

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konflik Israel-Palestina adalah salah satu konflik yang paling berkepanjangan dan kompleks di dunia. Konflik ini berakar dari persaingan atas tanah yang dianggap suci oleh kedua belah pihak, yaitu wilayah yang saat ini merupakan Israel, Tepi Barat, dan Gaza. Konflik ini telah berlangsung selama puluhan tahun dan telah menyebabkan penderitaan yang mendalam bagi rakyat Palestina. Pada 7 oktober 2023 konflik israel dan palestina kembali terjadi dan menjadi perhatian global termasuk di Indonesia.

Di Indonesia sendiri, isu Palestina dan Israel ini telah menjadi perhatian yang besar. Banyak masyarakat Indonesia yang bersimpati dan mendukung perjuangan rakyat Palestina. Hal ini diwujudkan dalam berbagai bentuk dukungan, seperti aksi demonstrasi, penggalangan dana, dan kampanye di media sosial. Sayangnya, isu ini juga berdampak pada produk-produk dan perusahaan yang ada Indonesia. Banyak produk dan perusahaan di Indonesia yang terkena imbas boikot karena dianggap terafiliasi dengan Israel. Beberapa perusahaan yang terkena boikot, seperti McDonald's, KFC, Starbucks, Puma, Aqua, Coca cola, L'Oreal dan lain-lain. Salah satu merek yang terkena dampak boikot adalah Scarlett.

Scarlett adalah produk kecantikan yang populer di Indonesia yang memiliki 5,2 juta followers nya di Instagram. Scarlett adalah brand kecantikan lokal dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia yang didirikan pada tahun 2017 oleh Felicya Angelista. Scarlett memiliki berbagai jenis produk kecantikan yang berfokus

untuk mencerahkan dan menjaga kesehatan kulit, baik untuk tubuh, wajah, maupun rambut. Dengan tag line “Reveal Your Beauty”, Scarlett menjadi solusi yang dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk berani mengungkapkan kecantikan dengan versi masing-masing.

Dari awal kemunculan nya Scarlett menunjukkan keberhasilannya dalam memikat hati para konsumennya dan berhasil mendapatkan kepercayaan mereka terhadap produk Scarlett. Produk-produk Scarlett dikenal dengan kualitasnya yang baik dan harganya yang terjangkau.



Gambar 1.1 profile @Scarlett_whitening
Sumber : (Instagram scarlettwhitening, 2024)

Namun, karena isu Palestina dan Israel, Scarlett pun terkena imbas boikot. Scarlett sempat menjadi sorotan karena dituding mendukung Israel, tuduhan itu muncul ketika sang owner Scarlett Felicya mengunggah video di media sosialnya yang dimana dalam video tersebut Felicia berniat untuk menunjukkan rasa simpatinya terhadap korban dari Palestina, namun ditengah video tersebut Felicya menampilkan cuplikan video Israel yang diserang oleh Hamas (gerakan

perlawanan islam). Bukanya mendapatkan simpati dan dukungan oleh public, Felicya justru mendapatkan cacian dari Masyarakat karena dalam videonya dia juga megatakan kata “peperangan”. Padahal menurut netizen yang terjadi di Palestina merupakan kejahatan kemanusiaan genosida yang sudah dilakukan Israel dari dulu daan semakin memburuk. Dampak nya netizen memberikan aksi untuk memboikot produk scarlett.

Hal ini menyebabkan citra merek dan penurunan penjualan yang signifikan. Scarlett Whitening mengalami penurunan pendapatan pada bulan Januari hingga Maret 2024, jika dihitung pengurangan pendapatan pada bulan Januari ke Februari sebanyak Rp 7,63 M, dan Februari ke Maret berkurang sebanyak Rp 1,40 M. penjualan yang menurun ini dapat diartikan bahwa Scarlett masih kurang baik dalam mambangun persepsi konsumen mengenai citra merek yang diberikan.



Gambar 1. 2 data penjualan Scarlett Desember-Maret 2024

Sumber : Koladata.com (2024)

Setelah isu boikot mencuat dan berdampak pada penurunan citra dan penjualan, Scarlett memberikan klarifikasi dan permohonan maaf. Scarlett menjelaskan bahwa scarlett tidak terafiliasi dengan Israel dan mendukung penuh perjuangan rakyat Palestina. Alih-alih mendapatkan tanggapan positif, scarlett malah mendapatkan komentar-kometar negatif oleh masyarakat.

Dari permasalahan tersebut, Scarlett membuat program donasi untuk Palestina, yaitu #scarlettbeautyimpact. Scarlett menyebutkan program #ScarlettBeautyImpact merupakan cara mereka untuk berbagi dan memberdayakan perempuan untuk meraih mimpi mereka dan kesejahteraan kemanusiaan. Felicya Angelista juga memberikan bukti nyata dalam menyadari situasi yang semakin memperhatikan di Palestina dengan memberikan donasi lanjutan sebesar Rp1.000.000.000, bantuan kemanusiaan ini di berikan melalui program Scarlett Beauty Impact disalurkan melalui badan Amal Zakat Nasional (Baznas) pada tanggal 3 Juli 2024.



Gambar 1. 3 Program #ScarleetBeautyImpact Donasi untuk Palestina

Sumber : (Instagram scarlettwhitening, 2024)

Setelah program ini berlangsung, Scarlett dalam masa kampanye program itu mengalami peningkatan. Penjualan mulai membaik dan masyarakat mulai memberikan komentar positif. Hal ini menunjukkan bahwa program #scarlettbeautyimpact berhasil memperbaiki citra merek Scarlett.



Gambar 1. 4 komentar pada postingan Program #ScarlettBeautyImpact
Donasi untuk Palestina
Sumber : (Instagram scarlettwhitening, 2024)

Dalam konteks ini, Teori Image Restoration dapat dikaitkan dengan tindakan korektif yang dilakukan Scarlett untuk memperbaiki citra mereknya. Teori Image Restoration menjelaskan tentang strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh suatu organisasi atau individu untuk memperbaiki citra mereka yang rusak. Dalam kasus Scarlett, perusahaan melakukan beberapa tindakan korektif, seperti memberikan klarifikasi, meminta maaf, dan melakukan tindakan nyata melalui program donasi. Tindakan-tindakan ini sesuai dengan strategi corrective action dalam Teori Image Restoration, di mana perusahaan berusaha untuk memperbaiki kesalahan atau kekurangan yang menyebabkan citra mereka rusak.

Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini, akan diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh program #scarlettbeautyimpact donasi untuk Palestina terhadap citra merek Scarlett. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar partisipasi dalam program donasi ini memengaruhi persepsi dan keyakinan konsumen terhadap merek Scarlett, serta bagaimana hal tersebut berdampak pada citra merek secara keseluruhan. Pada penelitian ini yang menjadi

populasi ialah followers instagram @scarlett_whitening, bahwa yang dapat diakses menggunakan tools IGExplorter dari 5,2 juta followers hanya 86.300 responden dari seluruh jumlah populasi, dan sampel nya hanya yang berdasarkan dari jumlah 83.600 responden yang di ambil dengan menggunakan teknik random sampling. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi dan pemasaran merek, terutama dalam konteks isu-isu sosial dan kemanusiaan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi dan perilaku konsumen terkait dengan program donasi dan isu-isu sosial.

1.2 Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh program #ScarlettBeautyImpact donasi untuk Palestina terhadap citra merek scarlett
2. Seberapa besar program donasi memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap merek scarlett

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh program #ScarlettBeautyImpact donasi untuk Palestina terhadap citra merek scarlett
2. Untuk mengetahui besar program donasi memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap merek scarlett

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis ini berfungsi untuk hasanah ilmu poengetahuan, menambah menjelaskan teori yang digunakan masih relevan untuk penelitian, relevan secara umum, atau tidak sama sekali. Namun dapat juga untuk memperkuat atau menggugurkan teori tersebut.

1.4.2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi pertimbangan praktisi untuk perusahaan dapat memengaruhi persepsi konsumen dan citra merek, yang bermanfaat bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran dan CSR yang lebih efektif.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam BAB ini, peneliti akan memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam BAB ini, peneliti akan membahas tinjauan pustaka terkait dengan judul dan permasalahan yang dikaji sebagai landasan teori penelitian hukum ini. Selain itu, peneliti juga menyertakan kerangka pemikiran yang disajikan dalam bentuk rencana alur beserta uraiannya serta memaparkan penelitian yang sudah ada sebelumnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam BAB ini peneliti akan memaparkan jenis serta berbagai metode yang akan dipakai dalam penelitian. Seperti pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, variabel penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, dan teknik pengujian data penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam BAB ini , terdiri dari penjabaran analisis data dari hasil penelitian.



