

## BAB II

### DESKRIPSI SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

#### A. Wardah

Wardah merupakan merek produk kecantikan yang sudah berdiri sejak tahun 1995 di Indonesia dengan nama perusahaan PT. Paragon Technology and Innovation (Waruwu, 2019). Sebagai pionir produk kosmetik halal, Wardah kini semakin berkembang dengan ragam produk kecantikan, yang tak hanya bersifat dekoratif (*makeup*) namun juga perawatan kulit dan rambut yang berkualitas. Perusahaan tersebut didirikan oleh Nurhayati Subakat yang menjadi komisaris PT. PTI. Sejak awal, PT. PTI berkomitmen untuk selalu memberi manfaat bagi sekitar. Komitmen tersebut diwujudkan melalui visi perusahaan yaitu: mengembangkan Paragonian, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, perbaikan berkesinambungan, tumbuh bersama-sama, memelihara bumi, mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa, serta mengembangkan bisnis.

Gambar 2.1 PT Paragon Technology and Innovation Indonesia



(Sumber: kaskus.co.id)

Nama Wardah diambil dari bahasa Arab yang berarti bunga mawar, mawar sendiri juga memiliki julukan sebagai ratu bunga sehingga menjadikan Wardah sebagai merek dagang yang mengutamakan kecantikan sesuai dengan karakter nya masing-masing (Waruwu, 2019). Wardah sendiri merupakan merek yang menggunakan istilah islami karena Wardah selalu mengedepankan produk yang halal bagi seluruh konsumennya dan sesuai dengan regulasi pemerintah Indonesia.

Bersama-sama, tim Wardah berupaya mewujudkan hari ini yang selalu lebih baik dari hari kemarin (Ayun, 2020). Produk yang diluncurkan oleh Wardah sendiri memiliki beberapa varian merek dan kegunaan masing-masing nya. Produk tersebut seperti *skincare*, *make up*, *haircare* dan *bodycare*. Pada penelitian ini menggunakan salah satu dari sub kategori dari Wardah untuk membuat fokus penelitian dan dapat di analisis lebih mendalam terkait dengan produk dari Wardah.

Tujuan tersebut kemudian didukung dengan menciptakan kampanye *Wardah Inspiring Movement* (WIM), sebuah gerakan kebaikan inisiatif Wardah yang melibatkan serta mengundang partisipasi individu, kelompok, maupun organisasi untuk bersama-sama berkontribusi terhadap pembangunan Indonesia di bidang Pendidikan, Kesehatan, Pemberdayaan Perempuan, dan Lingkungan (Ayun, 2020).

## B. Raline Shah

Nama lengkap Raline adalah Raline Rahmat Shah, lahir pada tanggal 4 Maret 1985 di Jakarta. Pendidikan terakhir dari Raline Shah adalah gelar sarjana di National of University Singapore dengan jurusan ilmu politik dan media baru & komunikasi (wikipedia, 2022). Ayah Raline merupakan seorang pengusaha asal Sumatra Utara yang pernah menjabat sebagai Senator di Majelis Permusyawaratan Rakyat dari tahun 1999 hingga 2004. Sementara sang ibunda adalah pegiat YPAC Medan (Yayasan Pembinaan Anak Cacat).

Raline Shah merupakan seorang aktris berkebangsaan Indonesia, selain menjadi aktris, Raline Shah juga memiliki sejumlah bidang kegiatan seperti model, penyanyi, pengusaha. Raline Shah berkiprah di dunia aktris dengan membawakan sejumlah merek ternama dari beberapa perusahaan berbeda industri seperti Pantene dari Procter & Gamble (2012), XL Axiata (2011), Unilever (2012-2013), Hemaviton (2014), Bank Mandiri (2015-2017), Oppo Indonesia (2017) dan yang sampai sekarang adalah Wardah Cosmetics (2016-Sekarang). Di luar itu, Raline juga memainkan beberapa film di tanah air dan memainkan beberapa peran inti dalam alur cerita di setiap *film*-nya.

Gambar 2.2 Raline Shah



(Sumber: Tribunnews.com)

Raline bercerita sejak bergabung dengan keluarga Wardah, dia langsung banyak memegang proyek mulai dari pembuatan iklan hingga presentasi peluncuran produk. Namun, di luar itu semua dia mengaku senang melakukan semuanya karena merasa senang bekerja bersama dengan Wardah (Hannum, 2016). Pemilihan dari aktris Raline Shah sebagai brand ambassador dari Wardah juga berdasarkan karakter yang inovatif, positif dan kreatif. Hal tersebut sesuai dengan keinginan Wardah sebagai cerminan dalam membawakan nama merek dagang mereka ke masyarakat luas (Damanik, 2016).

### C. Akun Instagram @wardahbeauty

Gambar 2.3 Media Sosial Instagram Wardah Beauty



Pada akun Instagram @wardahbeauty, *brand ambassador* Raline Shah terakhir kali muncul dalam postingan event festival film di Cannes, Prancis pada bulan Mei dan Juni berlangsung. Wardah dan Raline diibaratkan sebagai dua pihak yang melakukan perjalanan lalu bertemu di satu titik. Dunia Wardah yang penuh kecantikan, rasa ingin berbagi, dan kontribusi bagi lingkungan cukup sesuai dengan prinsip Raline sebagai wanita kreatif serta memiliki jiwa seni tinggi (Malik, 2016). Raline Shah membawa merek Wardah sebagai produk untuk make up artist ketika berada di Perancis. Raline Shah membawa Wardah untuk menunjukkan bahwa Wardah adalah produk yang bisa bersaing di pasar internasional dan bisa sejajar dengan merek lainnya di luar negeri yang sudah terkenal.

Setiap postingan Wardah pun juga menunjukkan pesona dari masing-masing wanita yang menggunakan produk Wardah sebagai produk

kecantikan sehari-hari dan dalam kampanyenya dengan khalayak yang menggunakan produk Wardah dapat lebih percaya diri sebagai wanita saat melakukan segala aktivitas sehari-hari. Tidak hanya itu saja postingan yang disajikan namun juga berbagai aktivitas dari produk Wardah untuk membujuk calon konsumen menggunakan produknya dengan menyelenggarakan event atau mem-posting beberapa produk yang akan *launching*. Selain itu dengan menarik perhatian dari calon konsumennya, setiap isi unggahan Wardah melakukan kolaborasi dengan merek lainnya agar bisa mencuri perhatian konsumen.

Brand ambassador membantu dalam menyampaikan informasi tersebut dan menggunakan produk Wardah untuk merepresentasikan hasil dan kualitas produk dari Wardah. Akun Instagram dari Wardah juga sudah berjumlah lebih dari dua juta pengguna. Setiap hari akun Instagram Wardah selalu aktif agar konsumen mengerti informasi terbaru dari Wardah. Akun tersebut juga menunggah beberapa kegiatan acara untuk lebih mengenal Wardah agar menarik perhatian konsumen secara tidak langsung.

Gambar 2.4 Unggahan Media Sosial akun Instagram Wardah Beauty  
(Instagram @wardahbeauty)

