

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Deskripsi HMNS *Perfumery*

##### 1. Sejarah berdirinya HMNS *Perfumery*

HMNS *Perfumery* (dibaca “*humans*”) merupakan salah satu merek parfum asal Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2019. Pemilihan nama HMNS sebagai sebuah *brand* dipilih atas dasar prinsip sang *founder*, Rizky Arief Dwi Prakoso, yang ingin menghadirkan parfum dengan mengusung konsep *made for human*, dimana HMNS *Perfumery* berkomitmen untuk menghadirkan parfum terbaik dan bisa dinikmati oleh masyarakat luas (HMNS, 2023). Hal ini terlihat dari HMNS *Perfumery* yang selalu mendengarkan segala kritik dan saran dari konsumen serta selalu berinovasi untuk membuat formulasi yang semakin baik setiap harinya.

GAMBAR 2. 1 Logo HMNS *Perfumery*



**H M N S**

*Sumber: madeforhmns.com*

Kemunculan HMNS *Perfumery* bermula dari keinginan Rizky untuk tampil wangi dan menarik. Namun, setelah mencari parfum yang sesuai dengan aroma yang disukai dan cocok dengan kepribadiannya, parfum tersebut ternyata memiliki harga yang terlalu mahal dan sebagian besar merupakan parfum internasional. Lalu muncullah pertanyaan dalam benaknya mengapa harga parfum berkualitas bisa sangat mahal. Kondisi ini

membuat Rizky memiliki ide untuk memproduksi parfum lokal dengan kualitas lebih terjangkau namun memiliki aroma dan kualitas yang tidak kalah dengan parfum merek internasional. Akhirnya dibawah naungan PT Hadir Mengharumkan Nusantara, Rizky bertekat untuk mengharumkan Nusantara dengan produk parfum dengan kualitas yang tinggi namun dengan harga yang *affordable* (Andriani, 2021).

## 2. Varian Produk HMNS *Perfumery*

Hingga tahun 2023, HMNS *Perfumery* tercatat telah memiliki 30 produk. Produk terbagi menjadi HMNS *Perfume*, HMNS *Hair & Body Mist*, dan *Home of HMNS*. HMNS juga meluncurkan produk parfum dalam varian *set* seperti *Discovery Set Gen XX* dan produk *refill* untuk *Reed Diffuser* seperti *refill reef diffuser* varian *A Much Better Living Room* dan *This Room Make Me O* (HMNS, 2023). Varian *Orgasm* adalah varian yang menjadi *best seller* dari HMNS *Perfumery* dan mendapatkan penghargaan di acara *Female Daily Award* tahun 2020 sebagai *Best Indonesia Fragrance* (Siswanto, 2022).

Kiprah HMNS *Perfumery* selama 5 tahun membuktikan besarnya pengaruh merek ini di Indonesia. HMNS *Perfumery* telah menjadi salah satu merek parfum yang mendapatkan banyak penghargaan dari *Female Daily* dan *Tokopedia* sebagai *brand* parfum Indonesia terbaik tahun 2022 & 2023 (HMNS, 2023). Berdasarkan data Kompas: *E-Commerce Market Insight*

*Dashboard* per 1-15 Agustus 2021, HMNS berada di posisi kelina setelah merek-merek parfum luar negeri seperti YSL, Dior, Bvlgari, dan Channel.

### 3. Pemasaran Produk HMNS *Perfumery*

HMNS *Perfumery* memulai bisnisnya secara *online*. HMNS memfokuskan aktivitas secara *online* karena melihat pesatnya aktivitas digital yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia, terutama dalam menggunakan *social media* (Nirmala, 2021). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi HMNS *Perfumery* sehingga diperlukanlah sebuah strategi pemasaran yang baik karena pembeli tidak dapat mencium wangi parfum secara langsung. Oleh karena itu diperlukan sebuah strategi pemasaran yang mampu mendeskripsikan aroma dari parfum yang dijual kepada konsumen.

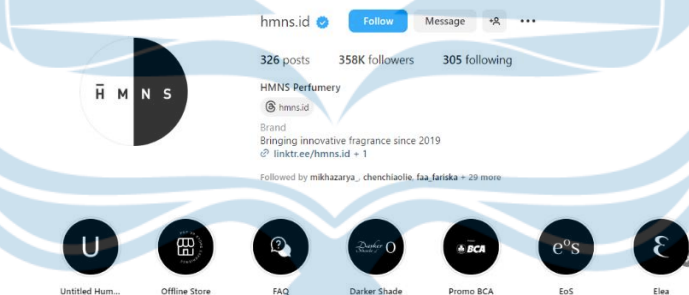
HMNS *Perfumery* menggunakan strategi *storytelling* dalam memasarkan produknya guna mengatasi tantangan tersebut. Teknik ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan setiap aroma parfum dan mengangkat cerita-cerita konsumen ketika menggunakan produk HMNS *Perfumery*. Teknik *storytelling* tidak hanya ingin pelanggan lebih tahu ‘dekat’ dengan *fragrance* yang ada di HMNS *Perfumery*, tetapi konsumen juga memiliki relasi yang dekat dengan orang-orang dibalik layar HMNS *Perfumery*. Hal ini dapat ditemukan di *timeline social media* HMNS *Perfumery*, seperti Twitter dan Instagram. Admin HMNS *Perfumery* selalu siap sedia memberikan gambaran dan penjelasan tentang aroma parfum HMNS *Perfumery*. Berkat strategi ini, tidak heran jika HMNS *Perfumery*

memiliki banyak pelanggan yang *loyal* dengan produk mereka karena kedekatan cerita dari produk yang dihadirkan.

## B. Deskripsi Akun Instagram HMNS *Perfumery*

HMNS *Perfumery* memiliki *official* akun Instagram dengan *username* @hmns.id. Akun Instagram ini dijadikan HMNS *Perfumery* sebagai salah satu media penyedia informasi produknya. Akun @hmns.id memiliki jumlah pengikut sebanyak 358.000 pengikut dengan 326 unggahan per 31 Oktober 2023. Selain itu, akun @hmns.id sudah berstatus terverifikasi atau memiliki centang biru.

GAMBAR 2. 2 Akun Instagram @hmns.id



Sumber: Instagram @hmns.id

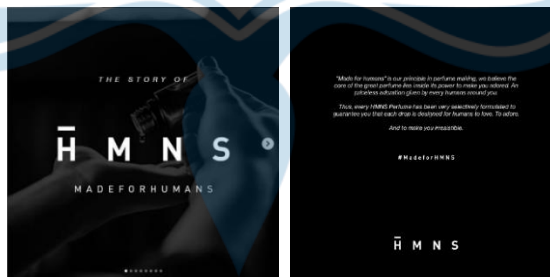
HMNS *Perfumery* menggunakan logo perusahaan sebagai foto profil akun Instagramnya. Pada bagian bio tercantum nama HMNS *Perfumery* dan visi dari HMNS *Perfumery* yaitu “*Bringing innovative fragrance since 2019*”. Pada bagian akhir, terdapat *link* yang nantinya akan mengarahkan pengunjung Instagram ke halaman *e-commerce* resmi milik HMNS *Perfumery* dan *website* HMNS *Perfumery*.

Pada bagian di bawah bio terdapat *highlight story* yang berisi informasi seputar produk dan kegiatan yang sebelumnya telah diunggah HMNS *Perfumery* melalui Instagram *Story*. *Highlight Story* ini dibuat untuk memudahkan pengunjung Instagram maupun pengikut Instagram @hmns.id untuk melihat kembali terkait informasi masing-masing produk, ulasan dari para konsumen, promo, dan *Frequently Asked Question* (FAQ) seputar HMNS *Perfumery*. Tak lupa HMNS *Perfumery* juga menyisipkan informasi terkait informasi garansi jika terjadi kerusakan produk HMNS *Perfumery*.

Selanjutnya, dibawah bagian *highlight* terdapat *feed* Instagram HMNS *Perfumery* yang berisi foto atau video menarik seputar produk HMNS *Perfumery*. Berbagai konten yang tertuang dalam *feed* Instagram HMNS *Perfumery* berupa:

1. Cerita terbentuknya HMNS *Perfumery*

GAMBAR 2. 3 Unggahan Pertama HMNS *Perfumery*

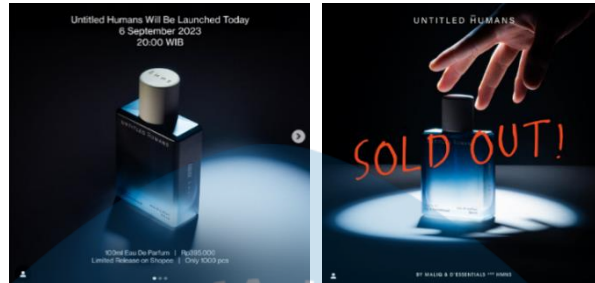


Sumber: Instagram @hmns.id

HMNS *Perfumery* mulai aktif mengunggah konten pada *feed* Instagramnya sejak 30 Mei 2019. Konten pertama yang diunggah adalah logo HMNS *Perfumery*, Visi HMNS *Perfumery*, dan cerita dibalik terbentuknya HMNS *Perfumery*.

## 2. Informasi produk

GAMBAR 2. 4 Unggahan informasi produk HMNS *Perfumery*



Sumber: Instagram @hmns.id

HMNS *Perfumery* memberikan informasi terkait peluncuran produk terbaru mereka yang berkolaborasi dengan salah satu *band* Indonesia, Maliq & D'essentials. Dalam kontennya disertakan juga informasi banyaknya isi produk, harga, *e-commerce* yang digunakan untuk peluncuran produk, dan jumlah produk yang tersedia. Selain itu juga terdapat konten yang berisikan informasi bahwa produk telah habis terjual.

## 3. Informasi *event* HMNS *Perfumery*

GAMBAR 2. 5 Unggahan informasi *event* HMNS *Perfumery*



Sumber: Instagram @hmns.id

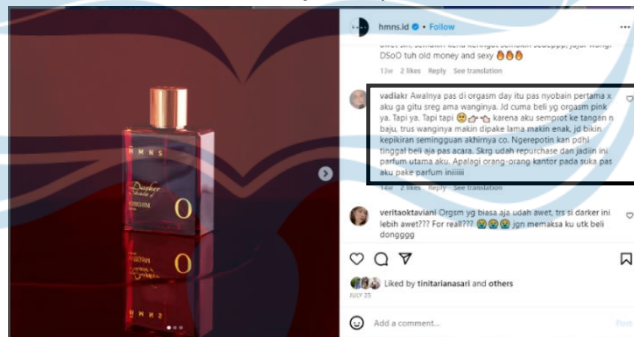
Selain informasi produk, HMNS *Perfumery* juga membagikan informasi berupa beberapa *event* yang mereka gelar. Baru-baru ini mereka Orgsm Day 2023 sebagai perayaan ulang tahun ke-3 produk terpopuler yang dimiliki HMNS *Perfumery*, yaitu Orgsm. Perayaan ini dihadirkan dalam

bentuk peluncuran produk baru, pameran seni, hingga pertunjukkan teater (Febrinastri, 2023).

Pada bagian akhir, terdapat kolom komentar yang ada disetiap unggahan yang dibagikan HMNS *Perfumery*. Dalam akun Instagram HMNS *Perfumery* komunikasi yang terjadi tidak hanya satu arah melainkan dua arah. Konsumen tidak jarang membajiri kolom komentar unggahan konten HMNS *Perfumery* untuk menceritakan pengalaman mereka, memperoleh informasi, hingga memberi masukan untuk HMNS *Perfumery*.

1. Salah satu konsumen membagikan pengalaman pertama mereka menggunakan HMNS *Perfumery*

GAMBAR 2. 6 Komentar pengalaman pertama menggunakan HMNS *Perfumery*

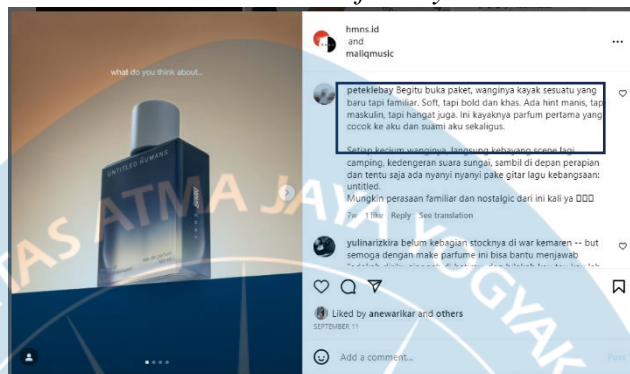


Sumber: Instagram @hmns.id

Pada unggahan HMNS *Perfumery* yang menunjukkan foto salah satu produknya, yaitu *Darker Shade of Orgasm* mendapatkan komentar dari salah satu akun bernama @vadiakr yang menceritakan pengalamannya ketika pertama kali menggunakan produk ini. Ia mengatakan bahwa awalnya tidak terlalu menyukai wanginya, namun semakin lama aromanya semakin enak.

2. Komentar salah satu konsumen menceritakan perasaannya ketika menggunakan HMNS *Perfumery*

GAMBAR 2. 7 Komentar perasaan konsumen ketika menggunakan HMNS *Perfumery*

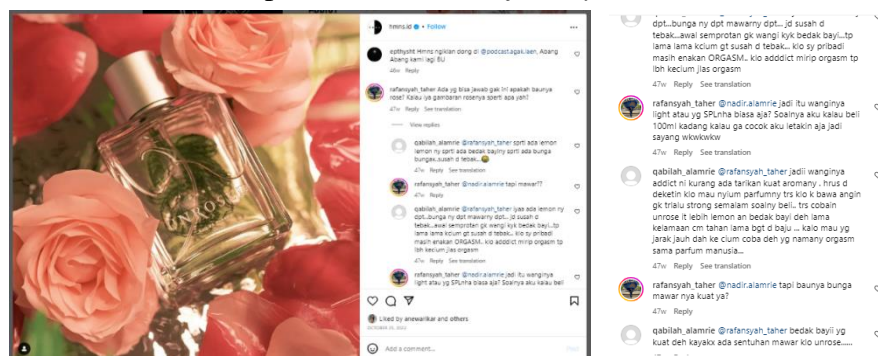


Sumber: Instagram @hmns.id

Pada unggahan HMNS *Perfumery* yang menanyakan pendapat para konsumennya mengenai produk terbaru mereka, *Untitled Humans* salah seorang konsumennya menceritakan pengalamannya ketika mencium aroma parfum *Untitled Humans*. Akun dengan *username* @peteklebay ini mengaku muncul perasaan sedang *camping* dengan suara aliran air sungai dan duduk didepan perapian sambil menyanyikan lagu *Untitled*.

3. Dua pengikut HMNS *Perfumery* saling berbagi informasi mengenai produk HMNS *Perfumery*

GAMBAR 2. 8 Komentar diskusi antar pengguna Instagram mengenai produk HMNS *Perfumery*



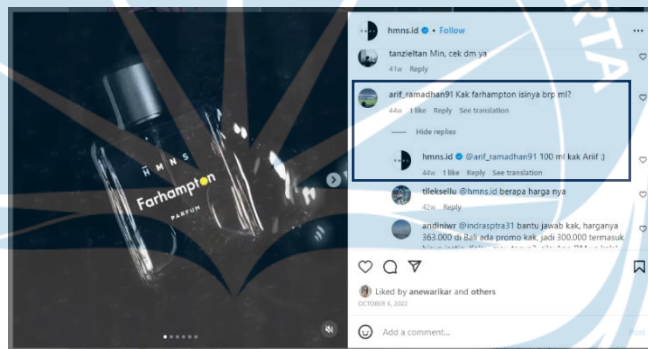
Sumber: Instagram @hmns.id



Pada salah satu unggahan HMNS *Perfumery* terjadi hal menarik di kolom komentarnya. Terdapat akun @rafansyah\_taher yang menanyakan gambaran aroma bunga yang dimiliki salah satu produk parfum HMNS *Perfumery*. Lalu akun @qabilah\_alamrie menanggapi pertanyaan tersebut dan memberikan gambaran aroma parfum tersebut.

4. Salah satu pengikut HMNS *Perfumery* menanyakan detail produk HMNS *Perfumery*

GAMBAR 2. 9 Komentar pengguna Instagram yang menanyakan detail produk HMNS *Perfumery*

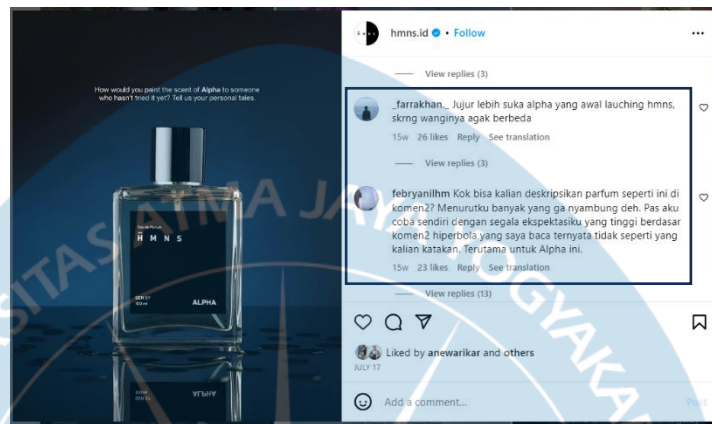


Sumber: Instagram @hmns.id

Pertanyaan dari pengguna Instagram mengenai detail informasi produk HMNS *Perfumery* juga tak jarang mendapatkan tanggapan langsung dari HMNS *Perfumery*. Seperti terlihat komentar dari @arif\_ramadhan91 yang menanyakan banyaknya isi parfum varian *Farhamton* dan kemudian ditanggapi langsung oleh akun @hmns.id.

5. Komentar dari konsumen HMNS *Perfumery* yang merasa kecewa karena produknya tidak sesuai dengan harapannya

GAMBAR 2. 10 Komentar negatif pengguna produk HMNS *Perfumery*



Sumber: Instagram @hmns.id

Tidak selalu mendapat komentar yang positif, ada pula komentar negatif dari konsumen HMNS *Perfumery* yang merasa kecewa dengan produk HMNS *Perfumery*. Seperti komentar dari @\_farrakhan\_ mengatakan bahwa aroma parfum HMNS *Perfumery* sudah tidak seenak dulu dan akun @febryaniilm yang mengatakan bahwa aromanya tidak sesuai yang dideskripsikan oleh para konsumen sebelumnya.