

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi perkembangan era digital yang pesat, para pebisnis dihadapkan pada tuntutan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang dinamis. Terutama di masa pandemi COVID-19, pelaku bisnis menunjukkan respons yang tanggap dengan menerapkan strategi pergeseran dari model bisnis konvensional ke ranah online. Menurut Febriani & Dewi (2019) perubahan perilaku konsumen yang cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di rumah dan melakukan transaksi secara virtual menjadi pendorong utama transformasi ini. Oleh karena itu, transformasi digital bukan hanya sekadar langkah strategis untuk menjaga relevansi bisnis, melainkan juga suatu keharusan guna memenuhi tuntutan konsumen di era yang semakin terkoneksi ini.

Dalam transformasi model bisnis yang semula konvensional menjadi ke arah digital atau online khususnya pada saat masa pandemi COVID-19, memberikan sejumlah dampak yang dirasakan bagi masyarakat. Dampak positif yang dapat dirasakan oleh masyarakat yaitu adanya kemudahan transaksi jual beli yang dapat dilakukan hanya secara online atau melalui smartphone, yang pada awalnya transaksi hanya dapat dilakukan langsung harus berpergian ke suatu tempat, kini hanya dapat dilakukan hanya dari rumah saja. Selain itu juga, dalam transaksi pembayaran kini juga dapat dilakukan dengan uang elektronik atau fasilitas e-wallet yang sebagaimana bertujuan untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran.

Namun, hal ini juga bersamaan pada dampak negatif yang muncul saat transformasi model bisnis konvensional menjadi online, dimana tidak semua transaksi kegiatan jual beli online dapat memberikan keuntungan, artinya dapat juga muncul resiko terjadinya penipuan, phishing, scamming karena adanya kemudahan akses serba digital ini (Putri & Kurbayanti,

2021). Sementara menurut Purwana dkk (2017), media sosial telah menjadi salah satu platform utama yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi online. Dalam konteks ini, Instagram menjadi pilihan populer sebagai wadah untuk bertransaksi secara digital. Keunggulan Instagram terletak pada kemampuannya dalam bidang visual, memanfaatkan daya tarik gambar dan konten visual untuk menarik perhatian pengguna. Sebagai alat pemasaran, Instagram membawa nilai tambah signifikan dengan memungkinkan pelaku bisnis memanfaatkan estetika visual untuk mempromosikan produk atau layanan mereka secara efektif. Selain itu, Instagram sebagai media sosial yang memiliki jumlah user yang sangat banyak dan digemari oleh semua kalangan, sehingga hal ini mendorong terjadinya perluasan atau pengaruh besar bagi segala aspek.

Dampak yang ditimbulkan oleh sosial media ini, Instagram berpengaruh terhadap gaya hidup, pola pemikiran, dan cara berinteraksi mereka. Secara positif, Instagram dapat berpengaruh terhadap interaksi atau konektivitas sosial terhadap sesama rekan atau bahkan terhadap orang yang diikuti atau following di sosial media, menjadi mudah untuk berkomunikasi dan berinteraksi oleh sesama. Instagram juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri bagi semua kalangan melalui unggahan postingan-postingan orang-orang, dan juga sebagai sarana memperoleh informasi yang positif mengenai hal apapun (Listiwati, 2023). Adapun pengguna Instagram pada tahun 2023 tercatat mencapai 94.541.90. Namun, dampak negatif dari adanya Instagram ini juga dapat dirasakan, seperti terjadi perubahan sikap oleh individu menjadi lebih individualis dan kurang berempati, memicu terjadinya pelanggaran *cyber bullying* atau aksi negatif lainnya, dan dapat memicu kriminalitas oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab (Info, 2023).

Dalam pemasaran, Instagram sering sekali menjadi platform utama untuk meningkatkan penjualan atau pengenalan produk kepada masyarakat atau audiensnya. Melalui media sosial, misalnya, perusahaan maupun *influencer* dapat memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk berbagi konten yang menarik, berinteraksi dengan konsumen,

dan membangun komunitas di sekitar merek mereka (Rony & Panuju, n.d). Seperti pada akun instagram @alifahratu yang memanfaatkan instagram dan memanfaatkan visual sekaligus *caption* menarik dengan fitur feeds, reels, dan story instagram untuk mengenalkan produk kecantikan khususnya Teratu Beauty. Akun Instagram @alifahratu telah menjadi destinasi utama bagi para penggemar kecantikan dan perawatan tubuh. Dengan lebih dari 300 ribu pengikut, kontennya menjadi sumber inspirasi yang kaya akan berbagai informasi seputar kecantikan. Salah satu fokus utama dari akun ini adalah mereview produk-produk terkini, memberikan tips yang berguna, serta menyajikan tutorial makeup yang bisa diikuti oleh para pengikutnya. Alifah Ratu juga mengaku bahwa ia sudah tidak menerima endorsment, yang dimana hal ini lumrah dilakukan oleh para rekan yang juga terjun ke dunia *influencer* saat ini.

Salah satu brand yang sering kali diangkat oleh @alifahratu adalah Teratu Beauty. Sebuah *brand* kecantikan lokal yang menonjolkan konsep natural dan organik. Keistimewaan dari Teratu Beauty terletak pada penggunaan bahan-bahan alami yang menjamin keamanannya bagi kulit. Melalui ulasan mendalam yang dilakukan oleh @alifahratu, produk-produk dari Teratu Beauty terbukti memiliki kualitas yang sangat baik dan sesuai dengan kebutuhan kulit. Ini menjadikan produk-produk dari brand ini sangat diminati dan populer di kalangan pengguna Instagram yang peduli dengan perawatan kulit alami dan efektif. Dengan demikian, Teratu Beauty tidak hanya menjadi sekadar nama dalam dunia kecantikan, tetapi juga menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan produk yang ramah terhadap kulit.

Pemanfaatan instagram oleh akun @alifahratu sebagai founder dari Teratu Beauty ini, memberikan sejumlah dampak dan perhatian bagi follower yang ia miliki. Hal ini mendorong *awareness* brand Teratu Beauty menjadi lebih intens dan lebih menarik melalui @alifahratu sendiri. Konten-konten yang disajikan oleh Alifah Ratu, selalu diselipkan produk-produk teratu beauty, hal ini sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian audience terhadap produk yang ia miliki. Sehingga pemasaran yang

dilakukan dapat tersebar sesuai dengan target yang ditentukannya. Jika ulasan-ulasan mengenai produk teratu beauty ini menghasilkan stigma yang positif di mata audience, maka dapat menimbulkan terjadinya terpaan konten sebagaimana dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk Teratu Beauty.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terpaan konten akun Instagram @alifahratu dapat memengaruhi keputusan pembelian produk Teratu Beauty. Hal ini dikarenakan konten yang disajikan oleh akun @alifahratu cukup informatif dan menarik, sehingga dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengguna Instagram. Selain itu, produk-produk Teratu Beauty yang diulas oleh akun @alifahratu memiliki kualitas yang baik, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pengguna Instagram. Dari analisis tersebut, terlihat bahwa akun Instagram @alifahratu memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Teratu Beauty. Konten yang disajikan oleh akun tersebut terbukti memiliki daya tarik yang kuat dan memberikan informasi yang informatif bagi pengguna Instagram. Melalui ulasan yang mendalam dan informatif, @alifahratu berhasil menyoroti kualitas produk-produk Teratu Beauty, yang pada gilirannya meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan pengguna terhadap merek tersebut.

Ketika sebuah akun memiliki reputasi untuk memberikan ulasan yang akurat dan terperinci, seperti yang dilakukan oleh @alifahratu, pengikutnya cenderung mempercayai pendapat dan rekomendasinya. Dalam hal ini, ulasan positif yang ditampilkan oleh akun tersebut dapat menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian pengguna Instagram. Dalam penelitian Pratiwi & Mahfudz (2021), ulasan positif yang ditampilkan oleh akun tertentu di Instagram dapat menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian pengguna Instagram. Hal ini dikarenakan ulasan positif dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengguna Instagram untuk menilai kualitas produk yang ditawarkan. Ulasan positif dapat memberikan informasi tentang fitur produk, kualitas bahan, kenyamanan penggunaan, dan sebagainya.

Memilih brand Teratu Beauty dengan selebgram @alifahratu memiliki beberapa alasan yang kuat. Pertama, @alifahratu memiliki jumlah pengikut yang besar di platform media sosial, khususnya Instagram, sehingga dapat memberikan eksposur yang luas bagi brand Teratu Beauty. Dengan demikian, brand tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan potensial untuk menjangkau target pasar yang lebih besar. Kedua, @alifahratu memiliki audiens yang terkait erat dengan industri kecantikan dan skincare, sehingga konten yang dipostingnya cenderung memiliki daya tarik yang tinggi bagi penggemar kosmetik. Hal ini memungkinkan brand Teratu Beauty untuk mencapai target pasar yang relevan dan potensial untuk mendapatkan konsumen yang loyal.

Ketiga, @alifahratu juga memiliki reputasi yang baik di kalangan pengikutnya, yang dapat memberikan kepercayaan dan kredibilitas tambahan bagi brand Teratu Beauty. Dengan bekerja sama dengan selebgram yang memiliki reputasi baik, brand tersebut dapat meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen terhadap produknya. Terakhir, kerjasama dengan @alifahratu dapat memberikan konten yang kreatif dan menarik untuk promosi produk Teratu Beauty. Konten yang disajikan oleh selebgram tersebut dapat memberikan inspirasi dan informasi yang berharga bagi pengikutnya, sehingga dapat meningkatkan minat dan keinginan konsumen untuk mencoba produk dari brand tersebut.

Informasi-informasi ini dapat membantu pengguna Instagram untuk membuat keputusan pembelian yang lebih tepat. Selain itu, ulasan positif juga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna Instagram terhadap produk yang ditawarkan. Ketika pengguna Instagram melihat banyak ulasan positif, mereka akan cenderung percaya bahwa produk tersebut berkualitas dan layak untuk dibeli. Hal ini dapat mendorong pengguna Instagram untuk melakukan pembelian. Kualitas produk yang dipromosikan juga memegang peranan penting dalam membangun keputusan membeli, dan ulasan yang baik dari akun terkemuka seperti @alifahratu bisa menjadi pemicu yang kuat untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk Teratu Beauty. Sehingga, terlihat bahwa terpaan konten akun @alifahratu dapat

mempengaruhi keputusan membeli produk Teratu Beauty melalui informasi yang disampaikan dan reputasi yang dibangun.

Penelitian sebelumnya yang berkaitan adalah penelitian yang dilakukan oleh Chandra Sahputra, Vethy Octaviani, dan Yanto berjudul “Pengaruh *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Xinonaboba Kapuas Kota Bengkulu” Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden yang merupakan konsumen Xinonaboba Kapuas. Hasil penelitian ini *influencer* berpengaruh positif dan signifikan dan berpengaruh pada terpaan iklan atau konten.

Melalui penelitian sebelumnya yang sudah dipaparkan oleh peneliti, bahwa terpaan konten sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada suatu produk yang diharapkannya. Artinya, terdapat pengaruh khusus yang diperoleh dari audience seperti melihat postingan review produk dari beauty influencer, melihat iklan dari platform media sosial yang digunakan oleh *influencer* sehingga memicu audiens atau konsumen untuk memiliki rasa minat beli yang cukup tinggi dan memiliki keputusan pembelian. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian sebelumnya, menjadi dasar dan urgensi peneliti bahwa terpaan konten pada akun instagram @alifahratu dapat terjadi kemungkinan untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk Teratu Beauty, hal ini menjadi dasar penelitian dan peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh terpaan konten akun instagram @alifahratu terhadap keputusan pembelian produk Teratu Beauty?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui pengaruh terpaan konten akun instagram @alifahratu terhadap keputusan pembelian produk Teratu Beauty.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat akademis, penelitian dapat memberikan kontribusi baik sebagai referensi maupun literatur bagi penelitian dimasa akan datang yang ingin mengkaji tentang terpaan media.

b. Manfaat praktis, memberikan kontribusi untuk @alifahratu dalam membentuk dan meningkatkan konten instagram terhadap keputusan pembelian untuk konsumen.

