

BAB 2

DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

A. OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian pada penelitian ini adalah Bloomka yang merupakan salah satu *brand skin care* yang berkembang di Indonesia. Data mengenai objek penelitian didapatkan melalui wawancara dengan Direktur Bloomka yang bernama Shekinah Magda. Wawancara dilakukan pada tanggal 30 September 2022 melalui *Zoom*.

1. Sejarah, Visi, Misi, Logo, dan Struktur Organisasi Bloomka

Menurut penjelasan dari Shekinah Magda (Komunikasi Pribadi, September 2022) Bloomka merupakan anak perusahaan dari PT Mitra Kreasi Natural. PT Mitra Kreasi Natural memiliki beberapa anak perusahaan atau sister company dari Bloomka yaitu The Bath Box, All glows, dan Purivera Botanicals. Bloomka didirikan pada tahun 2020, tepatnya bulan Mei dengan mengusung produk berbahan natural 100 persen alami untuk mengatasi permasalahan kulit masyarakat Indonesia khususnya remaja Indonesia. Tidak berhenti sampai situ, pengemasan produk Bloomka juga menjaga kelestarian lingkungan dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan sehingga mudah didaur ulang. Bloomka sudah tidak lagi menggunakan bahan plastik dalam proses produksi hingga distribusi.

Awalnya PT Mitra Kreasi Natural hanya memiliki satu *brand* yaitu The Bath Box. *Brand* tersebut memproduksi *skin care* dan *body care* dengan bahan natural, namun produknya dipasarkan dengan harga lebih dari 200.000

rupiah. Kemudian banyak permintaan pasar akan adanya produk *skin care* dengan bahan yang natural namun harganya terjangkau. Oleh karena itu, PT Mitra Kreasi Natural membuat *brand* baru yaitu Bloomka (Shekinah Magda, Komunikasi Pribadi, September 2022).

Produk yang dipasarkan oleh Bloomka bervariasi yaitu untuk pencegahan jerawat, perawatan kulit lembab, perawatan kulit cerah, mengecilkan pori-pori, *anti-aging*, dsb. Jenis produknya mulai dari toner, serum, pelembab, sabun cuci muka *face mist*, *face oil*, dan juga *face balm*. Produk-produk tersebut dibandrol dengan harga mulai dari 47.400 rupiah hingga 224.000 rupiah. Bloomka juga menjual produk *bundling* atau beberapa produk yang dapat dibeli dalam satu paket, dengan harga yang lebih murah.

Shekinah Magda (Komunikasi Pribadi, September 2022) menjelaskan visi dari Bloomka ialah “*Menjadi merek dengan produk berbahan dasar natural terbaik untuk kulit dengan kualitas tinggi, efektif, dan harga yang terjangkau di Indonesia terutama untuk para generasi pemula dalam perawatan kulit*”. Selain itu ada beberapa misi yang dilakukan oleh Bloomka yaitu :

- a. Menghancurkan stigma bahwa cantik itu mahal dan meyakinkan bahwa cantik dan kulit sehat adalah hak semua perempuan.
- b. Membuat produk dengan bahan dasar natural yang aman untuk ibu hamil, menyusui, kulit remaja, hingga kulit sensitif.
- c. Memastikan seluruh produk terdaftar di BPOM sebelum dijual kepada masyarakat luas.

- d. Dekat dengan pelanggan maupun audiens yang berinteraksi dengan Bloomka.
- e. Menyajikan konten edukatif serta menarik, tidak hanya fokus berjualan produk tetapi juga selalu mengedukasi dan menghibur audiens.

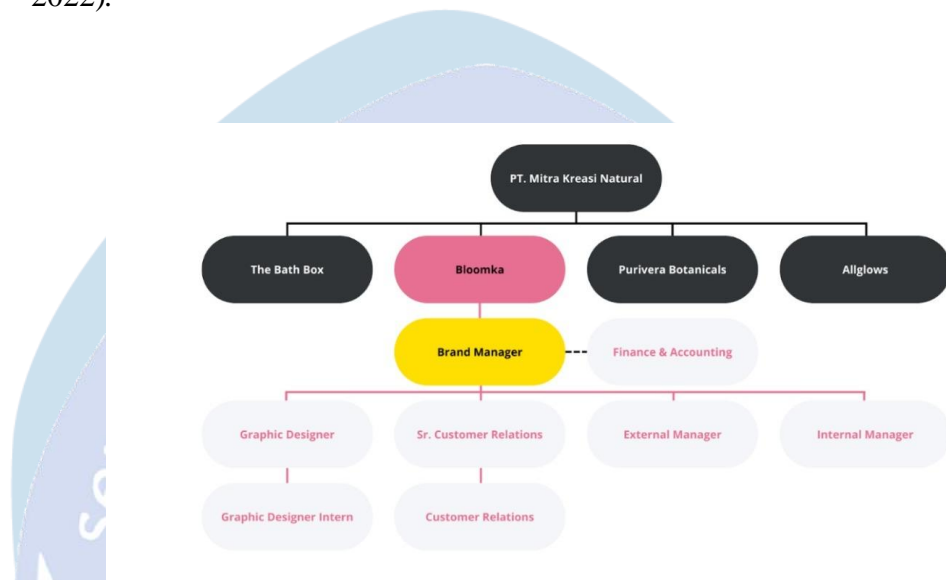
Bloomka berasal dari kata *bloom* dalam Bahasa Inggris yang memiliki arti mekar. Berangkat dari nama ini, Bloomka mengharapkan bahwa *brand* ini dapat selalu berkembang dan mekar seiring berjalannya waktu. Arti nama ini juga berkaitan dengan target pasar mereka yaitu usia 17-25 tahun, yang menurut Direktur Bloomka (Shekinah Magda) pada usia tersebut, seseorang sedang dalam masa ‘mekar’ untuk berkembang (Shekinah Magda, Komunikasi Pribadi, September 2022).



Gambar 2. 1. Logo Bloomka
Sumber : [instagram.com/bloomka_id](https://www.instagram.com/bloomka_id)

Sedangkan logo Bloomka pada gambar 2.1., diciptakan dengan *font* yang gendut supaya sesuai dengan selera anak muda sesuai dengan kutipan wawancara singkat pada tanggal 30 September 2022 dengan Shekinah Magda selaku Direktur Bloomka yaitu “Jadi emang sengaja dibuat yang gendut biar

anak muda banget. Kalau *font*-nya tipis kan terlihat resmi dan kaku.” Warna pink yang mencolok digunakan untuk menarik minat *customer* dan agar terlihat cerah serta *fun* (Shekinah Magda, Komunikasi Pribadi, September 2022).



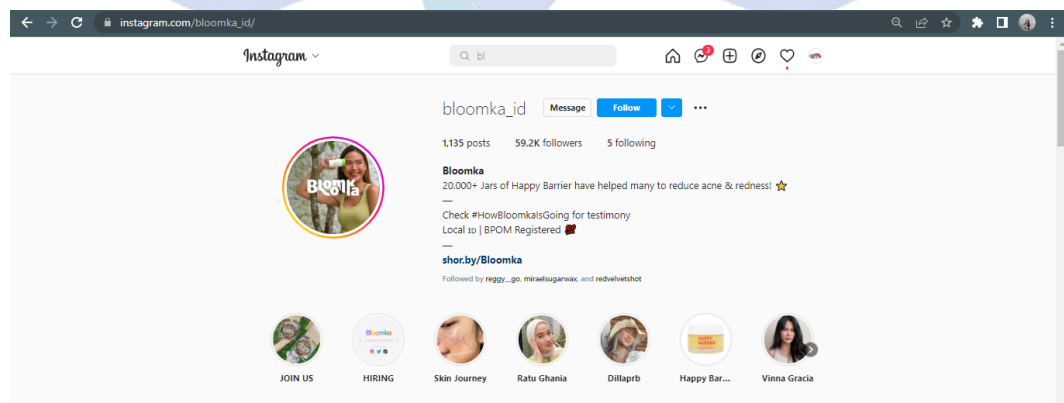
Gambar 2. 2. Struktur Organisasi Bloomka
Sumber : Komunikasi Pribadi

Gambar 2.2. menunjukkan struktur organisasi dari Bloomka. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa Bloomka adalah anak perusahaan dari PT. Mitra Kreasi Natural, manajemen Bloomka juga berada di bawah PT. Mitra Kreasi Natural sejajar dengan *sister companies* dari Bloomka. Penghubung tim Bloomka dengan PT. Mitra Kreasi Natural adalah melalui Direktur dari Bloomka, yaitu Shekinah Magda. Kemudian seluruh kegiatan dari *Graphic Design*, *Customer Relation*, *External Manager*, dan juga *Internal Manager* dikendalikan oleh *Brand Manager*.

2. Profil Bloomka

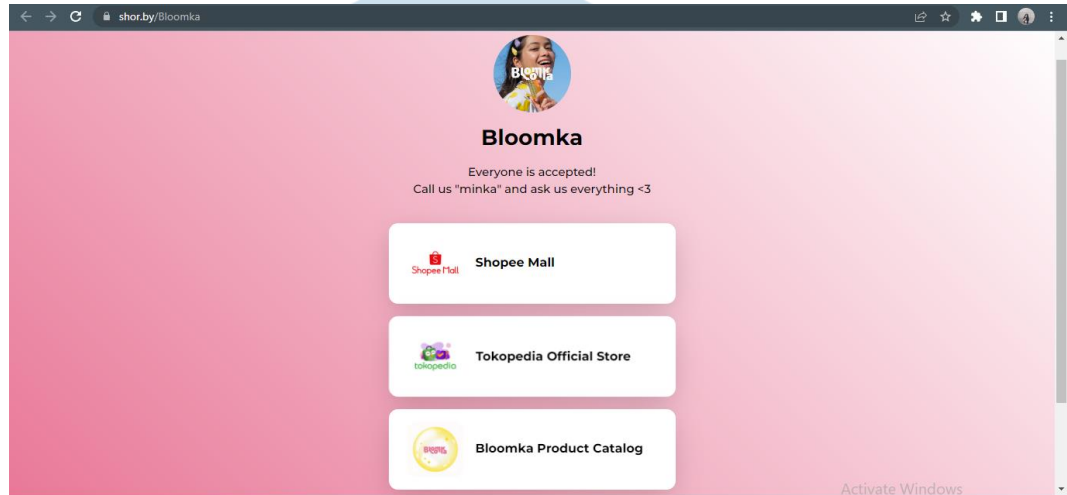
Bloomka aktif di sosial media terutama di Instagram, dengan *username* @bloomka_id yang memiliki *followers* sejumlah 55.500 akun. Penggunaan instagram sebagai sosial media utama membuat kegiatan interaksi Bloomka dengan *customer* nya menjadi lebih mudah dan juga cepat. *Customer* akan mudah mendapatkan informasi mengenai produk yang sedang dirilis, promo yang sedang diadakan. Hal ini mempermudah juga pembelian secara daring melalui beberapa *e-commerce* yang dimiliki Bloomka salah satunya Shopee.

Instagram Bloomka membagikan post mengenai foto, video, dan juga ulasan baik mengenai produk yang dipasarkan. Foto dan video yang dibagikan digunakan sebagai ajang untuk memasarkan produk dan juga sebagai media untuk berinteraksi dengan pengikutnya. Fitur *direct message* juga dimanfaatkan dengan maksimal. Pengikut Bloomka dapat mengajukan pertanyaan, konsultasi, dan juga keluhan melalui fitur tersebut. Admin dari Bloomka atau dapat disebut juga Minka, akan membalas pesan yang dikirimkan.



Gambar 2. 3. Profil Instagram Bloomka
Sumber : [instagram.com/blomka_id](https://www.instagram.com/blomka_id)

Bloomka menambahkan link pada profil instagram untuk mengarahkan pengikutnya ke katalog dan juga e-commerce yang tersedia. Penambahan link ini dapat mempermudah pengikut Bloomka jika ingin melakukan pembelian produk yang diinginkan.



Gambar 2. 4. Link Penghubung E-Commerce Bloomka
Sumber : [instagram.com/bloomka_id](https://www.instagram.com/bloomka_id)