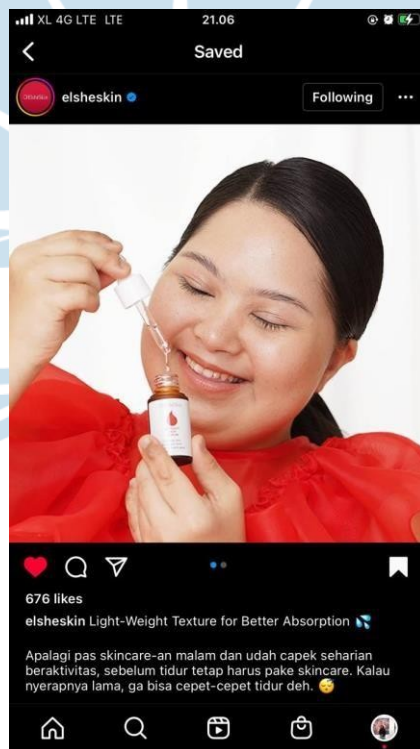


Gambar 10. Tujuan Utama Elsheskin Membuat Iklan *Campaign* #ImPerfectBeauty

(Sumber : Instagram Elsheskin, 1 Juni 2021)

Selain menunjukkan tujuan utama *brand* Elsheskin membuat iklan *campaign* dengan *hashtag* #ImPerfectBeauty, Elsheskin juga mengiklankan salah satu produk serum keunggulan yang dimiliki *brand* Elsheskin. Dalam melakukan iklan dengan *hashtag* #ImPerfectBeauty Elsheskin juga memanfaatkan hal tersebut untuk mempromosikan kepada konsumen atau *followers* mengenai salah satu produk keunggulan yang dimiliki Elsheskin ini juga aman digunakan untuk semua

jenis kulit kaum perempuan Indonesia. Hal tersebut juga ditunjukkan dalam salah satu postingan iklan *campaign* #ImPerfectBeauty yang menggunakan tampilan foto (*visual*) salah satu model yang memiliki kekurangan atau *down syndrome*. Adanya pemakaian model yang disesuaikan dengan tujuan utama iklan *campaign* #ImPerfectBeauty, maka membuat konsumen atau *followers* yang melihat iklan ini semakin memahami pesan utama dari iklan yaitu ketidaksempurnaan merupakan hal yang wajar.



Gambar 11. Salah satu bentuk visualisasi dari #ImPerfectBeauty dengan produk Elsheskin

(Sumber : Instagram Elsheskin, 18 Juni 2021)