

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Menjaga kesehatan tubuh untuk diri sendiri merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Bukan hanya menjaga kesehatan tubuh dari dalam saja yang penting namun menjaga kesehatan tubuh dari luar juga tidak kalah pentingnya. Untuk menunjang hal tersebut ada upaya yang bisa dilakukan. Upaya yang dilakukan pun beragam, misalnya menjaga kesehatan tubuh dari dalam dapat dilakukan dengan mengonsumsi vitamin yang masuk ke dalam tubuh. Begitu juga menjaga kesehatan tubuh dari luar bisa menggunakan produk yang ditujukan untuk penggunaan luar.

Perilaku menjaga kesehatan dapat diartikan sebagai bagian dalam merawat diri, ada beberapa bagian tubuh yang menjadi perhatian bagi seseorang karena bagian tersebut adalah bagian yang paling mudah dan dapat mempengaruhi penampilan. Bagian tubuh yang biasanya lebih diperhatikan diantaranya kulit, rambut dan bibir. Adapun produk pendukung yang dapat menunjang dalam perawatan tersebut, misalnya dalam menunjang perawatan bibir maka orang akan menggunakan berbagai macam produk perawatan seperti *lip scrub*, *lip balm* dan *lip serum*.

Serum bibir atau *lip serum* sendiri adalah produk perawatan bibir yang memiliki tekstur cair dengan manfaat untuk merawat bibir agar bibir menjadi lembap sehingga tidak mudah kering hingga pecah-pecah serta juga bermanfaat

untuk mencerahkan warna kulit bibir yang mulai menggelap akibat faktor eksternal seperti paparan sinar matahari secara langsung dan terus menerus serta penggunaan produk berbahan kimia seperti pewarna bibir.¹ Salah satu merek dari produk perawatan bibir yang ada dipasaran adalah Jiera *natural lip* serum.

Jiera merupakan sebuah merek produk perawatan yang berfokus pada perawatan bibir. Salah satu produk dari merek Jiera ini adalah produk *natural lip* serum. Jiera menyatakan bahwa terdapat bahan-bahan alami yang bermanfaat yang terkandung dalam *lip* serum miliknya tersebut. Oleh sebab itu Jiera mengklaim produk *lip* serum itu sebagai *natural lip* serum.

PT.Jiera Visi Berkarya ini merupakan brand yang sudah berdiri sejak awal 2020 dan berfokus pada produk perawatan bibir.² Produk yang saat ini diproduksi oleh PT.Jiera Visi Berkarya adalah produk *lip* serum dan *lip scrub*. Saat ini kedua produk tersebut menjadi produk andalan PT.Jiera Visi Berkarya. *Natural lip* serum merupakan produk *lip* serum yang dimiliki oleh Jiera yang diklaim sebagai *natural lip* serum karna mengandung bahan alami yaitu *olive oil*, *macadamia oil*, *saffron oil* serta vitamin E dan manfaat dari kandungannya dapat mengatasi masalah bibir kering, kusam dan pecah-pecah.³

PT.Jiera Visi Berkarya sendiri memiliki visi dan misi perusahaan yaitu *Simplicity Of Beauty*. PT.Jiera Visi Berkarya atau biasa disebut dengan Jiera menganggap bahwa cantik itu sederhana merawat diri sebagai bentuk mencintai

¹ Alia, Winaryo. 7 September 2021. Cara Pakai Lip Serum Untuk Menjaga Kesehatan Bibir. Kompasiana.com
<https://www.kompasiana.com/alia75561/61371abf06310e30c15d4124/cara-pakai-lip-serum-untuk-menjaga-kesehatan-bibir> (Diakses pada 8 November 2022)

² <https://jieraofficial.com/> (Diakses pada 8 November 2022)

³ <https://jieraofficial.com/> (Diakses pada 8 November 2022)

diri sendiri. Merawat diri sendiri juga mendatangkan manfaat salah satunya dapat menunjang penampilan seseorang jadi terlihat lebih sehat dan segar. Adapun produk milik PT.Jiera Visi Berkarya yaitu Jiera *natural lip* serum dan Jiera bamboo *in your lip scrub* pada gambar 1.1 gambar produk PT.Jiera Visi Berkarya.



Gambar 1. 1. Gambar Produk PT.Jiera Visi Berkarya

Sumber : Jieraofficial.com

Dalam dunia bisnis, pelaku bisnis atau perusahaan tidak berjalan sendirian namun ada kompetitor lainnya. Sama halnya dengan PT.Jiera Visi Berkarya, dalam perjalanan bisnisnya PT.Jiera Visi Berkarya tidak hanya sendirian namun juga berdampingan dengan kompetitornya dibidang yang sama. Adapun kompetitor yang memiliki bergerak dibidang yang sama dengan Jiera dalam produk perawatan bibir diantaranya ada Noera *lip* Serum dan Bioaqua *lip* serum.

Jiera dan kompetitornya dalam produk perawatan bibir yaitu *lip* serum, tentu saling memiliki perbedaan pada produknya. Dan merek dari kompetitor Jiera yang juga sering disandingkan oleh Jiera ini diantaranya adalah Noera dan Bioaqua,

adapun perbedaan dari masing-masing produk yang menjadi perbandingan diantara ketiganya dapat dilihat pada tabe 1.1 perbandingan produk *lip* serum Jiera, Noera dan Bioaqua.

Jiera	Noera	Bioaqua
		

Tabel 1. 1. Perbandingan Produk *Lip* Serum Jiera, Noera dan Bioaqua

Sumber : Instagram *jieraofficial*, Instagram *noerabeautycare*, Instagram *bioaquabeautyofficial*

Pada tabel perbandingan produk, perbandingan produk terdapat pada kegunaan produknya. Jiera *natural lip* serum memiliki kegunaan sebagai *lip care* untuk melembabkan bibir, mencerahkan bibir, menutrisi bibir. Noera *vita lip* serum memiliki kegunaan sebagai *lip* serum, *lip gloss* dan *lip tint*, Bioaqua memiliki kegunaan sebagai *lip* serum dan *lip tint* karna memberikan sentuhan warna pada bibir dengan menciptakan warna merah muda pada bibir, memberikan kelembaban secara mendalam, merontokan kulit mati dan mencerahkan bayangan gelap dibibir.

Dalam perkembangannya suatu bisnis tentu tidak selalu mengalami hal yang menguntungkan saja namun ada kalanya hal yang tidak diharapkan bisa terjadi dalam proses perkembangan bisnis tersebut. Hal yang tidak diharapkan tentu akan mendatangkan kerugian bagi pihak yang mengalaminya. Hal tersebut sejalan dengan kondisi yang dialami oleh PT.Jiera Visi Berkarya ketika mendapati produk *Jiera natural lip* serum miliknya ada yang memalsukan.

Awal mula terjadinya kasus pemalsuan ini pada akhir tahun 2021, tepatnya pada bulan november 2021, ditandai dengan kenaikan followers instagram PT.Jiera Visi Berkarya dikarenakan khalayak yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait adanya produk *natural lip* serum yang palsu.

Keberadaan produk palsu dari *Jiera natural lip* serum tentu dapat memberikan dampak negatif bagi konsumen dan bagi PT.Jiera Visi Berkarya itu sendiri. Dengan adanya kondisi ini maka PT.Jiera Visi Berkarya perlu menginformasikan mengenai keberadaan produk tersebut kepada konsumennya agar konsumen dari *Jiera natural lip* serum milik PT.Jiera Visi Berkarya dapat berhati-hati dan tidak menjadi korban dari pemalsuan produk tersebut.

Keberadaan suatu produk sendiri dipasaran tidak begitu saja diketahui oleh masyarakat, perlu adanya kegiatan yang dilakukan agar khalayak mengetahui informasi mengenai suatu produk dipasaran. Dalam pemasaran ada yang disebut dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran ini menjadi aspek penting dalam menginformasikan tentang produk dan merek yang ditawarkan oleh pelaku bisnis atau perusahaan.

Dijelaskan bahwa, komunikasi pemasaran adalah sebuah sarana dimana suatu perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual”.⁴ Dari penjelasan mengenai komunikasi pemasaran maka pelaku bisnis atau perusahaan dalam melakukan komunikasi pemasaran bertujuan mencapai konsumen yang memiliki informasi tentang produk atau merek yang ditawarkan.

Dalam mencapai suatu tujuan ada cara yang dapat ditetapkan. Dalam prosesnya cara yang ditetapkan harus dirancang dengan maksimal agar hasil yang didapatkan juga efektif. Adapun cara yang dirancang guna mencapai tujuan ini disebut dengan strategi. Dalam komunikasi pemasaran untuk mencapai tujuan dari komunikasi pemasaran maka perlu ditetapkannya strategi dalam komunikasi pemasaran.

Dalam menetapkan strategi dalam komunikasi pemasaran dapat dilakukan dengan memanfaatkan sebuah konsep yang disebut dengan bauran pemasaran. Didalam bauran pemasaran ini terdapat komponen-komponen yang dapat digunakan dalam proses menetapkan strategi komunikasi pemasaran. Adapun bauran pemasaran yang bisa digunakan seperti 7p yang meliputi *product, price, promotion, place, people, process dan physical evidence*.

Berdasarkan penjelasan mengenai strategi komunikasi pemasaran sebelumnya jika dikaitkan dengan kondisi dari PT.Jiera Visi Berkarya yang mengalami kasus

⁴ M.Anang,Firmansyah.2020.*Komunikasi Pemasaran*.Cetakan Pertama.Jakarta:CV.Penerbit Qiara Media.Hal.2

pemalsuan produk maka strategi komunikasi pemasaran dapat ditempuh sebagai langkah penanganan dari adanya kasus pemalsuan produk tersebut. Dalam penetapan strategi komunikasi pemasarannya pun dapat memanfaatkan bauran pemasaran.

Dari kasus pemalsuan produk yang dialami oleh PT.Jiera Visi Berkarya sebenarnya dapat bersangkutan dengan kesan yang nantinya dimiliki oleh konsumen terhadap produk dari PT.Jiera Visi Berkarya yang dipalsukan itu. Hal yang fatal dapat terjadi apabila kasus pemalsuan produk tersebut kemudian dapat mengubah kesan yang buruk dari konsumen terhadap produk yang dipalsukan pada kasus ini adalah produk Jiera *natural lip* serum.

Kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek ini kemudian disebut dengan citra. Menurut Kotler, mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran dan kesan-kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi atau yang lainnya. Artinya jika seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas suatu organisasi dan seseorang merupakan citra.⁵

Sementara itu kesan yang terbentuk ketika melihat atau mendengar merek suatu produk maka disebut dengan citra merek. Citra merek sendiri merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek tersebut.⁶ Citra merek suatu

⁵ Ardianto,Elvinaro.2003.*Public Relations*.Bandung: Remaja Rosdakarya.hal.134

⁶ Iga Mauliga Mulitawati dan Maya Retnasary.2020.” Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @ahlinyabotmaag)”, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 4 (1) : 24
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/KOMUNIKOLOGI/article/view/7616> (diakses pada 8 November 2022)

produk perlu dijaga agar kesan yang dimiliki oleh konsumen sesuai dengan yang hendak diinformasikan oleh perusahaan tentang produk yang ditawarkannya.

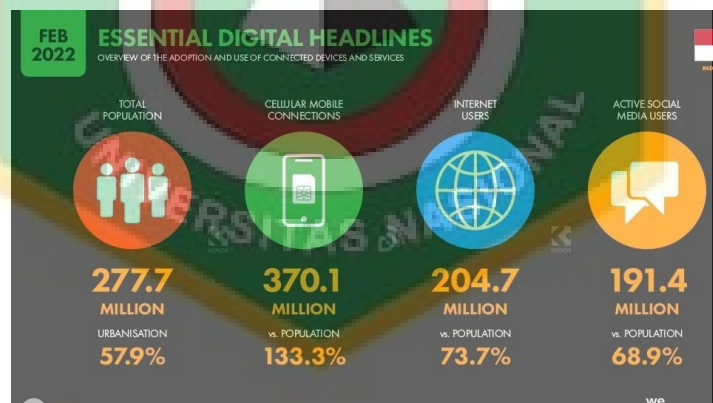
Selanjutnya citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum dengan adanya kondisi yang dialami yaitu, pemalsuan produk maka citra merek pada produk dapat saja bergeser. Citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum bisa saja berubah karena adanya kondisi tersebut. Seterusnya agar citra merek yang sudah ada tentu diharapkan tidak berubah, namun hal tersebut tidak bisa didiamkan begitu saja tanpa adanya upaya dalam menjaga citra merek.

Dari penjelasan terkait komunikasi pemasaran yang merupakan sarana untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk, dalam hal ini PT.Jiera Visi Berkarya hendak menyampaikan informasi tentang produk Jiera *natural lip* yang palsu kepada konsumen. Kemudian ada strategi sebagai cara yang ditetapkan untuk mencapai tujuan dari komunikasi pemasaran melalui bauran pemasaran dan menjaga citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum, maka dapat dirunutkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT.Jiera Visi Berkarya tersebut bertujuan untuk menjaga citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum.

Adanya perkembangan teknologi yang mempengaruhi aspek informasi dan komunikasi salah satunya ditandai dengan kemunculan internet. Internet saat ini sangat memudahkan banyak orang. Melalui internet orang mudah mengakses informasi bahkan kini pelaku bisnis atau perusahaan juga memanfaatkan kemudahan internet dalam menjalankan bisnisnya.

Internet kini sering dimanfaatkan untuk mengakses media sosial. Melalui media sosial tersebut pula dapat memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk melakukan komunikasi pemasaran untuk menjual produknya hingga menjaga citra merek. Selain itu melalui media sosial juga dapat memberikan efektifitas dan efisiensi waktu bagi konsumen karna tidak perlu datang langsung ke toko untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan.

Berdasarkan *We Are Social* yang merupakan suatu lembaga yang dapat melihat siklus penggunaan internet atau mengakses media sosial diseluruh dunia yang dapat diakses pada alamat situsnya <http://wearesocial.sg> . Di Indonesia sendiri data menunjukkan pengguna dengan jumlah 204,7 juta orang yang menggunakan Internet, 191,4 juta yang aktif menggunakan media sosial. Data tersebut dapat dilihat pada gambar 1.2 data pengguna internet dan media sosial.



Gambar 1. 2. Data Pengguna Internet dan Media Sosial

Sumber : *wearesocial.sg*

PT.Jiera Visi Berkarya dalam bisnisnya juga memanfaatkan penggunaan internet. Penggunaan internet ini sebagai akses media sosial. Media sosial yang dimiliki Jiera sekarang memiliki nama pengguna untuk Instagram, TikTok,

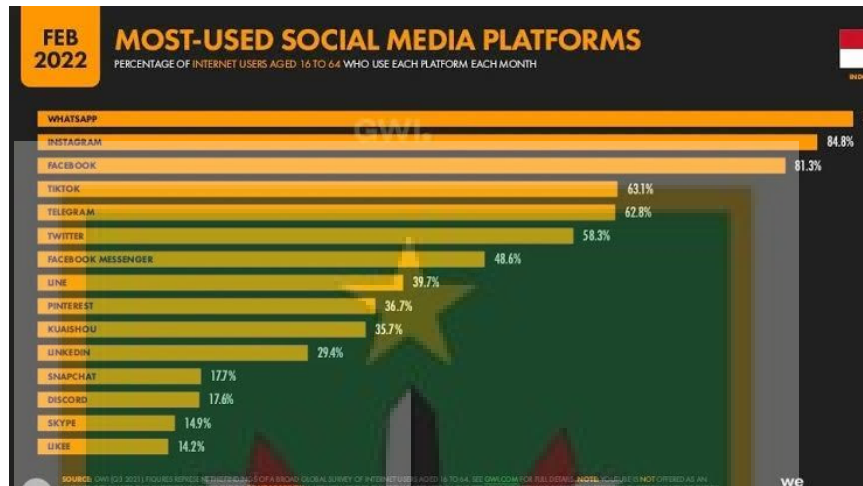
Youtube dan Twitter dengan nama @jieraofficial dan @jiera.official pada akun TikTok. Berdasarkan data pengguna internet dan media sosial yang cukup tinggi angkanya maka PT.Jiera Visi Berkarya tepat menggunakan media sosial pada bisnisnya.

PT.Jiera Visi Berkarya melalui Instagramnya sering mengunggah konten-konten seperti gambar dan video untuk menginformasikan tentang produknya begitu pula di TikTok. Foto-foto dan video yang diunggahnya berisikan konten-konten yang menarik dan sedang populer, hal tersebut bertujuan agar unggahannya menarik. Namun melalui TikTok Jiera bukan hanya sekedar berbagi konten saja namun juga menjual produknya dengan memanfaatkan fitur *live streaming*.

Dalam penggunaan TikTok dan fitur *live streaming*nya Jiera menyampaikan informasi terkait produk yang ditawarkannya sekaligus informasi mengenai produk Jiera *natural lip* serum yang palsu, maka dalam melakukan penyampaian produk tersebut artinya Jiera melakukan komunikasi pemasaran yang disampaikan melalui saluran media sosial yaitu TikTok dengan memanfaatkan fitur *live streaming*. Pemilihan saluran TikTok berdasarkan platform media sosial yang paling banyak digunakan diIndonesia dalam 2022 cukup populer.

Grafik tersebut berdasarkan dari *We Are Social* yang merupakan suatu lembaga yang dapat melihat siklus penggunaan internet atau mengakses media sosial diseluruh dunia yang dapat diakses pada alamat situsnya <http://wearesocial.sg> . Data mengenai populernya platform TikTok tersebut dapat

dilihat pada gambar grafik 1.3 Grafik media sosial yang paling banyak digunakan diIndonesia dalam 2022.



Gambar 1. 3. Grafik media sosial yang paling banyak digunakan diIndonesia dalam 2022

Sumber : wearesocial.sg

Berdasarkan susunan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa, pada kasus pemalsuan produk Jiera *natural lip* serum yang dialami oleh PT.Jiera Visi Berkarya ada langkah yang digunakan untuk menangani kasus tersebut. Dalam hal ini komunikasi pemasaran sebagai sarana menyampaikan informasi mengenai produk Jiera *natural lip* serum dan Jiera *natural lip* serum yang palsu.

Adapun strategi sebagai suatu cara cara yang ditetapkan untuk mencapai tujuan. Guna mencapai tujuan komunikasi pemasaran maka strategi komunikasi pemasaran perlu ditetapkan. Dalam menetapkan strategi komunikasi pemasaran dapat memanfaatkan bauran pemasaran. Dan adanya kasus pemalsuan Jiera

natural lip serum tersebut kemudian dapat menimbulkan kesan yang buruk pada citra merek Jiera *natural lip* serum jika dibiarkan begitu saja.

Penggunaan internet sebagai akses media sosial kini membawa perubahan pada bisnis. Dalam hal ini juga PT.Jiera Visi Berkarya memanfaatkan keberadaan internet tersebut pada bisnisnya, PT.Jiera Visi Berkarya memanfaatkan internet untuk akses media sosialnya sebagai saluran yang digunakannya dalam menawarkan produk sekaligus menginformasikan terkait produk Jiera *natural lip* serum yang palsu melalui media sosial TikTok.

Berdasarkan penjelasan yang ada maka dapat disimpulkan bahwa PT.Jiera Visi Berkarya melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam menangani kasus pemalsuan produk yang terjadi pada produk Jiera *natural lip* serum melalui saluran media sosial yaitu TikTok dengan tujuan menjaga citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum.

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka pada penelitian ini penulis hendak membahas lebih lengkap tentang permasalahan yang sudah disebutkan, dengan di dasari oleh data dan fakta yang akurat serta terpercaya mengenai strategi komunikasi pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya dalam menjaga citra merek terhadap produk *natural lip* serum melalui program *live* TikTok.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun masalah yang dirumuskan mengenai “ Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk *Natural Lip Serum* Melalui Program *Live* TikTok”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana langkah yang telah dilakukan oleh PT.Jiera Visi Berkarya guna menjawab permasalahan dalam penelitian ini mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk *Natural Lip Serum* Melalui Program *Live* TikTok.

1.4. Kegunaan Penelitian

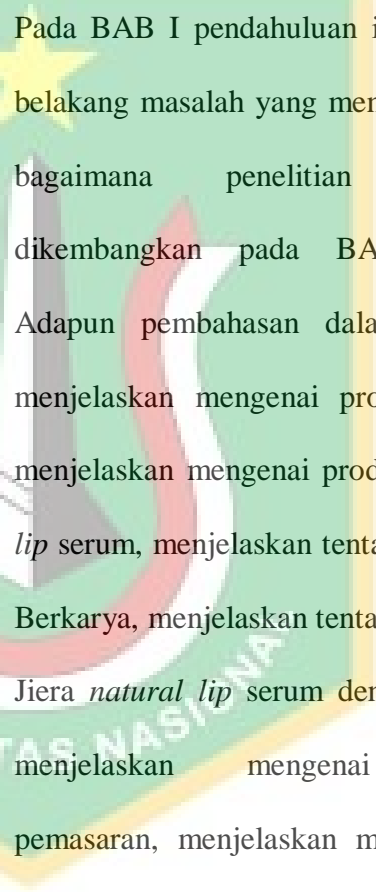
1. Manfaat Teoritis : Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis bagi mahasiswa dalam pembelajaran mengenai komunikasi pemasaran guna menentukan strategi komunikasi pemasaran dalam menjaga citra suatu merek produk.
2. Manfaat Praktis : Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna secara praktis pada perencanaan suatu strategi komunikasi pemasaran dalam menjaga citra merek.
3. Manfaat Akademis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian yang mana dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Universitas Nasional atau peneliti yang ingin meneliti permasalahan yang sama dikemudian hari.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah agar lebih jelas dan pembaca memahami tentang penulisan dalam penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN :



Pada BAB I pendahuluan ini terdapat latar belakang masalah yang menjelaskan tentang bagaimana penelitian ini akan dikembangkan pada BAB selanjutnya. Adapun pembahasan dalam BAB I ini menjelaskan mengenai produk lip serum, menjelaskan mengenai produk *Jiera natural lip serum*, menjelaskan tentang PT.Jiera Visi Berkarya, menjelaskan tentang perbandingan *Jiera natural lip serum* dengan kompetitor, menjelaskan mengenai komunikasi pemasaran, menjelaskan mengenai strategi komunikasi pemasaran, menjelaskan mengenai citra merek dan menjelaskan mengenai media sosial TikTok sebagai saluran strategi komunikasi dalam menjaga citra merek pada produk *Jiera natural lip serum*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA :

Pada BAB II kajian pustaka ini terdapat penelitian terdahulu yang dapat penulis jadikan sebagai referensi dalam kajian teori, kemudian menjelaskan mengenai kerangka teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini, yaitu teori *new media*, menjelaskan kerangka konsep yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu, strategi komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, citra, citra merek, media sosial dan TikTok serta gambar mengenai kerangka pemikiran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III metodologi penelitian ini terdapat penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif, kemudian menjelaskan metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan wawancara, observasi dan dokumentasi, menjelaskan metode pengolahan dan analisis data dengan

triangulasi data pada penelitian ini, menjelaskan *key* informan dan informan dalam penelitian ini serta jadwal penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN

PEMABAHASAN :

Pada BAB IV terdapat hasil dari penelitian dan pembahasan dari penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk *Natural Lip* Serum Melalui Program Live TikTok. Menjelaskan mengenai gambaran umum PT.Jiera Visi Berkarya, profil PT.Jiera Visi Berkarya, visi dan misi PT.Jiera Visi Berkarya, makna logo PT.Jiera Visi Berkarya, struktur organisasi dan tahapan dalam proses strategi komunikasi pemasaran produk Jiera *natural lip* serum, bauran pemasaran yang digunakan pada produk Jiera *natural lip* serum dan kaitan teori *new media* dalam penggunaan media sosial sebagai saluran dalam strategi komunikasi pemasaran dalam

menjaga citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya Dalam Menjaga Citra Merek Pada Produk *Natural Lip* Serum Melalui Program Live TikTok. Dan berisikan saran teoritis dan praktis.

