

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini khususnya pada internet menghadirkan berbagai aplikasi dan sumber informasi yang dapat di akses dengan mudah dan cepat. Kemajuan teknologi dapat berdampak pada gaya hidup seseorang yang semakin aktif untuk berkomunikasi, internet mengubah bentuk pemikiran secara meluas dan tidak terbatas. Internet merupakan sumber informasi yang mudah mempengaruhi manusia karena mengakses informasi secara global. Selain sebagai sumber informasi dan komunikasi, perkembangan internet bertambah melalui media sosial ataupun jejaring sosial yang terdiri dari berbagai aplikasi yang diakses melalui *laptop* ataupun *smart phone*.

Media sosial memiliki peran penting sebagai alat komunikasi dimana setiap pengguna dapat berbagi informasi, pengetahuan dan saling terhubung. Menurut Ellison,(2007:54) mengatakan “Sosial media merupakan konsep ruang digital setiap penggunanya dapat membuat rangkuman profil, mendeskripsikan dirinya untuk berinteraksi dengan orang-orang dari kalangan berbeda, baik dalam lingkup antar individu maupun dengan perusahaan”. Internet mampu mengembangkan berbagai jenis aplikasi serta media sosial atau jejaring sosial yang dapat mengelompokkan seseorang saling berinteraksi dengan mudah.

Banyaknya aplikasi media sosial yang bermunculan salah satunya Instagram yang sebelumnya hanya menjadi aplikasi berbagi foto, kini menjadi media sosial terbesar dunia. Menurut data MAU (*Monthly Active User*) pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 22 juta, dan menjadi peringkat ke-2 sebagai pengguna media sosial terbanyak setelah *Facebook*. (Muhmmad Fadhol Tammy 2017:172). Instagram telah digunakan oleh jutaan *user* yang aktif menggunakan sosial media, dari beberapa media sosial aplikasi ini menjadi yang paling terkenal.

Adanya suatu media sosial yang banyak di gunakan masyarakat di seluruh dunia membuat kondisi ini berpotensi menciptakan suatu hal yang baru bagi masyarakat, dan dapat mengubah pandangan masyarakat mengenai produk dan jasa (Haenlein, 2010:70). Cepatnya proses penyampaian informasi melalui internet dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai lahan baru untuk berbisnis. Banyaknya pengguna internet yang aktif di sosial media menjadikan strategi pemasaran serta jual-beli produk dan jasa.

Menurut Mangold & Faulds, (2009:149) mengatakan “Meningkat perkembangannya yang sangat cepat, sosial media dapat menjadi media paling strategis bagi pemasaran sebuah merek atau pemasaran suatu perusahaan untuk menjangkau konsumen dimasa mendatang”. Sehubungan dengan kutipan di atas bahwa pesatnya media sosial dapat di kaitkan dengan semakin aktifnya masyarakat dalam menggunakan aplikasi ataupun media sosial, sehingga mempromosikan dan memasarkan suatu produk di lakukan di dalamnya yang membuat produk tersebut terkenal di seluruh pengguna media tersebut. Dengan demikian karena adanya keaktifan pada suatu media sosial seseorang dapat mencari kebutuhan nya melalui

media tersebut, di kaitkan dalam penelitian ini keaktifan media sosial instagram bagi sebagian orang di artikan sebagai aktif karena mencari informasi di dalamnya, membuka aplikasi tersebut secara berkala dan mencari produk atau jasa yang di jual pada media tersebut.

Berbelanja tidak harus di lakukan di mall dan toko, kini hanya butuh beberapa saat untuk menemukan produk yang diinginkan melalui *online shop* yang tertera pada instagram. Cukup melakukan pencarian terhadap barang yang diinginkan, diikuti dengan tanda # atau di sebut *hashtag* pada awal pencarian. Pada instagram terdapat berbagai kebutuhan wanita yang identik dengan kosmetik dan perawatan diri. Saat ini memang banyak sekali produk yang beredar di pasaran, kita dituntut untuk cerdas dalam melakukan pemilihan suatu produk perawatan diri. Banyaknya kosmetika yang ada saat ini membuat wanita sulit untuk memilih mana yang terbaik untuk di gunakan.

Perilaku dalam pemilihan suatu produk di dasari dengan adanya berbagai aktifitas dalam mencari informasi dan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk memilih dan menggunakan produk/jasa. Menurut Kotler (dikutip oleh setiadi,2010) faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu (1) faktor kebudayaan, (2) faktor sosial, (3) faktor pribadi, dan (4) faktor psikologi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pemilihan suatu produk seseorang perlu mempertimbangkan dalam memilih produk yang akan dipilih atau digunakan, konsumen tentu akan mencari informasi

terlebih dahulu mengenai suatu produk. Untuk itu, konsumen memerlukan sumber informasi melalui lingkungan sekitar ataupun media iklan, internet dan lainnya

Sebelum memasuki perawatan diri sebaiknya mengetahui dahulu fungsi dari sebuah kosmetika, kali ini peneliti menjelaskan bahwa kosmetika memiliki fungsi sebagai berikut: (1). Bersifat Dekoratif (Merias diri) yaitu di gunakan karena dapat mempertinggi daya tarik atau mengubah penampilan. Dengan meliputi alat perias wajah seperti *foundation, facepowder, lipstick, mascara eyeshadow* dan lain nya. (2). Bersifat Pemeliharaan yaitu kosmetika untuk perawatan diri yang sangatlah penting dilakukan seperti kosmetika untuk pembersih wajah, kosmetika untuk perlindungan kulit seperti *moisturizing cream, toner, dan lulur* serta perawatan lain nya yang bersifat memelihara kulit (Nur'an,2009:9).

Dari penjelasan di atas kosmetika memiliki fungsi yang berbeda tiap produknya untuk itu perlunya pengetahuan yang lebih untuk menghadapi berbagai kosmetika yang beredar saat ini, dimana terdapat kosmetika yang berbahaya, menggunakan bahan yang terlarang seperti merkuri yang dapat membahayakan kesehatan. Tertulis dalam buku Rahasia di balik kosmetika di jelaskan efek merkuri dapat mempengaruhi system syaraf, merusak otak, ginjal maupun janin, dan dalam efek yang singkat pada kadar merkuri yang tinggi mengakibatkan kerusakan paru-paru, muntah-muntah dan peningkatan tekanan darah (Nur'an,2009:39)

Sejatinya pemilihan kosmetika haruslah di dasari dengan pengetahuan yang luas, untuk itu pemilihan produk yang alami dan tradisonal dapat membantu

kekhawatiran terhadap dilema menggunakan kosmetika yang berbahaya. Berbagai perawatan diri di lakukan oleh setiap wanita mulai dari perawatan rambut, wajah, tangan, badan dan juga kaki. Semua itu di lakukan agar mendapatkan kecantikan dan keindahan.

Perawatan diri merupakan perawatan diri sendiri yang di lakukan untuk mempertahankan kesehatan, baik secara fisik maupun psikologis (Alimul,2009:84) Perawatan diri dan kecantikan merupakan tugas wajib untuk semua wanita, wanita sudah memiliki kewajiban pokok untuk merawat diri dan kecantikan tubuhnya. seperti merawat wajah, merawat tubuh dan lain-lain.Perawatan diri jika di lakukan benar dan teratur akan membentuk kulit yang indah dan sehat.

Perawatan diri dapat di lakukan di mana saja dan kapan saja meliputi perawatan diri di salon, tempat spa atau di rumah menggunakan produk kosmetik sederhana dan tradisional. Perkembangan kosmetik kini kian beragam wanita dituntut untuk cerdas dalam memilih produk kosmetik yang tepat juga sesuai untuk mereka gunakan. Dalam perawatan diri terdapat beragam jenis produk kosmetik tradisional hingga modern. Dalam buku Kecantikan Timur di tuliskan perawatan modern meliputi penggunaan alat-alat yang canggih dan kosmetika yang dekoratif di sesuaikan dengan jenis kulit dan problema kulit. Sedangkan perawatan tradisional adalah dengan menggunakan bedak dingin, masker, mangir dan pupur (Marthatilaar,1999:67) Dapat di simpulkan bahwa untuk mendapatkan kulit yang baik maka haruslah menggunakan perawatan yang maksimal, dengan

menggunakan perawatan tradisional ataupun modern yang dapat di sesuaikan dengan kebutuhan kita.

Begitu banyak pilihan produk perawatan salah satunya yang sangat terkenal yaitu kosmetika Korea. Kosmetika asal negeri gingseng ini telah merambah ke berbagai negara. Dikatakan dalam sebuah buku SeoulVivor “Banyak yang mengakui bahwa kosmetik korea memang cukup bagus dan berkhasiat maka dapat di anjurkan untuk menggunakan produk tersebut”. (Lia indra andriana tataz, 2011:18) Produk kosmetik korea yaitu *bb cream*, *cc cream*, *moisturizer*, *liptint* serta perawatan kulit wajah seperti masker dan lain-lain. Tak hanya sebatas tentang produk korea saja, kini produk lokal dan produk alami saat ini sangat di minati dan telah mengembangkan produknya ke berbagai Negara. Dikutip dari buku Cantik dengan Bahan Alami di sebutkan bahwa:

“Pada saat ini, tersedia berbagai produk kosmetik siap pakai di jual dengan kemasan yang menarik dan cantik, iklan yang menarik serta dengan harga yang beragam. Namun pada Negara-negara maju saat ini sedang menggalakan hal-hal yang bersifat alamiah (*back to nature*) karena mengandung bahan kimia dapat merusak kondisi tubuh kita. Dengan memanfaatkan bahan-bahan alamiah selain lebih murah, lebih aman dan tidak menimbulkan efek samping yang akan membahayakan tubuh” (Surtiningsih, 2005:7)

Dengan demikian dapat di simpulkan saat ini produk-produk yang alami menjadi produk yang di gemari dari berbagai Negara, setiap wanita ingin mengguakan produk yang alami, aman dan tidak menimbulkan efek samping di masa mendatang. Produk kecantikan dan perawatan diri yang alami salah satunya perawatan diri dari Bali, menjadi produk yang kian lama mengembangkan produknya ke berbagai jenis perawatan mulai dari masker wajah, lulur, *body*

butter, scrub cream, massage oil dan masih banyak lagi. Produk perawatan diri dari Bali memiliki keunggulan tersendiri yang membedakan dengan produk perawatan diri lainnya, dengan menggunakan berbagai bahan yang alami serta harganya yang terjangkau membuat sebagian orang memilih untuk menggunakan produk perawatan ini. Menurut NiKadek Eka Citrawati mengatakan, bahan-bahan yang digunakan pada produk – produk perawatan diri dari Bali tidak hanya rempah-rempah melainkan juga buah-buahan yang sebagian di impor seperti lavender dan oliv, yang mempunyai kualitas yang tinggi (Arif rahman, 2016:35).

Untuk itu kini memilih perawatan yang baik dan terjangkau mereka mencari dari berbagai *refrensi* salah satunya melalui aplikasi instagram yang menjual bermacam produk perawatan diri untuk melakukan perawatan di rumah menggunakan produk-produk yang aman dan alami. Dengan mengikuti akun – akun yang menjual produk perawatan dan membaca review tentang produk yang diinginkan memudahkan menemukan perawatan diri yang sesuai

Berdasarkan uraian di atas peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh keaktifan penggunaan instagram terhadap perilaku konsumen memilih produk perawatan diri dari Bali” penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh keaktifan penggunaan instagram terhadap perilaku dalam pemilihan produk perawatan diri dari Bali dan mengetahui sejauh mana pengetahuan remaja terhadap pemilihan produk perawatan diri yang dipublikasikan melalui media instagram untuk mereka gunakan. Penelitian ini akan dilakukan kepada remaja usia akhir. Rentan usia remaja menurut Departemen

Kesehatan RI tahun 2009 adalah 12 – 16 tahun untuk masa remaja awal, dan 17 – 25 tahun untuk masa remaja akhir. Khususnya pada Mahasiswa Jurusan Tata Rias 2013/2014

1.2 Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah yang mempengaruhi Keaktifan Penggunaan Instagram terhadap Perilaku Konsumen memilih produk perawatan diri dari Bali yaitu :

1. Pentingnya pengetahuan untuk pemilihan produk perawatan diri yang baik
2. Keinginan untuk memiliki kulit yang sehat dan cerah serta bercahaya dengan menggunakan produk alami.
3. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen remaja untuk memilih produk perawatan diri dari Bali
4. Sosial media Instagram memberikan peran yang penting terhadap perilaku konsumen memilih produk perawatan diri remaja
5. Pengaruh keaktifan Penggunaan Instagram terhadap perilaku konsumen memilih produk perawatan diri dari Bali

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang telah diidentifikasi di atas, maka penulis membatasi masalah pada, bagaimana Pengaruh keaktifan penggunaan Instagram terhadap perilaku konsumen memilih produk perawatan diri dari Bali. Keaktifan penggunaan Instagram yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah aktif dalam

mnggunakan aplikasi instagram, dan aktif untuk mencari produk – produk perawatan diri yang sesuai untuk di gunakan, membaca *review followers* tentang perawatan diri dari instagram serta mengikuti akun-akun yang menjual produk perawatan diri. Produk perawatan diri di sini yang di maksud adalah produk perawatan badan dari Bali dengan contoh produk lokal Bali yaitu brand Bali alus, Bali ratih, utama spac dan lain nya, terhadap konsumen di usia remaja akhir yaitu 17 tahun sampai dengan 25 tahun di jurusan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut; “Bagaimana Pengaruh Keaktifan Penggunaan Instagram terhadap Perilaku Konsumen memilih Produk Perawatan diri dari Bali”

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna sebagai upaya meningkatkan minat terhadap suatu produk perawatan diri lokal khususnya perawatan diri dari Bali
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna sebagai pengetahuan untuk mahasiswa tentang bagaimana memilih perawatan diri yang sesuai.

3. Dari hasil penelitian diharapkan dapat digunakan mahasiswa ataupun masyarakat yang membaca dapat mengetahui bagaimana pengaruh keaktifan instagram terhadap perilaku konsumen memilih produk perawatan diri dari Bali, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa ataupun masyarakat untuk penelitian selanjutnya.