

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Teknologi informasi mempengaruhi proses pemasaran bisnis yang dijalankan semua orang yang dari awal hanya face to face sekarang dengan cara screen to face. Internet memberikan peluang agar bisnis atau jasa bisa berkembang dan juga mendapatkan jaringan relasi dengan seluruh orang yang memakai internet. Hal ini bisa diakses semua kalangan dari anak hingga orang tua dengan batasan yang sudah ditentukan oleh peraturan akses internet. Kelebihan menggunakan teknologi internet yaitu cepat di akses dan juga mudah untuk berkomunikasi dengan client ataupun rekan bisnis.

Penggunaan sosial media sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran dari jasa yang mereka tawarkan karena kecepatan diakses lebih mudah untuk langsung berkomunikasi. Pengguna Instagram mengalami peningkatan dari awal kemunculannya, yaitu pada tahun 2010 hingga 2024 dan sangat berkembang pesat dan cepat. Dari data lain oleh weare sosial media pada tahun 2024 sosial media dengan rating pengguna tertinggi yaitu whatsapp dengan 90,0% dari jumlah populasi. Pengguna Instagram di Indonesia 85,3% dari jumlah populasi pengguna dan Facebook dengan pengguna di Indonesia 81,6% dari jumlah populasi serta yang terakhir yaitu Tiktok sebanyak 73,5% dari jumlah populasi (<http://wearesosialindonesia.com> , 2024).

Instagram adalah sebuah application yang digunakan untuk saling berbagi foto dan video, menggunakan filter untuk berfotografia, dan menguploadkannya pada berbagai jejaring sosial, termasuk jejaring sosial utamanya. Media sosial Instagram dirancang untuk membuat pengguna smartphone percaya bahwa kameranya bagus. Salah satu bisnis yang berkembang melalui media sosial Instagram adalah perusahaan make-up yang menawarkan jasa.

Bisnis make-up artist berkembang dengan pesat seiring berkembangnya rutinitas manusia. Selain itu, bisnis yang sebelumnya memasarkan jasa make-up hanya melalui mulut ke mulut sekarang lebih cepat diakses melalui iklan dan juga melalui promosi di media sosial, seperti Instagram. Penggunaan sosial media sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran dari jasa yang mereka tawarkan karena kecepatan diakses menjadi lebih mudah untuk langsung berkomunikasi dengan klien.

“Branding juga penting bagi suatu bisnis. Branding adalah komponen penting dari komunikasi pemasaran karena membedakan merek suatu bisnis dari merek lain dengan menciptakan positioning yang didukung dengan diferensiasi. Proses branding juga dapat diartikan sebagai upaya komunikasi yang dirancang oleh pengembang bisnis atau perusahaan dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek mereka di kalangan masyarakat umum dengan tujuan menciptakan identitas yang lebih luas, termasuk nama bisnis, logo, karakter, dan cara konsumen melihat merek tersebut. Menurut Setiadi,

brand image adalah keseluruhan persepsi terhadap suatu merek yang dibentuk secara konsisten melalui penggunaan data dari berbagai sumber.

Branding juga memiliki tujuan dengan sebagai pembeda dengan yang lain, promosi daya tarik dan juga membangun citra, keyakinan, jaminan kualitas dan mudah diingat oleh konsumen. Unsur dalam suatu branding juga sangatlah penting dengan mencantumkan nama brand, logo, tagline dan juga tampilan visual serta desain yang bisa menarik orang lain atau konsumen. Branding memiliki beberapa jenis yaitu: Product Branding adalah mendorong konsumen untuk memilih produk dari pesaing, Personal Branding adalah memiliki nilai lebih dari kalangan masyarakat yang mengenal dari seseorang penjual produk atau jasa. Corporate Branding adalah menjaga dan mengembangkan reputasi dari produk yang dimiliki. Cultural Branding adalah mengembangkan reputasi produk atau jasa dari lingkungan terdekat. Adapun langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk melakukan branding jasa maupun barang adalah memperlakukan asset brand sebagai aset perusahaan, setelah itu membangun brand dengan khas dan karakter yang kuat, menjaga kualitas produk make-up dan juga hasil make-up dengan konsisten, mempertahankan jasa brand make-up dari banyaknya saingan MUA di Ponorogo.

Salah satu Make-up Artist di Ponorogo yang berkembang cepat dengan menggunakan sarana media sosial Instagram untuk mempromosikan jasa bisnisnya yaitu akun @readysoebagyo_makeup. Sejak awal berdirinya MUA ini pada tahun 2017 yang memiliki 1000 followers di Instagram. Awal

cerita berkembangnya MUA ini saat Ready menjadi sales promotion di perusahaan kakaknya sendiri di clothing yang setiap hari harus mendatangkan MUA untuk merias model memasarkan produk. Akan tetapi MUA tidak bisa setiap hari datang, akhirnya Ready mencoba sendiri untuk menjadi MUA di perusahaan kakaknya dan akhirnya sampai merasa nyaman dengan job tersebut. Dengan basicnya yang dahulu suka melukis memudahkan Ready untuk menjadi seorang MUA. Bahkan hingga sekarang beliau mengadakan class private untuk merekayang ingin berbagi pengalaman tentang make up dan mempraktikkannya langsung dengan pantauan Ready sendiri.

“Akun soebagyo MUA saat ini mempunyai followers sebanyak 136K dan 4.433 postingan. Selain di Instagram, akun ini juga viral di media Tiktok. Adanya tim yang selalu aktif dan bercontent menarik membuat Ready ini memiliki jam terbang yang tinggi dan populeritasnya melejit. Bahkan anak sekolah yang berumur 15 tahun ke atas sangat berexited untuk di make up pemilik akun ndalemmenten ini untuk acara wisuda. Apalagi untuk acara wedding, sudah viral di media sosial harus berjanjian beberapa bulan sebelum acara dilangsungkan. Dengan budget yang tergolong tinggi di Ponorogo, MUA ini tidak pernah mengecewakan hasilnya.”

Strategi promosi yang terus dikembangkan hingga saat ini oleh @readysoebagyo_makeup personal brand mua ini untuk menjadikan nama bisnis tersebut menjadi lebih terkenal. Vendor ini dengan kepemilikan dari Ready Subagyo yang sudah sejak lama terjun di dunia bisnis jasa make-up artist professional. Untuk itulah jasa make up sangat dibutuhkan menjelang

pernikahan karena menjadi penyumbang ide dan konsep pernikahan. MUA ini juga bekerja sama dengan saudaranya yang mempunyai sebuah platform Wedding Organizer yaitu ndalemmanten. Sebagai pengatur seluruh dan mengkoordinasikan seluruh rangkaian acara yang sudah disiapkan. MUA dan jasa wedding organizer juga menjadikan kunci kelancaran dari sebuah acara atau momen yang dilaksanakan pada saat itu. Banyak orang di Ponorogo dari pelosok desa hingga kota menginginkan MUA @readysoebagyo_makeup terhits ini dengan konsep dengan wedding organizer yang modern dan berkelas seperti ndalemmanten.

Berdasarkan dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap Instagram MUA @readysoebagyo_makeup menyatakan bahwa MUA ini berhasil mengupload sebanyak 4000 lebih postingan disertai beberapa komentar dari hasil postingannya yang mendapatkan penilaian tentang baik buruknya personal branding secara langsung melalui pengamatan dari beberapa sampel. Dari 4000 postingan tersebut ada beberapa jenis make up yang sudah ditangani seperti adat jawa, adat solo hijab putri, adat sunda, arabian look, dan indian look. Dari hasil observasi menyatakan bahwa dari sebagian postingan dengan konsumen berbeda yang memilih adat putri hijab solo karena terkesan ingin memakai adat jawa yang masih bisa digunakan untuk menutup aurat. Sebagian postingan dikreasikan dengan jenis-jenis makeup sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu penting bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Personal Branding Jasa Make Up Artist Ponorogo Melalui Akun Instagram

@readysoebagyo_makeup”. Alasan peneliti memilih tema di atas untuk mengetahui teori yang dilakukan untuk personal branding yang digunakan oleh akun @readysoebagyo_makeup dalam jasa MUA dan menjadikan publikasi bagi orang-orang yang menggunakan jasa make-up.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana analisis personal branding yang diterapkan pada jasa make up Ready Soebagyo Makeup Artist (MUA) Professional melalui akun Instagramnya @readysoebagyo_makeup?”.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui analisis yang diterapkan dalam personal branding jasa make-up dalam akun Instagram @readysoebagyo_makeup.”

D. MANFAAT PENELITIAN

“Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a) Penelitian ini akan memperkaya pengetahuan terutama yang berkaitan dengan strategi branding pada jasa make-up.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya dan menjadikan referensi bagi penelitian mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a) Mengembangkan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi branding pada jasa make-up.
- b) Penelitian dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menambah wawasan masyarakat mengenai strategi branding make-up.

