

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

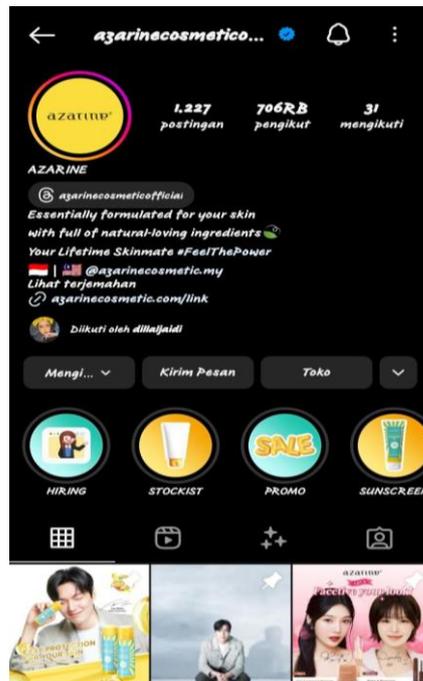
### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan sebuah produk untuk merawat tubuh khususnya pada bagian area wajah merupakan salah satu syarat agar seseorang dapat tampil cantik dan sempurna. Saat ini terdapat bermacam-macam produk perawatan kulit dan perawatan untuk tubuh di pasaran Indonesia yang dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli. Barang atau produk *skincare* merupakan salah satu produk yang wajib digunakan oleh setiap para wanita, terlebih jika seseorang masuk ke dunia kerja. Ada harapan untuk tampil menarik saat bekerja di perusahaan yang cukup besar (Latief & Ayustira, 2020). Pada saat ini produk bagian wajah merupakan menunjang penampilan dan menjadi sebuah kebutuhan yang diperlukan oleh setiap wanita. Setiap wanita sangat berkeinginan memiliki kulit wajah yang sehat, tanpa masalah seperti kelebihan minyak, jerawat atau kusam (Hilmi et al., 2022). Salah satu yang perlu diperhatikan setiap wanita, terutama saat beraktivitas di luar rumah adalah memiliki kulit yang cerah dan bersih.

Produk *skincare* kosmetik merupakan sebuah rangkaian perawatan kulit untuk menjaga kesehatan kulit, perawatan kulit juga sangat penting untuk mengatasi berbagai masalah seperti bekas jerawat, flek hitam dan lain-lain. Hal ini menyadarkan wanita bahwa penampilan wajah adalah hal paling penting untuk diperhatikan (Sari & Hadikurniawati, 2020). Satu metode perawatan untuk kulit

wajah adalah dengan menggunakan serangkaian produk *skincare* yang akan meningkatkan rasa percaya diri wanita dengan kulit cantik dan sehat.

Satu produk kecantikan lokal di Indonesia saat ini, yang memiliki banyak peminat adalah produk Azarine Cosmetic. Produk Azarine Cosmetic di produksi oleh PT. Wahana Kosmetik Indonesia, produk perawatan kulit dari merek Azarine Spa *products* yang terdaftar dengan kantor terletak di pusat Sidoarjo dan dibangun pada tanggal 1 September 2022 (Azarine Cosmetic, 2021). Pada merek Azarine awalnya terkenal sebagai merek yang menawarkan beragam produk perawatan spa dan salon pada saat tahun 2002. Di tahun 2015 mencoba untuk melakukan *rebranding* hingga melakukan terobosan, sehingga kini sukses menjadi *beauty brand* lokal dan telah memiliki izin untuk digunakan dari BPOM. Salah satu dari banyak produk Azarine yang paling terkenal adalah Azarine *Hydrasoothe Sunscreen* Gel SPF 45+++ 50 ml. Harga jual Azarine realtif terjangkau, Rp. 22.500 sampai Rp. 125.000.

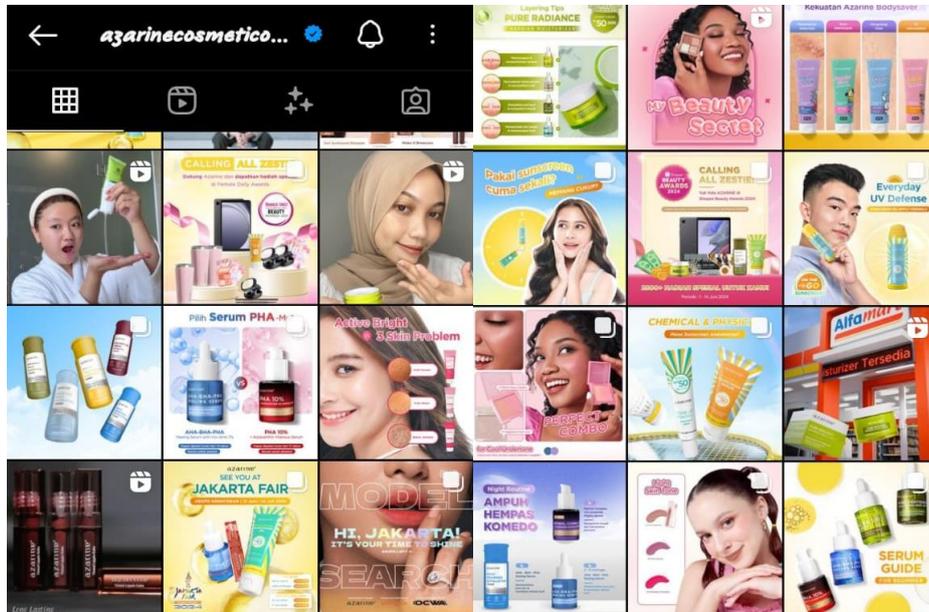


**Gambar 1. 1 Media Sosial Instagram Azarine**

Sumber: Instagram Azarine cosmetic official

Azarine resmi menggandeng Lee Min Ho seorang aktor dan Red Velvet *girl Band* asal Korea selatan. Perusahaan harus menciptakan strategi bisnis yang baik untuk menarik konsumen. Ketertarikan calon konsumen untuk membeli memerlukan dukungan dari tokoh atau bintang iklan ternama untuk menyampaikan pesan produk yang ditawarkan melalui iklan atau media sosial (Azarine Cosmetic, 2021). Instagram merupakan sebuah platform media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk memperkenalkan, mempromosikan dan mengedukasi orang mengenai produk. Dengan terus berkembangnya inovasi di Instagram, banyak pengguna yang tidak hanya memakai platform ini untuk berbagai foto atau vidio, tetapi juga untuk mengiklankan bisnis produk. Perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan menjadikan media Instagram

sebagai media komunikasi pemasaran, sampai saat ini akun Instagram @azarinecosmeticofficial.



**Gambar 1. 2 Beberapa Postingan Media Instagram Azarine**

Sumber: Instagram Azarine cosmetic official

Media sosial Instagram merupakan salah satu strategi promosi yang cocok, karena platform Instagram sangat populer dan digunakan oleh banyak orang. Media sosial Instagram yang memberikan kemudahan setiap penggunanya untuk melakukan berbagai aktivitas sosial (Alya Elita et, al 2024). Salah satu merek produk kecantikan kulit yang menggunakan Instagram untuk mempromosikan adalah Azarine produk perawatan kulit wajah untuk pria ataupun wanita yang menyediakan seperti *moisturizer*, *sunscreen*, *serum*, *facial foam* dan *toner*. Media Instagram dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk menampilkan iklan produk maupun jasa layanan. Azarine menggunakan Instagram sebagai platform untuk memposting konten-konten terkait merek dan visual produk Azarine. Dengan

memposting konten di Instagram, Azarine dapat menyampaikan informasi mengenai merek dan produk.



**Gambar 1. 3** Salah Satu Brand Ambassador Azarine

Sumber: Instagram Azarine cosmetic official

Daya tarik iklan adalah keefektifan iklan dalam memikat perhatian konsumen. Selain itu, daya tarik iklan juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap produk Azarine. Iklan yang menarik dan inovatif mampu memikat perhatian konsumen, mendorong mereka untuk ingin mengetahui lebih banyak tentang produk Azarine. Kemampuan menarik perhatian iklan juga bisa diinterpretasikan sebagai strategi yang diterapkan oleh pemasar untuk memikat minat dan perhatian konsumen, sehingga memengaruhi pandangan konsumen terhadap suatu produk khusus (Chandra et al., 2023).

Periklanan merupakan suatu komunikasi persuasif yang menggunakan media masa untuk menjangkau konsumen dalam jumlah besar dan bertindak sebagai

perantaran antara pihak-pihak yang menawarkan uang melalui konsumen yang sebagai sasaran (Wells & Moriarty, 2011:5). Iklan harus memiliki kemampuan untuk mengatur perhatian konsumen sehingga mereka menyadari eksistensinya dan memahami pesan yang disampaikan, yang dikenal sebagai daya tarik iklan (Lin, 2011). Kekuatan Daya tarik iklan dapat mengubah pandangan konsumen terhadap merek menjadi positif (Feiz et al., 2013).

Pada penelitian sebelum yang dilakukan oleh Nicodemus Koli, Kirana Diva Aurellia Putri Galih “Konten Instagram dan Daya Tarik Iklan *Real Men Nivea* terhadap Minat Beli” menyatakan konten instagram dan daya tarik iklan dampaknya positif dan signifikan terhadap minat beli. Dalam penelitian dari Hendi Handoko, Monika Irene Simanjorang dkk (2019) tentang “Dampak Iklan di Media Sosial Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa” menyatakan dampak tidak terlalu signifikan antara iklan di media sosial terhadap minat beli.

Pendapat (Suryawijaya & Rusdi, 2021) memaparkan bahwa “Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat” diketahui bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik iklan di media sosial terhadap minat beli. Sedangkan menurut (Pohan & Sukmal, 2020) mengatakan bahwa “Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli seorang konsumen adalah daya tarik iklan. Suatu pesan iklan dikatakan berhasil jika proses pengiriman berhubungan dengan proses penerima, untuk itu komunikator harus merancang pesan agar menarik perhatian sasarannya. Kepercayaan yang terbentuk merupakan hasil dan proses evaluasi terhadap informasi yang diterima. Dimana

pesan iklan yang disajikan disertai dengan adanya pembuktian nyata akan manfaat dan kualitas produk, sehingga dapat menimbulkan keyakinan” menunjukkan bahwa daya tarik iklan terhadap minat pembelian memiliki dampak positif dan penting secara signifikan.

Dari penjelasan di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Konten Media Sosial dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Instagram Azarine)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan alasan pemilihan judul tersebut, identifikasi masalah dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Apakah konten media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli?
2. Apakah daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli?

## **1.3 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konten media sosial terkait produk Azarine terhadap minat beli.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik iklan dalam promosi pemasaran produk Azarine terhadap minat beli.

## **1.4 Manfaat penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Harapan, hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam memperluas pemahaman serta sebagai sumber referensi tambahan mengenai dampak konten media sosial dan daya tarik terhadap minat beli produk.

## 2. Manfaat Praktis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mengetahui pentingnya pengaruh konten media sosial dan daya tarik iklan terhadap minat beli produk.