

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan objek dalam penelitian mengenai aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *brand skincare* lokal SKINOURU melalui akun Instagram. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah akun Instagram milik SKINOURU. Data dalam bab ini didapatkan melalui wawancara mendalam dengan narasumber serta dokumentasi pada akun Instagram @skinouru.official.

A. Sejarah singkat SKINOURU

SKINOURU merupakan sebuah *brand skincare* asal Yogyakarta yang berada dibawah naungan PT. Rovelindo Kosmetika Indonesia. SKINOURU didirikan oleh seorang pengusaha asal Surabaya, Michelle Valencia Lie pada bulan November 2021. Sebelum terjun menjadi seorang *brand skincare owner*, perempuan yang kerap dipanggil Ce Michelle ini sudah terjun dalam bidang kecantikan sebagai pemilik toko kosmetik yang bernama Jelita Cosmetics.

Jadi di tahun 2021 masih banyak ditemukan orang yang menggunakan *skincare* abal-abal. Hal tersebut dikarenakan mereka tidak memiliki pengetahuan mengenai bagaimana penggunaan *skincare* yang tepat. Banyak orang menginginkan hasil yang instan tanpa mengetahui sebenarnya apa permasalahan kulit yang sedang dialami. Maka dari itu kami membuat Skin Guru untuk membantu memberikan edukasi kepada orang lain mengenai penggunaan *skincare*. (Wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Juni 2023).

Michelle Valencia Lie menciptakan SKINOURU berdasarkan keresahannya kepada pengguna *skincare* abal-abal yang masih banyak bertebaran. Michelle ingin berusaha menyebarluaskan informasi mengenai penggunaan *skincare* yang tepat dan aman. Maka dari itu Michelle membentuk Skin Guru yang kemudian berubah menjadi SKINOURU untuk fokus memberikan edukasi mengenai penggunaan *skincare* yang aman untuk menjaga kesehatan kulit. Pemilihan nama SKINOURU merupakan *plesetan* dari Skin Guru, agar terkesan lebih estetik dan tidak menggurui.

Kenapa awalnya Skin Guru lalu berubah jadi SKINOURU, karena dalam industri kosmetik ini kan membutuhkan sesuatu yang estetik dan *catchy* untuk menarik perhatian calon konsumen. Kalau menggunakan Skin Guru kesannya serius dan seperti menggurui, makanya kami *plesetan* dari Skin Guru jadi SKINOURU. (Wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Juni 2023).

Memberi edukasi mengenai penggunaan *skincare* yang tepat dan aman merupakan *unique selling point* yang dimiliki oleh SKINOURU. SKINOURU berusaha untuk menyebarluaskan pemahaman bahwa kulit yang sehat adalah poin yang utama, baru setelahnya calon konsumen dapat menyelesaikan permasalahan kulit yang dimiliki dengan menggunakan produk dari SKINOURU.

Iya betul. Diluaran sana banyak *brand skincare* yang tujuan utamanya adalah *retail*. Tapi bukan untuk SKINOURU. Kami ingin menarik audiens yang berkeinginan untuk memiliki kulit yang sehat, namun bingung harus memulai darimana. Maka dari itu kami fokus untuk memberikan edukasi terlebih dulu apa

permasalahan kulit yang dialami dan bagaimana menyelesaikannya. Kulit yang sehat adalah yang utama. (Wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Juni 2023).

Michelle Valencia Lie membutuhkan waktu hampir satu tahun untuk mempersiapkan peluncuran *brand* dan produk pertama dari SKINOURU. Michelle Valencia Lie termasuk orang yang perfeksionis dan detail, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk meluncurkan *brand skincare* lokal miliknya. Hal tersebut dikemukakan oleh Rohsinarni Saragih melalui wawancara dengan peneliti.

Kira-kira persiapannya hampir satu tahun, ya. Soalnya Ce Michelle ini kan detail dan perfeksionis sekali orangnya. Untuk produk pertama SKINOURU yang Foaming Cera Cleanser itu, Ce Michelle cukup detail untuk masalah tekstur produk, formulasi hingga *packaging*. (Wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Mei 2023).

Produk SKINOURU awalnya hanya dipasarkan secara *online* melalui *e-commerce* Shopee dan Tokopedia dan secara *offline* melalui Jelita Cosmetics Yogyakarta dan Surabaya. Namun seiring berjalannya waktu, SKINOURU juga memiliki beberapa *reseller* seperti Beauty Studio by Female Daily, Beauty Haul Indonesia dan Raena Beauty.

Untuk *reseller* kami banyak. Kalau *reseller* yang kelasnya sudah nasional kami ada menjalin kerjasama dengan Beauty Studio by Female Daily, Beauty Haul Indonesia dan Raena Beauty. Untuk kawasan Yogyakarta, selain Jelita Cosmetics juga ada beberapa. (Wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Mei 2023).

B. Visi dan Misi

SKINOURU sebagai sebuah *brand skincare* lokal memiliki sebuah visi yaitu pengguna *skincare* bisa membangun dan menjaga hubungan baik dengan kulitnya sendiri. Dengan mengusung *tagline* “*Empowering honest movement ingredients to focus on longterm relationship with your skin*”, SKINOURU menciptakan berbagai produk *skincare* dengan kandungan bahan yang ramah dan aman untuk segala jenis kulit, termasuk untuk ibu hamil dan ibu menyusui.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari video Youtube milik Michelle Valencia Lie, SKINOURU berharap dengan mengusung visi tersebut, pengguna *skincare* setidaknya paham terlebih dahulu bagaimana kondisi dan permasalahan kulit yang sedang dialami. Menurut Michelle, menggunakan *skincare* bukan merupakan jalan pintas untuk mendapatkan kulit yang putih bersih tanpa noda. Namun menggunakan *skincare* adalah salah satu cara untuk menjaga dan merawat kesehatan kulit. Dengan menggunakan *skincare* kita tidak bisa mendapatkan hasil yang instan, namun dengan menggunakannya secara rutin dan teratur bisa mendapatkan hasil kulit yang sehat.

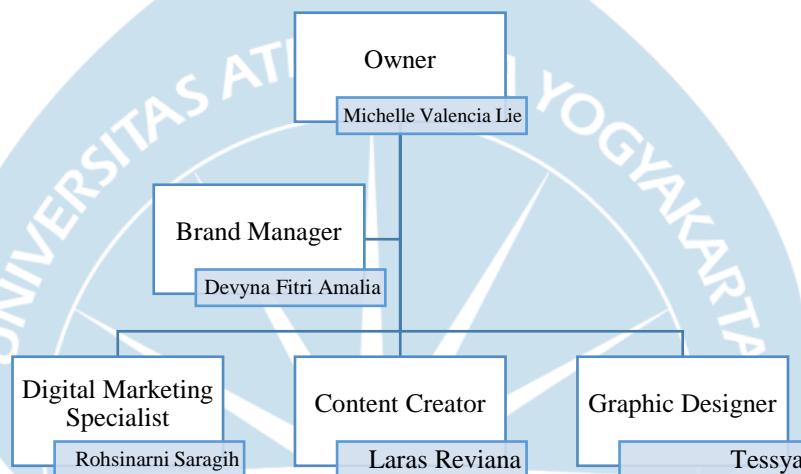
Kalau untuk angka penjualan kami nggak bisa bilang. Tapi untuk saat ini focus kami adalah menyebarkan *awareness* dan *traffic* baru setelahnya penjualan. Yang utama untuk Pulau Jawa, terutama daerah sekitar Jakarta dan Surabaya. (Wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Mei 2023).

Selain itu SKINOURU saat ini juga masih berfokus untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan penjualan di Pulau Jawa.

Setelah *goals* tersebut dapat tercapai, SKINOURU juga akan mengembangkan *brand awareness* dan produknya ke seluruh Indonesia.

C. Struktur Organisasi

Gambar 1
Struktur Organisasi SKINOURU



Sumber: wawancara dengan Rohsinarni Saragih, 8 Mei 2023

Bagan diatas (Gambar 1) merupakan struktur organisasi yang dimiliki oleh SKINOURU. Sebagai sebuah perusahaan, saat ini SKINOURU telah memiliki badan hukum berbentuk PT atau perseroan terbatas dengan nama PT. Ravelindo Kosmetika Indonesia yang berlokasi di Sleman, Yogyakarta. SKINOURU dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dipimpin oleh Michelle Valencia Lie sebagai pemilik dan dibantu oleh empat tim lainnya.

Pemilik *brand* berperan untuk mengkoordinasi seluruh operasional perusahaan serta kerap kali memberikan ide menarik terkait *trend* yang sedang berlangsung untuk di kembangkan menjadi konten dalam media

sosial SKINOURU. Selanjutnya *Brand Manager* bertugas untuk membuat perencanaan terkait produk apa yang akan dijadikan *highlight* untuk promosi pada bulan yang sedang berlangsung. Kegiatan perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran dipegang oleh *Digital Marketing Specialist*. Yang terakhir adalah kegiatan perencanaan dan pengembangan konten serta pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh *Content Creator* bersama *Graphic Designer*.

Keterbatasan jumlah tim yang dimiliki oleh SKINOURU kerap membuat anggota tim saling membantu pekerjaan satu sama lain. Selain tanggung jawab pekerjaan yang disebutkan, seluruh tim SKINOURU juga bertanggung jawab dalam pengemasan produk untuk dikirimkan kepada konsumen yang membeli produk SKINOURU melalui *e-commerce*.

D. Produk SKINOURU

Saat ini SKINOURU memiliki tujuh produk *skincare* yang telah diluncurkan dan dipasarkan melalui berbagai *platform* baik secara *online* maupun *offline*. Produk yang dimiliki oleh SKINOURU terbagi menjadi 4 kategori yaitu *cleanser*, *toner*, *serum* dan *moisturizer*. SKINOURU membuat produknya dengan kandungan bahan yang ramah dan aman untuk semua jenis kulit, namun tetap bisa membantu untuk mengatasi permasalahan kulit yang sedang dialami. SKINOURU meluncurkan produk pertamanya yaitu Foaming Cera Cleanser (Gambar 2) pada bulan November 2021. Alasan Michelle memilih *cleanser* sebagai produk

pertama yang diluncurkan SKINOURU karena menurutnya *cleanser* merupakan hal yang penting dalam memulai sebuah tahapan *skincare*.

Gambar 2
Produk Foaming Cera Cleanser SKINOURU



Sumber: <https://www.instagram.com/skinouru.official/>

Produk kedua dan ketiga yang diluncurkan bersamaan oleh SKINOURU adalah produk *treatment* berupa *toner* dan *serum* yang dibuat untuk membantu mengatasi permasalahan umum kulit masyarakat Indonesia, yaitu kulit berminyak dan berjerawat. Sebelum meluncurkan produknya, Michelle sebagai pemilik dari SKINOURU melakukan riset terlebih dahulu terhadap permasalahan kulit seperti apa yang banyak ditemukan, sehingga akhirnya muncul Toner Soothe Me Up (Gambar 3) dan Serum Be Calm Cica More (Gambar 4) yang diformulasikan secara khusus untuk kulit berminyak dan berjerawat. Produk keempat dari SKINOURU adalah Less For More Moisturizer (Gambar 5) untuk melengkapi rangkaian basic *skincare*. Moisturizer merupakan salah satu tahapan *skincare* yang utama, sehingga SKINOURU memformulasikan Less For More sebagai pelembab yang aman dan nyaman untuk segala jenis kulit dan cuaca tropis Indonesia.

Gambar 3
Toner Soothe Me Up



Gambar 4
Serum Be Calm Cica More



Gambar 5
Less For More Moisturizer



Sumber: <https://www.instagram.com/skinouru.official/>

Produk kelima hingga ketujuh SKINOURU diluncurkan secara bersamaan pada bulan November 2022. Ketiga nya merupakan produk *treatment* berupa serum dengan kandungan bahan aktif yang lebih kuat dan serius. Ketiga produk tersebut adalah Glass Skin Wannabe Serum (Gambar 6), Fade The Dark Away Dark Spot (Gambar 7), dan Serum Reti-Mide Serum (Gambar 8). Seluruh produk SKINOURU dipasarkan secara *offline* dan *online*. Untuk kawasan Yogyakarta dan Surabaya produk SKINOURU dapat dijumpai pada *offline store* Jelita Cosmetics. SKINOURU juga

tersedia secara *online* melalui beberapa *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia dan TikTok Shop. Selain itu untuk membantu memperluas jangkauan target pasar, SKINOURU juga memiliki *reseller* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Gambar 6
Serum Glass Skin Wannabe



Gambar 7
Produk Fade The Dark Away Dark Spot SKINOURU



Gambar 8
Produk Reti-Mide Serum SKINOURU



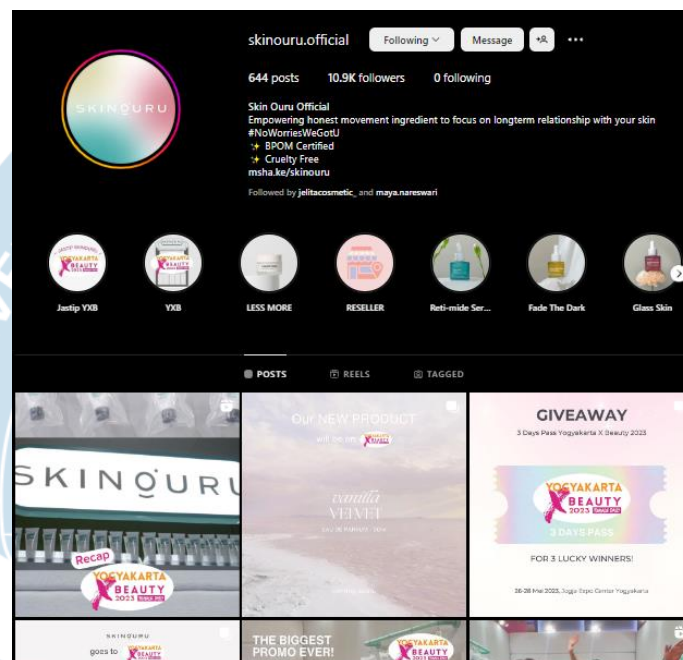
Sumber: <https://www.instagram.com/skinouru.official/>

E. Akun Instagram SKINOURU

SKINOURU memiliki akun Instagram dengan *username* @skinouru.official. Akun Instagram milik SKINOURU (Gambar 9) saat ini memiliki 644 unggahan berupa foto dan video. Jumlah pengikut akun

Instagram SKINOURU tercatat sebanyak 10.959 pengikut dan SKINOURU sama sekali tidak mengikut akun Instagram lain, termasuk akun pribadi milik Michelle Valencia Lie selaku pemilik *brand*.

Gambar 9
Tangkapan Layar Profil Instagram SKINOURU



Sumber: <https://www.instagram.com/skinouru.official/>

SKINOURU menggunakan logo perusahaan sebagai foto profil Instagram. Pada bagian bio tercantum nama SKINOURU Official dan visi dari SKINOURU sendiri yaitu “*Empowering honest movement ingredient to focus on longterm relationship with your skin*”. Selanjutnya, SKINOURU juga menuliskan *tagline* berupa #NoWorriesWeGotU yang selalu muncul dalam *caption* tiap unggahannya.

Untuk meningkatkan rasa percaya terhadap produk SKINOURU, pada bagian bio juga tercantum bahwa seluruh produk SKINOURU sudah memiliki sertifikat ijin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan

Makanan) serta tidak melakukan uji coba bahan kimia pada hewan atau sering dikenal dengan *Cruelty Free*. Pada bagian akhir, SKINOURU juga menuliskan *link* yang nantinya mengarahkan pengunjung Instagram SKINOURU untuk menuju halaman *e-commerce* resmi milik SKINOURU, nomor Whatsapp untuk *reseller* dan konsultasi gratis dengan *beauty advisor* milik SKINOURU serta akun media sosial lain yaitu TikTok.

Terdapat *highlight story* yang berada di bawah bio yang berisi mengenai informasi menarik terkait produk serta kegiatan yang sebelumnya telah diunggah SKINOURU melalui Instagram Story. *Highlight Story* tersebut dibuat agar pengunjung Instagram @skinouru.official bisa melihat kembali informasi terkait cerita dibalik terbentuknya SKINOURU, *ulasan* dari *beauty influencer*, informasi detail terkait masing-masing produk dari SKINOURU dan keseruan SKINOURU saat mengikuti *event* yang diadakan oleh Female Daily Network di Surabaya dan Yogyakarta. Tidak lupa juga SKINOURU menyisipkan informasi terkait *reseller* produk SKINOURU yang tersebar di seluruh Indonesia dalam *highlight story tersebut*.

Pada bagian terakhir terdapat galeri atau *feeds* Instagram SKINOURU yang berisi unggahan berupa foto atau video menarik dalam bentuk *Reels*. Berbagai konten tertuang dalam Instagram Feeds milik SKINOURU, seperti informasi produk, informasi terkait promo, edukasi penggunaan *skincare* hingga konten yang sifatnya menghibur.