

LAMPIRAN

Narasumber : Tarisa Indira

Umur : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

T : Hai.. Suara gue kedengeran nggak?

J : Tes. Kedengeran kok, bagus jelas.

T : Oke, oke. Aduh, apa kabar hahaha..

J : Aduh udah berapa tahun ya.

T : Udah berapa tahun, terus tiba-tiba gue nge-*chat* lo minta tolong wawancara, hahaha. *Sorry* banget ya.

J : Lama ya.. Eh nggak apa-apa.

T : Iya terakhir SMP.

J : Eh iya? Emang pernah ya. Oiya kita sekolah di Sadul. *Sorry* Chyka.

T : Sekarang lo kuliah kan ya? Dimana?

J : Iya kuliah, semester tujuh. Gue kuliah di Kwik Kian Gie, di Sunter. Semester tujuh gue.

T : Oh.. Kwik Kian Gie.. itu ya akuntansi-akuntansi bisnis gitu ya?

J : He'eh, he'eh, iya gue ambil bisnis.

T : Gue penasaran banget deh, itu Somethinctown itu apa sih? Gue kayak.. waktu itu kan mereka buka pendaftaran gitu kan. Terus gue kayak pengen coba gitu, tapi tiba-tiba mereka minta kayak "lo sering nge*share* nggak" apa, apa, apa gitu. Dan gue orangnya kan kayak jarang nge*share* gitu. Itu tuh kayak emina girl gang gitu nggak sih?

J : Gue juga kaget tuh, gue kan main daftar-daftar aja ya. Gue tuh orangnya suka lupa gitu apa yang udah gue lakuin, jadi gue udah lupa aja tuh kalau gue daftar. Tiba-tiba gue dapet chat, gue lupa email atau apa gitu. Dari Somethinc, katanya gue diterima. Kaget juga berarti Somethinc percaya ya sama gue buat jadi salah satu orang yang istilahnya review produk mereka duluan. Itu tuh kayak komunitas gitu ya, mungkin emina girl gang juga sama gitu ya. Kayak komunitas gitu, kita suka dikasih hadiah, bukan hadiah sih ya kayak PR package gitu lah. Terus kita tinggal disuruh share aja gitu sih. Terus kita rajin-rajin sering nge *review* barang-barang dari Somethinc dan yang kita beli juga gitu.

T : Oh, gitu ya.. Tapi Tar lo pertama kali tau *brand* Somethinc tuh dari mana sih Tar? Maksudnya kayak pertama kali lo tau keberadaannya gitu.

- J : Gue tau Somethinc itu dari IG sih. Lewat iklan *IG ads* gitu. Kayak nya sekitar dua tahun lalu ya. Yang zaman-zamannya serum-serum baru yang ada niacinamide dan segala macemnya itu Cuma gue belum tertarik. Tertariknya banget, baru nyoba tuh baru tahun kemarin. Udah muncul banyak produknya dia, apa ya dari maskernya dia atau apa gitu. Eh engga, dari yang dia keluarin banyak serum, terus iklannya itu yang kombinasi serum ini cocok untuk jenis kulit ini, kombinasi itu cocok buat itu. Terus gue jadi kepo gitu kan. Terus gue coba beli satu, beli dua. Pertama tuh gue beli buat gue, adek gue, sama nyokap. Bertiga tuh langsung beli. Terus tiba-tiba di nyokap, dia suka
- T : cocok ya
- J : harganya murah juga, cocok juga, terus juga packaging nya lucu. Yaudah lah gue kan budak, udah budak packaging gitu kan. Kalo udah lucu, udah beli. Terus dia makin sering launch lagi kan. Promonya banyak lagi kan. Gue udah budak shopee. Udah deh gitu. Gue lupa sih, gue join somethinc community tuh kapan. Terus dia buka pendaftaran terus gue tiba-tiba di dm. Gue aja lupa chyk itu dm isinya apa. Gue tuh orangnya emang suka random gitu ya, suka tiba-tiba isi kuesioner lah. Bisa tiba-tiba apa, jadi tiba-tiba muncul di dm gitu. Terus ternyata gue diterima, batch 3 gue. Ternyata udah ada batch 1 sama batch 2 dan di Instagram itu emang Cuma 100-an sih.
- T : Berarti lo baru satu tahun ini ya tau. Angkatan corona ya. Gue juga awal-awalnya beli Somethinc tuh dua serum awalnya dia, hyaluronic sama niacinamide terus ternyata cocok dan yaudah deh akhirnya gue lanjutin sampai sekarang. Gue kayak gabisa lepas sama tuh serum gitu loh.
- J : iya kan? Gue juga. Serum nya juga bukan yang ampuh-ampuh banget tapi udah pasti kayak cocok sama di semua kulit gitu. Muka gue tuh kan yang sensitif gitu jadi pake tuh serum nggak yang bikin muka lo merah-merah iritasi gitu.
- T : Iya sama gue juga. Eh tar tapi lo follow IG Somethinc kan ya?
- J : Yes
- T : Nah itu kenapa sih lo follow tuh IG Somethinc?
- J : Kenapa gue follow itu pertama biar gue tau gitu dia lagi ada product-product baru nya itu kayak apa aja. Terus informasi dari productnya itu, terus apa lagi ya. Kan dia suka repost kan, kayak ada orang yang beli, dia kan suka repost kayak review-review nya juga gitu. Itu yang ngebuat gue kayak “oh, ini reviewnya bagus” jadi makin banyak informasi lah tentang produk-produknya
- T : terus berarti lo suka sama konten-konten testimoninya dia gitu ya, *honest review* dari pelanggan-pelanggannya gitu. nah menurut lu konten Instagram yang bisa lo pahami tuh kayak gimana nih secara *general* dulu saja gitu loh, kita enggak usah ngomongin Somethinc. Itu konten Instagram yang kayak gimana sih?
- J : mmm, lebih ke video ya. Kayak video yang nggak banyak Tulisan, nggak banyak basa-basi. Tapi kalau langsung hasil review gue kurang sih, karena kan tiap hasil di muka orang itu kan beda-beda ya. Jadi lebih ke, yang pertama gambar produknya,

terus *key ingredients* nya gitu sih.. Sama fungsinya apa juga. Memang lebih ke fotonya saja sih, kan banyak ya yang kayak gitu di Instagram.

T : Jadi lo lebih paham sama yang ada suaranya gitu ya terus videonya tuh jelas ngelihat produknya terus juga dalam video itu langsung ada *ingredients* gitu ya jadi nggak harus baca caption.

J : Iya betul.

T : Lo tipe yang baca caption atau enggak?

J : Eh enggak. Lebih ngelihat foto langsung gitu

T : Oke baik, baik. Nah kalau konten-konten di Somethinc menurut lo sudah bisa lo pahami belum? Dari semua konten-konten di Somethinc?

J : Paham sih. Gua lebih ke story sih ya kalau ke feed gua suka agak-agak kelewat gitu. Kalau dari story tuh karena dia *eye catching* juga kan jadi langsung dari gambar, terus langsung ada fungsi dan langsung ada si *ingredients*-nya tuh apa. Jadi gua langsung yang kayak keinget di otak gue, terus gue jadi langsung pengen beli aja gitu. Terus kan dia juga *ingredients*-nya kan enggak yang ditulis semuanya kan? Memang yang *key ingredients*-nya saja. Jadi pas gue liat packaging, fungsinya buat apa, terus *ingredients*nya cocok sama gue, terus udah ada link nya disitu. Udah tinggal pencet, udah deh langsung suka gue disitu. Ya nggak banyak basa-basi lah.

T : Berarti lo lebih konten di story nya ya dibanding feeds nya. Berarti lo ngerti ya tujuan dari Somethinc tuh apa bikin konten kayak gitu nyampe ya ke lo nya. Terus menurut lo konten yang layak, maksudnya yang kayak lo tertarik untuk nge-share ni konten gitu. Menurut lu konten yang kayak gimana sih? Ini kita masih ngomong secara general ya.

J : oh jadi kayak reshare atau repost gitu ya? Gue diskon sih jujur ke temen-temen gue. jadi apa ya pertama karena memang gua suka produknya juga. Jadi karena gua sudah tahu produknya jadi gua sudah tahu eh apa yang dirasain di di gue. Jadi kalau orang mau nanya ke gue, gue bisa lah *argue* nya gitu kan. Jadi ya pas lagi diskon gue langsung chat temen-temen gue, “eh ini cepetan diskon beli cepetan”. Temen gue yang sampe kayak “Udah gue nggak mau kenal lo lagi. Cukup ya ris gue bokek. Lo jangan nyuruh gue belanja ya ris”. Terus gue jawab lah, “gue ga nyuruh lo belanja. Gue cuma nge-*share* di *story*”. “Ya tapikan karena lo *share* gue jadi pengen buka Shopee”. “Yakan gue bagi-bagi kalau ada yang butuh yakan”. Nah karena memang gua tuh orang yang senang ngobrol dan memang senang bahas tentang skin care dan make up jadi gua bilang, “Eh tapi tuh bagus, dengan harga segitu, itu *worth it* blab la bla.” Terus dia bilang “Stop gue nggak mau *chat-an* sama lo”. Tapi ya gitu Chyk, *ending-ending* nya “Ya boleh deh kayaknya beli. Karena gue takut kalau nanti harganya naik segala macem”. Jadi ya ujung-ujungnya kena racun juga, hahaha.

T : Nah kalau dari kontennya Somethinc tuh, menurut layak dan menarik nggak sih untuk di *share* ke orang lain?

J : Iya sih, hahaha. Langsung iya kan tuh gue jawabnya. Enggak Cuma diskon sih, biasanya gue juga suka *share* informasi-informasi tentang produknya mereka. Soalnya

nih ada nih kan mereka *launching product* baru kan. Konten nya langsung udah ada produknya enggak pakai basa-basi kayak buat kerutan, mata kendur garis halus. tinggal gua swipe doang. Ya terus langsung ada cara pakainya, *ingredients* nya, *star ingredients* nya sama ada harga. Jadi informasi semua disitu ada sih, gue suka.

T : Berarti lo akan nge-*share* karena informasinya lengkap banget gitu ya, informatif konten-konten Instagramnya si Somethinc ini. Nah, setelah lo nge-*share* gitu Tar, kayak lo tadi lo cerita kan? Ada suatu aspek yang lu rasain nggak sih? Kayak manfaat buat diri lo, senang atau gimana?

J : Senang, senang, senang banget karena memang gue tuh tukang racun gue tuh kayak emang senang gitu. Kayak misalkan kemarin tuh lagi ada diskon di Lazada yang Somethinc kan. Harganya kayak gila-gilaan banget. Terus gua tuh nge-*chat* teman-teman gue, jadi teman-teman gue tuh ngiranya kalau gue tuh lagi nyari *customer* gitu loh saking gue *excited* nya padahal gue nggak ada *affiliate* sama sekali. Kayak “Tar ini lo dapat bonus ya?”. Boro-boro, ini emang gue *pure* emang ngeracun aja. Ini *best deal* loh, ini bagus, lo beli dengan harga segitu bagus. Jadi ketika teman gue beli. Dan dia akhirnya dapat, terus gue jadi kayak yes, lu akan merasakan hal yang sama kayak gue, senang gitu. Aduh gitu gue, jadi happy-nya tuh karena apa ya happy nyuruh orang belanja dan ya kayak nih gua jamin lo enggak akan nyesal sih gitu.

T : Lo merekomendasikan, gitu kan. Gue simpulin ya. Lo suka konten testimoninya si Somethinc. Lo suka konten, Somethinc yang kayak langsung nulisin, kayak misalnya ada *ingredients*-nya, ada gambar produknya, sampingnya ada untuk kulit apa, terus di bawahnya bisa dipakai buat apa gitu-gitu kan. Nah, lo kan suka yang dua itu nih. Selain itu ada nggak sih yang lo suka, yang sampai lo bener-bener “ih nih konsep lucu banget nih, gue sampai nggak akan lupa sama nih konten”.

J : Selain dua itu, nggak ada sih Chyk. Karena itu kan khas bangetnya si Somethinc ya, “Oh, ini *layout* nya Somethinc gitu loh” ada *ingredients* nya, foto produk, terus *skin concern*, cara pemakaian nah itu semua kontennya Somethinc *layoutnya* setipe. Jadi kalo ada *brand* lain yang kayak gitu tuh, ih dia ngikutin Somethinc gitu, padahal gue juga nggak tahu tuh siapa yang duluan. Pokoknya yang ada di otak gue, emang Somethinc tuh begitu lah intinya.

T : *In general*, berarti konten yang langsung bikin lo tertarik gitu, ada nggak?

J : Nah itu, yang kalau misalkan sebelum *launching*.. eh ini gue langsung ke Somethinc aja ya, karena ini baru kemarin banget. Pas Somethinc mau *launch makeup* tuh yang banyak banget itu. Itu kan dia kirim ke *beauty vlogger* dulu kan. Nah itu gue langsung tertarik dan gue tuh punya satu *role modelnya* gitu. Gue suka banget sama Suhay Salim, Abel, sama Lifni Sanders. Nah pas mereka dikirimin terus mereka foto, itu gue langsung mau beli. Padahal gue gatau itu teksturnya gimana, bentuknya apa, awalnya gue juga nggak tahu itu produknya Somethinc. Pokoknya pas mereka udah *post* langsung kayak, “Bagus banget. Ini lokal?”. Dan begitu gue tahu itu Somethinc, langsung oke gue mau, gue harus beli. Jadi itu sih kalau mereka udah *endorse* ke *beauty vlogger* gitu kan. Jadi kadang gue lebih suka ngeliat lewat orang-orang yang di *endorse* sih. Soalnya kan kalau di Somethinc tuh dia suka lama gitu kan, buat

testimoninya, *swatch* produk merekanya. Dari yang kemarin gue lihat ya mereka emang lebih ke *endorse* dulu.

T : Berarti strateginya mereka itu emang *endorse* dulu baru dia akan ngeluarin di konten Instagramnya mereka gitu ya. Produk Somethinc kan banyak banget ya Tar, nah kenapa akhirnya lo memutuskan untuk membeli produk yang lo pakai sekarang Tar?

J : Awal-awalnya kan gua belinya tuh *skin care* ya. Pokoknya gua ngomongnya yang makeup saja deh. Kalau pakai *skin care* itu pas gue beli itu kan karena emang pengen coba aja kan. Tapi kalau pas *makeup* kemarin. Kemarin tuh pas *makeup*-nya itu gua beli *lipstick*, beli bedak, beli *eyeliner* dan beli maskara yang kayak gitu-gitu. Itu kenapa bisa gua beli, pertama karena memang gua butuh. Terus yang kedua ya tadi *packaging*-nya, kayak *packaging*-nya lucu banget ya. Terus kok warnanya nih warna-warna Indonesia banget nih. Soalnya kulit gua kan, *yellow* kan jadi kayaknya nih bisa pas nih. Jadi gua sudah enggak usah mikir lah harus keputihan atau kegelapan pokoknya gitu. Setelah tadi *packaging* terus juga kayak warnanya kayaknya gua suka, harga dan yang terakhir itu adalah Instagram mereka racun banget. *Post*-an mereka di Instagram tuh lengkap banget kan, infonya maksud gue. Muka gue lagi kenapa, gue tuh gampang liatnya tinggal buka IG mereka liat *feeds* atau paling gampang liat *highlights* mereka. Konten mereka ngebuat kayak mahal gitu produknya, padahal kan harganya murah. Dan gua ngelihat, gua mikirnya malah kayak bedak kalau enggak salah kan harganya seratus dua puluh sembilan apa seratus berapa gitu. Kirain gua tuh harganya dua ratus lima puluh ke atas. Karena kan yang *local brand* kayak Rose All Day saja harganya seratus lima puluh ke atas kan, hampir dua ratus ribu gitu loh. Ternyata dia *under* seratus lima puluh dengan *packaging* yang unik kayak gitu terus gue kayak mau pikir apalagi gitu kan, produk baru lagi. Gue tuh tipikal yang kayak gue harus coba gitu, gue ingin jadi yang pertama saja gitu. Impulsif banget ya? Tapi Itu sih dengan embel-embel butuh, karena memang gue ingin punya bedak, jadi gua suka kayak *random* gitu Chyk, kayak hari ini gua mungkin bisa butuh bedak. Tapi bulan depan gua mungkin bisa butuhnya apalagi gitu. Ya memang dari butuh itu. Ditambah lagi si Somethinc tiap bulan tuh ada aja, *launch* produk-produk baru. Ya sudah dari gua butuh, *packaging*-nya bagus, IGnya racun, harganya pas. Enak gitu. ya sudah langsung gua beli dan ngikutin semuanya kayak maskara. Gue kaget sih, gue akan beli maskara. Kan gue pakai kacamata, jadi kalau kita pakai maskara kan nusuk ke kacamata nya ya Chyk? Kayak maskara juga. terus juga enggak ada yang ngelihat juga. Gua jarang banget pakai maskara dan mereka ngeluarin maskara terus gua memang sempat dengar kalau maskara ini tuh katanya bagus tapi gua pikir ya sebagus-bagusnya juga ya, ya lentik dan apalah gitu kan. Sebenarnya gua enggak terlalu pengen beli karena gua memang enggak make. Terus gua dikirimin dari Somethinc Town itu maskara. Terus gua lihat *packaging*-nya kok unik ya warnanya kan ungu kan? Agak-agak ungu, hitam yang kayak gitu. Gue cari tahu lah di Instagramnya mereka, *claim* nya apa aja sih. Gue lihat tuh dari fotonya, bikin bulu mata lentik lah terus juga, nggak *clumpy* gitu Chyk. Dari *caption*-nya gue liat mereka bilang “*stay* cetar seharian”. Harganya cuma tujuh puluh sembilan ribu lagi. Penasaran dong gue, ekspektasi gue udah tinggi banget nih karena liat di Instagram nya mereka kan. Pas gue pakai, *oh my god* bagus. Makanya gue kayak di Instagram gua kalau suka nge-*story* kayak bagus banget karena memang gua lebai gua kalau

sudah suka bagus. Itu gua senang banget. Jadinya gua kayak ini tujuh puluh sembilan ribu, *packaging*-nya bagus kok bisa maskarannya murah terus lentik. Padahal bulu mata gue tuh turun banget. Jadi pas pakai itu dan gue enggak mau pakai penjepit. Gue kan takut banget ya. Takut apalah gitu. Pokoknya gua lebai. Terus ya sudah gua pakai itu doang cuman *one coat* terus gua pakai di alis juga. Bagus. Langsung gua racunin ke teman-teman gue. Langsung sih kayak teman gue, “nanti Ris gue tunggu gajian dulu” harus beli ini ya pokoknya plis. Lu enggak akan nyesal sumpah. Gede juga lagi. Jadi gitu sih.

T : Tapi lo pertama kali lihat *packaging*-nya terus juga harganya, itu lo lihat dimana Tar?

J : Instagram

T : Lewat konten Instagram Somethinc langsung atau lo kayak liat dari *beauty influencer* yang *direpost* sama Somethinc atau langsung di Instagramnya *influencer* itu?

J : Instagramnya Somethinc sih terakhir tuh, karena heboh-heboh mau *launching* banyak produk kan, jadi gue kepoin. Gue kan suka kelewat ya sama Instagramnya Somethinc, jadi harus gue buka dulu, nah dari situ gue langsung deh ke Shopee nya. Nah gue juga sering tuh lihatnya dari Shopee, karena disana kan memang diperjelas lagi ya dari *swatch* nya, fungsinya, terus juga komenan orang-orang. Jadi Shopeenya emang jadi lebih ngedukung gue gitu untuk lebih mantep lagi untuk beli si Somethinc ini. Oh iya, gue juga terakhir liat *review* nya di Female Daily. Nah kalo udah oke tuh yaudah, langsung *check out*.

T : Tapi kan kadang kalo produk baru gitu masih suka nol ya *review* nya di Female Daily?

J : Benar-benar sih, kalau produk baru reviewnya masih nol atau kadang cuma satu atau kadang cuman dua. Jadi memang *decision making* nya lebih ke impulsif gue saja sih sebenarnya, di *ending* nya hahaha. Kayak *fifty fifty* nih kalau kan kalau udah ke Female Daily gue udah pasti nih jadi seratus persen mau beli. Kalau cuman tahu *packaging* dan tekstur dan *ingredients* tuh kayak masih wah ini bagus nih bagus nih gitu kan. Nanti kalau enggak ada *review* dari Female Daily, ya sudah gua cuman berdiam di Shopee itu dan gua mikir gua butuh enggak? Kalau gua kepikiran ya sudah. Udah keimpulsifan gue aja semuanya yang berbicara tinggal *check out* gitu begitu sih. Lemah.

T : Berarti lo akan lo akan masih mikir gitu ya kalau misalnya review-nya belum ada. Maksudnya lo pikirlah dua kali tiga kali buat beli gitu. Kayak Sebenarnya gua butuh apa enggak gitu. Kayak tiba-tiba pas tidur masih kepikiran atau besok baru beli gitu kan. Oiya, berarti lo lebih suka liat testimoni lewat Female Daily ya? dibanding langsung lewat Instagramnya Somethinc?

J : Iya gitu gue lebih suka liat di Female Daily sih, soalnya kan kalo Female Daily kan langsung bisa lihat *review* yang sesuai sama kulit gue. Pokoknya intinya gitu sih, kalo belum ada di Female Daily, gue liat testimoni lewat story Somethinc langsung cuma gue lebih suka Female Daily.

T : Berarti lo tau ya Tar, sama masalah kulit lo sendiri? Lo paham kan ya berarti sama kebutuhan kulit lu sekarang?

J : Paham sih. Kulit gue itu kan memang sensitif banget. Dari gue SMA. Jadi gue tuh SMA itu. Nih gue cerita dari awal saja. Jadi pokoknya memang dari sudah dari SMA kayak jerawatan terus gue pakai ERHA kan waktu itu mukanya jadi kulit gue tuh jadi kayak sensitif gitu. Pas gue kuliah gue tuh orangnya tangannya tuh memang enggak bisa diam. Gatel, pengen *skin care* baru. Jadi orangnya yang enggak yang bertahan. Jadi gue tuh bukan orang yang tipikal, aduh garuk-garuk, megang-megang tuh enggak sama sekali. Gua malah takut. Karena tangan gua kan kotor dan muka gua sensitif banget. Sudah tahu mukanya begitu, sensitif banget dan gue *acne prone skin* juga. Jadi kayak, apa ya? Kayak gue tuh bisa begadang dikit jerawatan. Gue bisa makan, makan makanan dan minyak tuh muka gue bisa jadi kayak gampang minyak banget. ya sudah pas kuliah itu gue kayak di fase yang apa ya pas gue kuliah awal-awal tuh ya baru lulus SMA kan, *knowledge* gue akan *skin care* gue juga masih minim banget gue masih enggak tahu pakai produk apa. Produk seadanya saja, muka tuh sudah gradakan, kayak bruntusan, kasar. Pokoknya gua kalau kalau mengaca yang dulu-dulu tuh gua yang kayak ih lu tuh harus pakai *moisturizer* tahu enggak sih? Gitu. Cuma kan dulu kan enggak tahu kan. Ya sudah eh *ending*-nya pokoknya akhirnya gua ke dokter lagi. Gua mulai *facial* dan akhirnya memang ya pori-pori gua gede terus juga maksudnya memang gua *acne prone skin*, sensitif banget muka gua tuh memang kayak gampang merah lah. Sampai akhirnya, pas Corona tuh kita di rumah kan? Gue di rumah. Anehnya kulit gua jadi makin bagus. Yang tadinya muka gua tuh jerawatan merah banget. Muka gua tuh lama-lama jadi bekasnya jadi kayak mudar. Walaupun sekarang tuh memang lebih banyak banget kayak bekas-bekas merahnya banget. Tapi kalau dari tekstur sendiri tuh sudah *super better* yang sudah enaklah gitu. Sudah mulai *plumpy* gitu dan naik turun. Kayak yang tadi gue bilang, karena gue ini apa ya? Ada produk baru. Coba. Mau pakai. Padahal mukanya ya itu. Kayak ih dia tuh muka lu tuh kayak enggak yang kulit badak gitu loh. Jadi, ya itu tadi. Jadi mulus, enggak cocok, *breakout* kan, jerawatan. Tunggu sembuh dulu. Terus gua apa? Coba lagi. Yang lain. Jadi kayak gitu terus. Akhirnya gua sudah mulai kesambet sedikit. Otak gue kayak Desember, kulit gue kering. Lebih kayak apa ya? Bukan kering kayak ketarik terus yang tadinya gua *oily* pun tiba-tiba jadi ke “combi”. Tapi tetap jadi kayak jerawatan kan? Maksudnya bahannya yang tadinya *oily* jadi combi, *its good*. Tapi kenapa jadi masih kayak jerawatan? Apa yang salah gitu kan. Karena gua sudah capek. Gua sudah capek banget akhirnya dan muncul lah tuh konten SOMethinc “kamu jerawatan tetep perlu moisturizer loh” gue jadi belajar, yah anjir pantesan gue jerawatan-jerawatanan juga, ada step yang kurang. orang-orang pernah ada yang bilang. Pokoknya kalau *break out* itu fokus di *basic skin care*. *Basic skin care* kan cuman kayak sabun cuci muka, toner sama *moisturizer*, *sunscren* sudah gitu doang kan? Dan gua enggak bisa kayak gitu. Gua tuh orangnya kayak masa gini doang sih, gitu loh. Enggak tahu diri lagi. Kayak ada yang kurang gitu. akhirnya gue paksa kan? Gue paksa, pokoknya gue cari sabun cuci muka yang emang yang fokus buat *skin barrier*. Terus akhirnya gue toner-nya cari yang *hydrating* juga tapi yang buat buat pori-pori gue juga kan. Karena buat kontrol minyak gue juga. *Moisturizer*-nya buat *calming*. Karena muka gua merah. Jadi gua langsung cari tuh. Pokoknya produk gua tuh enggak mau yang neko-neko enggak mau yang dah pokoknya yang biasa saja buat *skin barrier*. Selalu pakai

sunscreen. Terus malamnya baru fokus buat yang jerawat tapi pastiin lagi pakai *moisturizer*. Gua kayak gitu dua minggu *better* lagi sih kulitnya. Eh sekarang gua lagi bandel lagi. Tadi. Itu lagi. Sebenarnya gua sudah tahu permasalahan kulit gua cuman ya gua merasa kulit gua sudah bagus, jadi ya coba-coba. Pengen yang lebih baiklah, tapi kayaknya memang ya sabar gitu kan. Memang kayak sabar Ris kulit kamu tuh sensitif banget. Jadi sabar dulu. Sudah gitu sih. Jadi makanya sekarang kayak, aduh gua coba retinol kan? Gua coba retinol, dari Somethinc juga kemarin gua coba. Pertama kali gua pakai gua sudah pakai sekitar tiga bulan lalu dan itu langsung *break out* gue. Jadi gua sudah trauma pakai retinol. Kemarin karena *skin barrier* gue sudah mulai membaik dan gue sudah enggak ada jerawat dan apa, jadi gue kayak PD saja, gue pakailah itu Retinol. Kayak gue ketagihan. Harusnya kan enggak boleh. Hasilnya tuh oke. Serius, muka tuh enak banget. Kayak bangun tidur enak. Nah, dari situ kan ketika gua melihat ada enak, kulit gua enak, gua cuma selang dua hari gua pakai lagi. Dan gue, begadang, tadi kan kadang kulit gua sensitif banget itu gua begadang langsung merubah segalanya lagi. Pokoknya pas habis pakai Retinol, kok enggak yang cakap kayak kemarin ya? Gua bilang gitu kan? Heeh. Kok jadi muka gua juga jadi kusam kan? Maksudnya *eyebag* gua saja sudah parah, sudah parah banget. Makanya memang kayak tekstur kulit memang kalau sudah bergadang tuh sudah parah banget kan *impact*-nya. Terus gua ya sudah nih, lagi memarahi diri gua sendiri supaya gua enggak begadang lagi. Gitu. Jadi sebenarnya gua sudah tahu permasalahan kulit gua, cuman ya tetap. Hobi gue itu. Nah berasa ini saja, berasa kulitnya kuat saja gitu. Padahal enggak. Gitu sih.

T : Berarti lo nyoba habis itu lo nge-*resting* muka lo lagi buat baik lagi habis itu lo coba lagi *skin care* lagi gitu ya. terus lo tahu tahu kulit lo terus ternyata kulit lo tuh eh sensitif itu lo tahu dari mana sih? maksudnya lo cuman ngerasain atau lo kayak ngelihat nih, lo lihat dari internet, ih muka gue misalnya pori-pori gua gede gitu. Gua cari pori-pori gede itu apa? Atau lo kayak lihat di IG Somethinc gitu loh. Kayak misalnya di IG Somethinc tuh ada kayak kan ada tuh kayak suka ada yang kalau di konten videonya dia tuh yang ada kayak kalau kulit kamu begini, kamu tuh ini, kalau kulit kamu begitu, berarti kulit kamu itu. Nah itu lo tahu dari mana gitu? Apakah dari Instagram atau dari mana gitu?

J : gue tahunya itu pokoknya karena gue dari SMA sudah dokter kan, jadi dia sih. Jadi dia yang ngasih tahu pokoknya kalau karena kulit gue pori-porinya sudah gede, gue *oily skin* gue kayak gitu dan rentan jerawat. Jadi di situ otak gue langsung pokoknya gue jerawat. pori-pori gue gede karena gue ngelihat kan gue gede dan muka dan muka gue tuh sensi, sudah di situ. Tapi gue masih belum tahu tuh, kayak ada bekas kemerahan tuh, ya namanya *pie*, gitu kan, ada yang namanya bekas kayak kehitaman itu kan *pih* gitu kan. Gua tuh juga enggak tahu tuh. Gue tahunya kalau enggak salah dari Somethinc-Somethinc juga deh dia suka ngasih tahu kalau kulit kamu *redness* itu karena begini-begini gitu. Nah tapi yang spesifiknya itu gua lupa sih karena memang suka barengan gitu kan jadi kayak ada *brand* apa ngomongin hal apa, ditimpa *brand* lagi, jadinya mereka yang bikin gue kayak “oh berarti benar nih kalau kayak gini, berarti memang *pie* namanya” gitu. Kalau kayak gini memang ini *redness*, tapi brand lain gue juga suka liat sih post kayak gitu jadi dari kumpulan itu semua sih.

kumpulan dari *local brand* itu yang ngasih informasi. Kayak gitu di Instagram. Jadi makin yakin sudah berarti gua banyak *pie*-nya seperti itu. Information search

T : Heeh. tapi berarti lo enggak cuman tahu dari Somethinc aja. Dari Instagram lain pun tahu gitu. Kalau gitu gue mau nanya lagi nih Tar. berarti lo dengan ngelihat konten Somethinc saja tuh enggak cukup ya Tar, buat tahu permasalahan dari kulit lo

J : Iya enggak cukup karena kalau gua kan kalau ngomongin kulit itu mau kata orang A belum tentu di kita juga A, jadi gue orangnya skeptis kan. Jadi *even* itu dokter yang ngomong, kan dokter banyak banget kan yang di Instagram ngasih informasi begini-begini. Masa sih gitu? Gue tuh masih yang kayak masa sih? Padahal dia sudah dokter kan? Kayak gue macam-macam banget gitu. Jadi gue kayak Oke, dia dokter ngomongnya begini, coba aku dari dokter yang lain gitu kan. Coba ah, gua lihat informasi dari ada orang-orang lain atau enggak dari *brand brand* apa gitu yang nyatain informasi. Dan ketika menurut gua itu *make sense*, Oh ternyata benar ya. Ternyata gini ya. Terus gua suka memang *searching* di Google juga sih. Gue *searching* di Google dan ya gua meratapi kulit muka gua juga. Ciri-cirinya sama ya. Jadi memang gabungan semuanya sih. Gabungan dari dokter itu gitu dari dokter gitu.

T : Dari dokter di Instagram, dokter di kadang kan Somethinc juga ada tuh yang sama si Danang Wisnu, ya? Dia sering banget live sama si Danang Wisnu tuh. Setiap launching pasti Danang Wisnu. Kalau enggak dokter tuh Jessica, Jessica yang di TikTok. Tapi lo masih tetap kayak enggak cukup nih gue meskipun sudah dari ahli tapi gue pengen cari tahu yang lain gitu ya.

J : Iya itu tadi, Walaupun gua suka teracuni dari gambar juga. Gua tadi bilang kan kalau gua suka produk, suka konten yang ada produknya, ada *key ingredients* nya segala macam gua langsung percaya gitu. Tapi kalau sudah tentang kulit, gue ya tadi skeptis jadi ketika dia ngomong kayak gitu ah masa sih gitu ya sudah jadi gua langsung harus cari tahu lagi cari tahu lagi gitu. Sampai yang gua akhirnya oke berarti kayaknya tipe kulit gua begini gitu.

T : Tapi nih Tar, kalau misalnya lu sudah tahu, lu sudah tahu misalnya tadi, lu sudah ke dokter, gue tipe kulit gue Acne Prone. Tipe gue itu sensitif. Nah, akhirnya lu ke Somethinc nih. Lo ke IG-nya Somethinc, terus lu lihat gitu kan. Ada produk A, dengan klaim bisa meredakan kemerahan di muka sensitif lu. Terus habis itu *Acne Prone Skin* Lo tuh bisa, bisa mereda gitu. Nah itu lo bisa langsung kayak, oh iya ini nih produk nih yang cocok buat kulit gua. Karena gua sudah tahu kulit gua kayak gimana. Terus klaimnya dia bisa kayak bisa meredakan masalah kulit gua dan gua tahu nih produk ini yang bakal gua pilih sih. Lu ada merasakan kayak gitu enggak?

J : Bener sih. Misalkan dia suka kayak yang kelompok-kelompokin kan pokoknya buat kulit kering apa pakainya ini gitu. Itu karena tadi gua memang sudah tahu *skin concern* gua apa. Dan ketika dia ngasih tahu pengelompokannya gua langsung kayak ya sudah gua fokus di *skin care skin care* itu gitu. Jadi produk-produk itu kayak oh dia bilang kering sensitif pakainya ini. Ya sudah jadi satu-satu tinggal gue *breakdown* lagi sendiri gitu. Kayak gue cari lagi informasinya gitu jadi biar gue enggak terlalu ngeluas juga kan. Jadi memang *helpful* sih yang konten-konten yang memang sudah pengelompokan. Jadi kan enggak yang bingung lagi ya kita apa gitu. Iya sih gua

kemarin baru beli kan *ampoule* nya ada yang baru tuh. *Calm down repair* itu ya yang itu gua juga lihat dari konten itu. Kan dia ada yang kemerahan apa gitu kan. Ada kontennya. Terus dia ada masukin si *ampoule* itu. Itu gua langsung kayak ini benar nih. Bisa nih. Terus akhirnya pas gua baca lagi *ingredients*-nya ya sudah gua langsung beli. Dengan adanya pengelompokan itu tadi sih yang ngebantu gue.

T : Berarti dari konten yang si kotak-kotak *layout*-nya si Somethinc banget gitu ya. Lo terbantu banget dengan konten yang itu.

J : Iya betul betul.

T : Biasanya apa sih yang lo lakuin sampai akhirnya lo tuh memutuskan untuk ngebeli suatu produk yang lo lakuin gitu, gimana prosesnya?

J : Mmm jadi pemakaian tadi ya, tadi gue juga sudah jawab. Ketika ada yang muncul di Instagram, ada yang baru, apalagi kan sekarang tuh lokal, ini kan secara umum kan ya, general saja kan ya? Oke. Umum. Jadi ketika ada *local brand* yang kayak misalkan dia mau ada *launching* produk, itu pastikan dia *spill* tipis-tipis tuh. Kayak produknya ini, kolab sama ini, *packaging*-nya ini, itu yang nge-trigger gua. Langsung. Kayak oh my God, kayak aduh! Ini nih kayak Studio Tropic nih baru gua sudah mantau banget. Gua sudah mantau dari tadi gitu. ketika dia mau *launch* produk itu, dia makin banyak seliweran gitu kan gua baca testimoni dulu sih dari mereka-mereka itu kayak apakah cuma sekedar bagus atau apa dulu. Terus tadi pas ketika gua lihat oke bagus. Butuh apa enggak. Ketika gua butuh kayak misalkan kayak Studio Tropic itu kan dia mau *launching primer* itu gua langsung kayaknya bagus deh. Gua enggak punya *primer* yang begitu. Terus gua lihat dia ngasih tahu kayak ada kandungan-kandungannya. Kalau dari testimoni kan juga memang belum yang ada ya gitu. Dan ketika gua lihat, enggak ada nih yang mirip begitu. Dia aja katanya *dupe* nya Tatcha. Itu gua kaget kan? Kayak gila dia bisa hampir sama gitu loh produknya gitu kan. Ini lokal lagi. Terus *packaging* lagi kan memang nih gue. *Packaging*-nya lagi bagus. Terus pas gue baca *ingredients*-nya dan hasil di kulitnya kan juga ada fotoin ya, hasil di kulit orang nanti gimana. Dan dari segi harga menurut gue tadi *worth it* dan enggak ada orang yang *launching* lagi gitu loh. Kayak belum ada yang ikutin dia, jadi gue yang kayak, kayaknya besok. Kayaknya besok akan gitu deh. Kayaknya sih seperti itu. Iya, lebih butuh dulu sih. kalau memang butuh kayak, soalnya gua enggak punya nih *primer* modelnya gitu. Kayaknya hasilnya tuh bisa bagus di kulit gue deh apalagi, kulit gua tuh suka susah nempel *makeup* gitu ini memang harus *moisturizer*-nya tuh harus yang banyak banget. Jadi baru bisa nempel. Dan dia ada embel-embel, katanya bikin *make up* makin nempellah gitu kan dengan tekstur apa-apa segala macam. Pokoknya dengan yang gua baca. Makin tergiur dong gue. Gua kayak langsung, apakah gua harus beli gitu. Ini gua lagi di fase mikir-mikir. Penting banget enggak ya? Perlu banget enggak ya? Tapi gua pengen gitu. Masih di fase-fase sih. Tapi kalau dari produk-produk yang memang sudah gua beli ya tadi gua mikirin dulu. Kalau memang produknya belum yang *launching* yang memang juga sudah lama kan *review* juga sudah banyak kan? Di Female Daily tadi Chyk. Jadi gua lihat di Soco kan ada tuh.

T : Nah itu lo tahu kayak tadi lo bilang katanya ini bakal nempel banget *make up* lo gitu-gitu. Itu lo tahunya dari mana? Apakah konten Instagram?

- J : Konten Instagram. Langsung Instagram-nya. Langsung dibilang gitu.
- T : Berarti lo percaya ya sama klaim-klaim yang suatu *brand* tulis di Instagramnya? Begitu juga Somethinc? Lo percaya sama enggak sama kalim yang dibuat Somethinc akan produknya di Instagram mereka?
- J : Percaya sih. Lebih karena gue udah pernah punya produk mereka yang lainnya sih. kayak sebelumnya gue punya produknya dari satu *brand* yang sama tapi beda produk dan sesuai gitu sama klaim yang mereka tulis di Instagramnya. Akhirnya ketika dia ngeluarin produk baru, gue juga yakin sama dan tidak mengecewakan.
- T : Gue simpulin, berarti lo puas kan ya dengan hasil yang lo rasakan setelah menggunakan produk Somethinc?
- J : Iya betul, puas.
- T : Oke. Menurut lu sesuai enggak sih sama klaim yang tertera di Instagram mereka? Kalau ada yang tidak sesuai, yang mana?
- J : Ada, satu yang *lipstick* nya mereka, si Fabric Lasting Tint. Gue sih kemarin langsung lihat di Shopee nya mereka kan, ini tahan lama, *waterproof*, *maskproof* atau apalah gitu disebutnya. Nah di gue enggak sama sekali. Klaim yang lainnya kayak, lembut, enak dipakainya itu betul. Gue setuju. Tapi kalau untuk tahan lama tadi, enggak sih.
- T : Oh lo lihatnya di Shopee mereka ya bukan di Instagramnya mereka.
- J : Iya, karena itu tadi Chyk. Kadang gue males, karena mereka kan sekali *launching*, “tet, tet, tet” banyak banget kan langsung keluarnya. Jadi gue harus nyari dulu. Nah kalau di Shopee kan, hampir mirip sama Instagramnya mereka kan. Ada foto produknya juga, informasi produknya. Bedanya, bisa di *search* kalau Shopee tuh kan. Oh sama ini Chyk, Somethinc tuh kan kalau nge *post* itu, pertama kayak *announcement* kalau akan ada produk baru, tanggalnya, *spill* tipis produk apa yang kira-kira *launching*. Nah setelah itu baru deh tuh para *beauty influencer review-review* produk barunya mereka. Terus di Shopee udah keluar lah kan. Padahal di Instagram mereka tuh belum ada apa-apa. Telat.
- T : Oh iya, jadi orang-orang tuh lebih suka lihat di Shopee nya ya kayak lo gitu.
- J : Iya, *swatch* juga kan kalo di foto itu udah kena *effect*.
- T : Oke berarti si IGnya Somethinc ini menurut lu sudah cukup informatif, tapi masalahnya khusus di *makeup* nya mereka ini ya, *swatch* nya. Tapi kalo untuk fungsi, harga dan informasi lainnya itu udah sangat bagus ya?
- J : Iya betul
- T : Terakhir nih, Tar. Lo tuh kan tadi katanya nge *review* ya di Instagram? Nah tindakan lo itu lo lakuin setelah lo pakai berkali-kali atau saat lu pakai sekali langsung lo *review*?

- J : Gua berkali-kali, jadi gua *make sure* banget. Oke. Gua kayak, kalau pertama kali pakai kan lebih ke *excited* dulu kan. Jadi pikiran gua masih ke mana-mana tuh kayak oke oke masih yang kayak gitu terus nanti gua coba deh besok kalau seharian gimana. Jadi memang dengan beberapa kondisi juga sih. Heeh. Biar gue juga lebih lega.
- T : Selain lo nge-*review* ke personal gitu, lo *review* juga kan ya, di Instagram. Bahkan di *feeds* juga gue lihat lo *review* juga ya
- J : Iya gue lagi rajin hahaha. Setelah gue pakai produknya, yang gue bilang tadi, berkali-kali kan gue coba dulu. Abis itu gue *review* di Instagram gue sama tadi gue bilang gue racunin deh tuh temen-temen deket gue. Awalnya justru gue di Twitter, akhir gue coba deh kalau gue bawa ke Instagram.
- T : Kapan tuh lo mulai ke Instagram?
- J : Dua bulan lalu ya kayaknya. Pas pertama kali gue harus buat konten untuk Beautyhaul Indo. Gue harus buat *reels* sama apa gitu ya. Itu gue kayak *pressure*, “ih ini gue mana bisa”. Akhirnya gue *posting* nya sambil merem gue bodo amat. Orang mau komen apa gue bodo amat. Gue juga suka lihat kalo orang *review* juga pede-pede aja kan. Mulai dari situ lah gue bodo amat mau ada yang *like* atau gimana yang penting gue *post* apa yang gue suka. Jadi ya sudah kayak gua di *story* gitu kan. Kayak gua kasih *link*-nya, ada gue apa gitu ya bodoh amat. Gua mau *post post* saja gitu, tapi memang suka tiba-tiba suka ada yang *reply*. Kayak “Tar memang bagus ya? sebagai apa sih?” Gitu. “*Works* enggak?” “Iya gue habis sampai dua botol”. Gue habis berapa gini-gini gue kulitnya begini-gini. Nanti mereka yang kayak oke deh gue jadi pengen coba gitu. Ya sudah dari situ sih. PD-in sajalah Chyk enggak apa-apa. Terobos saja. Terobos.
- T : tapi kalau lu kayak tadi yang enggak sesuai sama klaim itu lu pernah enggak sih nge *review* atau kayak langsung.. Lu tuh sama si Somethinc ini kayak punya grup gitu enggak sih atau kayak cuman dari Instagram itu doang.
- J : Grupnya ada.
- T : Oh ada. Itu tuh ada orang Somethinc nya langsung?
- J : Iya yang gua suka panggil Ating tuh itu kayak adminnya gitu. Adminnya yang kayak emang ngatur-ngatur kayak, nanti yang konten yang ini buatnya gini ya. Ntar kita mau ada *challenge* kayak gitu-gitu. Gitu sih, dia yang ngatur lah.
- T : Nah itu lo pernah enggak sih, kayak ngomong kok ininya kurang gitu. Apa belum berani gitu takut? hahaha
- J : Sudah, sudah pernah. Gue jujur itu. Bukan komplain yang ini begini-begini ya. Jadi memang gua puji dulu karena memang yang tadi deh yang kayak si Fabric Lasting Tint tadi. Gua kan ke dia kayak “Ting lihat deh. Ini aku jadi bagus banget kayak bibirnya gini-gini. Cuma memang dia enggak yang tahan lama. Tapi ya warnanya memang aku suka banget sih kayak sampai aku jadi kayak beli beli lagi gitu”. Dan si Ating-nya juga enggak menanggapi yang minusnya sih, kayak ya sudahlah yang penting gue juga suka kan dan di bibir bagus dan memang nyaman juga. Jadi ya dia yang kayak “iya jadi bibirnya bagus deh” gitu. Enggak ada komen yang apa-apa sih.

- T : Kalau ke Instagram enggak pernah ya?
- J : Ke Instagram tu kayak pernah nulis deh, soalnya yang *fabric* itu gua pernah *review* juga. Entar ya, kayaknya gua pernah ada kok. Gua jadi malu yang ngelihat konten gua sendiri. oh minusnya tapi dia enggak yang *transfer proof* ya. Gue sempat gue sempat nulis gitu.
- T : Oh iya, iya. Oke deh Tar, itu aja sih pertanyaan gue. Makasih banget udah mau gue wawancarain dan maaf banget gue banyak nanya dan untungnya jawaban lo lengkap banget. Makasih banget ya Tar.
- J : Oke sama-sama, Chyk. Gue juga minta maaf ya jadi banyak cerita hahaha.

Narasumber : Rihla De Aisyah

Umur : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

T : Ila.. Lo dimana ini? Di rumah?

J : Woi. Iya ini di rumah pakai *background* ini gue. Chyk btw, nanti kalo gue mau ambil makan enggak apa-apa kan ya?

T : Enggak apa-apa la. Ini kita langsung aja kali ya La.

J : Oh iya, iya boleh. Cus.

T : Oke. Lo tuh tahu *brand* Somethinc kan La? Tahu dari mana?

J : Ah tahu. Tahunya tuh pertama kali ini sih direkomendasiin teman sih. Tapi suka muncul juga tuh di iklan-iklan di Instagram kan suka muncul tuh.

T : Iklan-iklan Instagram yang kayak di *feeds* gitu atau memang dari *story* yang dari *story* terus lu geser tiba-tiba sudah ketemu gitu?

J : Nah biasanya dari *story* yang kita geser, terus habis itu muncul terus jadi kayak ah ini produk lokal kan.

T : Waktu itu dia iklannya tuh iklan produknya langsung atau kayak yang mana La? Ingat enggak Lu La?

J : Iya produknya.

T : Lu *follow* IG Somethinc kan?

J : *Follow* dong.

T : Kenapa tuh La?

J : Gue *follow* somethinc soalnya kan butuh ini juga, butuh apa, referensi *skin care*. Soalnya Somethinc kan kayak dia bikin.. Misalnya kita sudah beli, kita beli satu barang Somethinc nih. Nah tapi tuh sebelum kita beli itu dijelasin dulu sama dia. kayak cocok-cocoknya sama produk yang mana gitu. Jadi buat informasi sih sebenarnya *basic* informasi saja gitu.

T : Berarti lo *follow* IG Somethinc intinya itu untuk cari informasi lebih lanjut tentang..

J : Iya, produk yang akan gue beli.

T : Terus La, ini *in general* ya La, maksud gua enggak di Somethinc doang. Menurut lu konten yang kayak gimana sih yang bikin lu tuh paham dan ngerti gitu maksudnya apa. Terus pesannya apa, kontennya kayak gimana?

J : Kalau gua sih lebih suka yang gambar apa namanya gambar produknya. Terus dijelasin sama dia. Ini tuh produk ini. Ini kegunaannya kayak gini. Nah terus yang enakunya itu tuh gampang dimengerti gitu loh.

T : Nah itu lu yang gampang dimengerti tuh apakah dari foto terus ada *caption* di dalam foto atau foto habis itu *caption*-nya di bawah?

J : Engga, lebih enak gambar yang langsung ada tulisannya ada penjelasannya.

T : Berarti lo tipe yang enggak suka baca *caption* ya La. Terus lo lebih suka foto atau kayak video gitu La? Lo akan lebih paham yang mana tuh?

J : Dua-duanya paham tapi lebih enak video juga sih karena kan kayak tinggal dengerin saja gitu kan. Iya jadi ya sudah dikasih penjelasan tuh biasanya. penjelasan produknya ini produk apa gitu, mengandung apa

T : Terus kalau gitu berarti menurut lu konten-konten yang ada di Somethinc tuh sudah meliputi semua yang bikin lo paham enggak? Maksud gua, lo paham kan sama kontennya Somethinc?

J : Paham sih. Apalagi dia kan kalau di Instagram dimasukin kayak *highlight* gitu ya jadi kita nyarinya juga gampang gitu loh kalau misalkan nyari produk-produk dia. Itu sih enak bagus.

T : Berarti lo paham dari segi fotonya mereka terus dikasih *copy text* gitu ya. Terus La kalau..

J : Eh, bentar dulu bentar dulu. Ibu-ibunya di depan.

T : Oh iya, oke oke. Ambil dulu aja La.

J : Ya, lanjut boleh. Maaf.

T : *Its okay La.* Lanjut ya La. Tadi kan lu bilang paham gitu ya sama apa yang ada di konten Somethinc gitu. Nah apa sih yang lo pahamiin gitu dari konten-kontennya Somethinc menurut lo?

J : Yang pasti sih ya penjelasan isi produknya, sudah pasti tuh. Terus sama produk apa saja yang bisa dipakai berbarengan sama dia gitu loh. Dikasih tahu juga nah terus.. ya gitu sih. Kalau yang gua pahami sih. itu ya yang gua fokusin kalau misalkan lihat IGnya mereka.

T : Menurutku nih *in general* lagi kita balik ke secara umum. Konten seperti apa sih yang menurut lu tuh layak gitu untuk di-*share* ke orang lain atau lo *share* di-*repost* di *story* lo sendiri gitu?

J : Sudah pasti yang ada *brand ambassador*-nya. Itu sudah pasti sih, karena sudah jelas itu terpampang jelas kan *idol* kita ada disitu. Jadi lebih senang gitu kan ngelihatnya kan hahaha.

T : Oke hahaha. Tapi kalau yang kayak informatif gitu enggak lo *share* ya? Lo anggepnya biasa saja gitu? Kayak ya sudahlah enggak usah gua *share* orang-orang juga bisa lihat atau gimana?

J : iya pasti orang-orang pasti bakal lihat. Karena bakal muncul juga sih menurut gua di media iklan-iklan gitu, *Ads* apalagi di Instagram.

T : Terus La, menurut lu nih kontennya Somethinc tuh layak dan menarik enggak untuk di-*share* ke orang lain?

J : Menarik

T : Kenapa?

J : Menarik gue *share* karena informatif dia. Sebenarnya balik lagi sih semuanya ke informatif itu. Makanya kita jadi pengen nge-*stalk* si Somethinc-nya, akun Somethinc-nya gitu kan. Jadi ini, ya sebenarnya gitu sih. *Basic*-nya intinya informatif.

T : Oke, terus menurut lu konten-konten Somethinc itu cuman informatif saja, kayak memberikan informasi saja atau juga mengedukasi lu gitu La? Mungkin karena Somethinc lu jadi tahu kulit lo kayak gimana. Apa kayak gimana gitu?

J : iya pasti tuh jadi mengedukasi buat pilih-pilih *skin care* yang bagus, yang pas buat di kulit. misalkan kulit berminyak atau kulit kering, yang lagi *breakout* cocoknya tuh kayak gimana sih, gitu sih.

T : Berarti edukatif juga ya La. Nah berarti itu lo lebih nge-*share* ininya Somethinc itu karena pesan di dalam si kontennya itu informatif gitu ya dan edukatif. Lebih ke itunya atau lebih ke visual-nya, kayak ih visualnya lucu nih. Kayak tadi lo bilang kan sekarang Somethinc sudah ada *brand ambassador* kan? apa karena visualnya kayak oh ada foto idol gua nih terus makanya gua *share* atau lo lebih ke yang itu atau lebih ke yang informatif dan edukatif?

J : Dua-duanya, tapi lebih condong ke informatif sama edukatif. Kadang kayak ngirim ke teman tuh, eh liat deh produk ini kayaknya cocok deh sama lu. Tapi lu baca dulu nih gue *share*

T : Berarti lo juga merasa bahwa konten itu bermanfaat untuk orang lain juga gitu ya.

J :Iya heeh. Kadang bukan gua doang yang ngirimin ke orang lain, orang lain juga ngirimin ke gua. Lah ini produk baru nih misalkan kayak gitu. kayak gitu.

T : Lo tuh mendapatkan suatu manfaat enggak sih setelah lu nge-*share* itu konten

J : Iya gua biasanya kalau nge-*share* gitu kadang ngasih tahu kadang nanya juga. Misalkan dari tulisan *caption* yang gua baca itu gua enggak terlalu ngerti, jadi gua nanya ke teman gua yang yang, yang lebih ngertilah gitu loh. Jadi, kayak ini buat apa sih sebenarnya cocoknya buat kulit ini apa kulit itu, gitu. Terus gue juga jadi diskusi gitu Chyk, misalkan info yang tadinya gue enggak tahu, gue karena gue lihat info ini cocok untuk teman gue, gue kan jadi ikut tahu juga. Akhirnya gue diskusi deh sama teman gue, gitu sih.

T : Oh kadang kalau misalnya ada *caption* yang kurang jelas lu nanya lagi gitu ya ke orang gitu.

J : Iya heeh nanya kalau tertarik sama produk itu.

T : Lo tapi suka kan La sama konten-kontennya Somethinc?

J :Suka sih.

T : Nah, kenapa? Kenapa lo suka?

J : Enggak bosan gitu loh dilihatnya kayak enggak *boring*, enggak boring gitu ngelihat kontennya tuh. Kan ada tuh biasanya ya sudah cuman tulisan doang, cuman gambar terus *caption*-nya ya *caption* di tulisan, panjang.. gitu. Jadi bacanya juga malas gitu kan karena rapat-rapat. Kalau Somethinc kan enggak gitu kan. Gitu sih.

T : Berarti lo lebih suka dari segi visualnya dia?

J : Iya visualnya heeh. Karena visualnya enggak ngebosenin sama *caption*-nya juga enggak rapat-rapat yang panjang lebar. Jadi enggak membosankan untuk dibaca gitu, mereka bikinnya singkat, padat, tapi jelas.

T : Ada enggak sih La konten yang memang lo tuh inget banget gitu? Kayak ini Somethinc banget atau yang enggak bakal lupa kalau ini tuh kontennya Somethinc yang menurut lo tuh menarik banget gitu? Oh iya, ini boleh *good* atau *bad* ya.

J : Kalau di Instagram sendiri sih ya ada beberapa ya. Kayak *layout* nya mereka gitu. Emang ciri khas mereka gitu enggak sih kalau lagi *explaining the product*. Nah kalau di platform lain gitu ada juga. Sebenarnya ini gue enggak tahu ini jatuhnya ke konten Somethinc atau bisa jadi bahan kontennya Somethinc gitu loh. Kayak Sisca Kohl gitu kan. Kita ngelihat tuh jadi menarik gitu kalau dia yang pakai jadi menarik gitu kan. Ya sebenarnya enggak tahu ini jatuhnya bisa jadi kontennya Somethinc juga atau enggak. Tapi menurut gua harusnya iya sih. Karena pasti kan bakal di-*repost-repost* juga kan sama Somethinc.

T : Berarti yang paling lu ingat tuh *layout* sama si Sisca Kohl itu ya. Nah, menariknya itu karena apa La? Lu sampai ingat tuh karena apa?

J : Karena gini, pertama si Somethinc ngirimin banyak banget ke Sisca Kohl. Kalau normal-normalnya orang kan pakai *skin care* cuman di kapas ditepok-tepok. Kalau Sisca

Kohl kan sampai mandi gitu kan. Jadi itu menarik hahaha. Gue setiap lihat konten itu gue selalu ketawa, kayak ngapain sih hahaha. Kok ada orang kayak gitu ya. Nah dari situ kan kita jadi nge-*stalk* in Instagram-nya si Somethinc juga gitu kan. Kita cari produk yang dipakai Sisca Kohl tuh apa gitu. Sampai dia mandi pakai tuh produk memang produk apa sih gitu kan. ini bisa buat ke seluruh badan emangnya? gitu loh.

T : Hahaha iya, jadi penasaran kan ya ini produk emang apa sih kok bisa dibawa mandi gitu kan hahaha. Terus La terus ada enggak sih konten di Somethinc, yang baru mau ya baru mau bukan udah lo beli. Kayak oh gue mau beli nih gara-gara gue lihat nih konten gitu ada enggak konten-konten ngebuat lu kayak pengen beli gitu?

J : Pas itu ada. Tapi sekarang udah kebeli. Apa namanya yang Eye Changer itu loh.

T : Kenapa? Kenapa lo ngelihat ke konten jadi kayak pengen beli?

J : pertama dari, dari segi produknya, di dalam kontennya itu dikasih lihat kan kalau *packaging*-nya menarik gitu kan. Dari konten itu. Ini lebih ke produknya sih bukan ke kontennya sih jatuhnya mungkin tapi kan emang awalnya gue lihat kontennya dulu ya, jadinya menarik sih pengen coba gitu.

T : Tapi lu pertama kali tahu tuh produk itu dari konten atau dari orang?

J : Dari iklan. Kan dia kalau baru mau *launching* kayak langsung iklan banyak banget gitu kan. Muncul, muncul, muncul iklan pas kita lagi *swipe*. Waktu itu gue inget banget kayak *meme* gitu loh yang muncul iklannya. Jadi ada panda gitu tapi hitam-hitam di matanya hilang gitu lucu deh. Nah dari situ gue *tap* langsung muncul lah si *layout* ciri khasnya Somethinc itu. Nah karena gue penasaran kalo kita *swipe up* kan langsung ke *profile* nya kan. Yasudahlah gue tonton videonya yang langsung dipakai ke mata gitu, ada *before after* nya gitu kan. Decision making

T : Berarti video pakai di mata gitu terus hasilnya gitu kan.

J : Jadi kelihatan juga gitu cara dia makenya gitu kan.

T : Oke berarti lo suka gitu ya, lo tuh tertarik untuk membeli karena lo ngeliat nih ada produk baru terus udah gitu di-*apply* langsung ke orang. Gampang makenya lagi kan.

J : Iya ada video demonstrasinya gitu loh.

T : Oke, terus akhirnya kan lo membeli itu La. Lo kan akhirnya beli tuh. Nah, terus kenapa lo beli apakah eh apa namanya? Berarti gara-gara produknya ya? Tapi kan lo belum coba La produknya? Atau karena kontennya kayak yang tadi lu bilang setelah lihat nih di video ada yang memakai demonstrasi terus ada *before after*-nya terus gue jadi pengen beli apa kayak gimana?

J : Gue akhirnya beli itu karena kan di videonya tuh jelas ya kan. Dia videonya ada yang pake talent langsung dari Somethinc ditunjukkan tuh Cara pakainya, bentuk, ada penjelasan nya juga. Gue jadi lebih ngebandingin sama produk yang sebelumnya gue pakai. Gue juga liat video kayak apasih, review ya. Di repost gitu sama Somethinc di story nya kan tiap hari. Abel Cantika deh kalo nggak salah. Di video kan jelas banget itu dia ngasih tahu kalau aplikatornya langsung gitu kan. Jadi enggak kita *tap-tap* gitu loh. Jadi itu yang

membuat gua ingin beli ini deh karena produk yang gua pakai sebelumnya enggak ada kayak gitu.

T : Oke berarti lo juga pertama kali lihat tuh dari tuh video gitu ya kalau dia itu punya aplikator yang beda dan sama mereka aplikatornya itu ya yang di *highlight*. Terus La, gue mau tahu nih La, lo tuh paham enggak sih sama masalah kulit lo saat ini? dan kebutuhan dari masalah lo itu kebutuhan apa yang memang lu perlukan gitulah untuk mengatasi masalah kulit lo?

J : Paham sih jadi kalau kulit gue itu dia dari *dry to oil* gitu loh. Jadi gua harus cari yang memang memang *moisturizing* ini gua apa namanya muka gua tapi enggak bikin *oily* gitu.

T : Nah itu lo tahu dari mana ternyata kulit lo tuh *dry to oily*?

J : Lebih ke nanya ke teman sih. Gue kasih tau apa yang gue rasain terus temen gue kasih tau kulit gue tipenya gimana. Habis itu minta rekomendasiin *Skin care* juga kan dari teman yang memang paham sama *skin care*. *Information search*

T : Lo sudah paham sama masalah kulit lo kan terus menurut lo di Somethinc ini tuh konten-konten yang ada di Somethinc tuh ngebantu diri lo untuk tahu enggak sih masalah kulit lo? Meskipun lo sudah nanya ya sama teman lo, terus lo kayak jadi mau tahu lebih lanjut tentang kulit lo setelah akhirnya lo tahu jenisnya?

J : Somethinc ngebantu sih. Karena di iklan nya dia, eh konten dia sih jatuhnya. Ada tuh tulisannya kayak produk ini untuk kulit sensitif atau yang kering gitu kan. Meskipun gue enggak pakai produknya misalkan, gue juga tetep terbantu karena dia kan juga menyertakan bahan-bahan yang dia pakai juga kan. Gue jadi tahu kalau *skin care* yang bahan dasarnya *hyaluronic* misal, itu cocok untuk gue karena dia untuk kulit yang kering. Jadi kalau gue mau beli produk dari *brand* lain pun gue udah tahu gue harus beli yang mana, yang sama bahan dasarnya sama yang gue lihat di Somethinc *information search*

T : Oh iya-iya lo jadi tereduksi lah ya, lu jadi tahu lu harus pakai produk yang kandungannya apa gitu ya. Terus La, selain nanya ke orang lain sama lo tahu dari konten-kontennya Somethinc lo ada enggak cari referensi lain gitu loh?

J : Enggak sih gua lebih ini saja lebih suka nanya ke orang lain itu ke teman juga yang lebih tahu. Terus habis itu dari situ kita lihat saja gitu dari dari Instagram-Instagram kan. Gue bandingin. Gak Somethinc doang gitu ya yang *general* ya. Misalkan dari produk lain gitu. Tapi dari Somethinc juga. *Alternative evaluation*

T : Berarti lo juga cari tahu masalah kulit lo tuh dari produk lain juga ya. Itu biasanya dari Instagram saja atau lu kayak mungkin cari di internet gitu?

J : Enggak sih. Dari dari Instagram saja sih. Karena menurut gua sudah cukup apa ya? Cukup memenuhi gitu loh. Apa yang pengen gue ketahui gitu dari Instagram saja ya tapi Instagram dari berbagai macam Instagram mungkin Somethinc, Avoskin. Soalnya pakai itu juga.

T : Oh lu pakai produk Avoskin juga. Eh La tapi lu tuh pakai produk Somethinc tuh cuman Eye Game Changer doang atau ada yang lain?

J : Enggak. Itu sama yang warna biru. Apa sih namanya? B5 ya? Tadinya gue pakai yang putih juga. Tapi lama-lama kok enggak cocok gitu. Jadi gue *stop*.

T : Kenapa akhirnya membeli si *hyaluronic La*? kan kalau tadi kan lu beli si produknya yang Eye Game Changer kan gara-gara aplikatornya, kontennya tuh kayak ngasih lihat gitu kan. Terus kayak ngemudahin lu banget buat pakai tuh produk gitu. Nah kalau *hyaluronic* sendiri lu kenapa beli itu? Apakah sama juga lu awalnya ngelihat kontennya juga atau gimana?

J : Pertamanya direkomendasiin orang. Terus kandungannya ternyata buat, buat apa? Ngehidrasi kulit gitu kan. Nah itu ternyata benar gitu. Pas habis direkomendasiin, baca-baca lagi di Instagram-nya Somethinc. Ternyata itu pas buat dehidrasi muka gitu yang kering

T : Oke berarti lo direkomendasiin orang terus habis itu lo *recheck* lagi ya

J : Iya *research* lah gitu gue ke Instagramnya

T : Oke baik hahaha. Terus *La*, setelah akhirnya lo melihat konten-kontennya Somethinc, jadi paham kan sama kulit lo? sama masalah kulit lo? Paham?

J : Paham, tapi tetap enggak cuman dari situ doang ya. Tadi, perlu tanya sama orang lain, terus gue *recheck* juga ke Instagramnya. Instagram produk lain juga. Perlu, yang lainnya itu gue jadiin *second option*. *Evaluate alternative*

T : Secara general lu tuh biasanya tuh ngebuat suatu keputusan untuk membeli sesuatu sih kayak gimana sih *La*?

J : Pertama lihat kebutuhan sih pasti. Terus sudah gitu cari harga yang pasti masuk akal. Kadang kan ada yang, ada yang murah banget gitu kan. Sudah gitu enggak apa namanya tapi enggak bagus ternyata. Ya itu, pertama gue cari tahu kebutuhan, habis itu gue cari tahu ni barang terus gue bandingin deh..*evaluate alternatives*

T : Yang biasanya lo bandingin tuh apa sih *La*? apakah harganya doang atau gimana?

J : Sebenarnya kalau sekarang sudah kayak sudah pasti gitu. Kalau produk ini gue udah pasti belinya dari *brand* ini. Langganan gitu.

T : Iya maksud gua, lu memutuskan untuk akhirnya membeli itu prosesnya tuh gimana gitu? Pertama kali banget, bukan yang udah langganan?

J : Oh iya iya, pertama kali ya? hmm, itu iya sih gue kan udah tahu nih gue butuh apa, gue cari habis itu gue *research*. Gua membandingkan produk luar negeri yang hampir mirip dengan Somethinc terus gua lihat kandungannya ternyata kok sama gitu dan mungkin kalau produk luar itu lebih keras gitu. Mungkin bakal enggak cocok di muka gua. Nah tapi pas gua lihat Somethinc gua membandingkan gitu, gue lihat-lihat, oh ini kayaknya sih lebih cocok kandungannya soalnya lebih apa enggak terlalu keras gitu lah ya. Terus ini produk lokal lagi kan, menarik gitu. Dan yaudah gue beli. Nah yang tadi gue bilang, gue kalo udah cocok satu ya yaudah gue beli terus enggak ganti-ganti. Gue cocok, gue puas sama hasilnya, gue bakal beli lagi.

T : Oh setia ya orangnya hahaha. Nah itu La, *research*-nya biasanya gimana? Maksud gua apakah lo cari aja di internet, Female Daily atau lo bukain satu-satu Instagram *brand* lain atau gimana?

J : Nyari di internet sih. Kalau misalkan lihat konten-kontennya bisa juga, tapi kalau di internet kan kayak langsung-langsung muncul gitu kan yang gue cari apa, kayak gue tinggal cari “*review* Somethinc” nanti kan keluar tuh, biasanya dia dibandingin sama siapa, hasilnya bagus yang mana gitu kan. Kan ada tuh suka yang eh review-review gitu, kayak yang emang terpercaya gitu loh. Kayak itu tadi lo sebut tuh, Female apa namanya? Female Review ya?

T : Female Daily sayang

J : Nah iya itu namanya lah gue lupa hahaha.

T : Hahaha. Oh iya berarti lo liatnya di Female Daily juga ya La. Nah tadi setelah lo akhirnya langganan La, berarti kan lo puas ya? lo bakal rekomendasiin ke orang lain enggak sih La?

J : Kalau puas sih puas sih. Apalagi si hilari, eh apa sih yang biru itulah. Gue pokoknya menyebutnya si biru. Puas sih karena muka gue jadi enggak kering gitu kan, buat *base* gitu kan. ya membantu seenggaknya kalau misalkan memang enggak *glowing* tapi enggak bikin tumbuh jerawat gitu kalau gue. Lah gue mah yang penting kayak gitu enggak jerawatan saja. Nah ternyata benar membantu gitu. Terus kalau misalnya gue stop memang muncul sudah muncul-muncul gitu kelihatan. perbedaannya. Gue sih sering rekomenin ke teman-teman gue ya lewat *second account* hahaha. Emang, enggak semua kulit tuh sama, tapi gue ceritain aja gimana di gua.

T : Berarti di Instagram pribadi ya La? Lo nge-*tag* ke Somethincnya enggak? Nah apa yang lu rasakan ini berarti sesuai kan ya La sama klaim-klaim yang mereka tulis di konten Instagramnya?

J : Enggak sih gue ga tag Somethinc, karena kan enggak bakal keliatan juga di Somethincnya kan, karena gue *private* juga Instagram gue. Tapi gua tetap *mention* kalo produk yang gue pakai itu produk Somethinc. gua ngerasain sih kayak yang itu dehidrasi eh dehidrasi, apa? menghidrasi kulit. iya benar menghidrasi kulit karena kalau misalkan kulit kering kan jadi jerawatan juga kan? Kalau misalkan *oily* juga jadi jerawatan juga gitu.

T : Oke La, itu aja sih yang sebenarnya pengen gue tanya.

J : Gimana? Udah membantu?

T : Udah-udah kok, makasih loh La

J : Hahaha, oke.

Narasumber : Galuh Nandya Carnetita

Umur : 22 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

J : Halo Cink. Hahaha..

T : Halo Gal. Gue ganggu enggak? Lu kan lagi *vacation*

J : Anjay, enggak kok enggak. Ini sudah sampai vila juga.

T : Dari mana lo, Gal? Dari Bali Zoo ya?

J : Iya, tapi biasa aja. Enggak seheboh yang gue pikirkan

T : Seru banget deh lo ke Bali. Gue pengen banget. Berapa hari lo?

J : Hahaha. Lima hari gue.

T : Oh iya iya, seru banget sih. Hahaha. Gal ini gue mulai aja ya?

J : Iya, iya yuk gue siap.

T : Oke kita mulai. Gal, lo tahu Somethinc kan? Lo tahu Somethinc pertama kali dari mana Gal? Pertama kali.

J : Gua tau something dari iklan mobil yang ada di belakang

T : Sumpah? demi apa?

J : Sumpah gue justru pakai gara-gara itu Cink. Lu tahu enggak sih ada tulisan “Somethinc *Glowing Up* Indonesia 2022” gitu. Habis gitu baru gue ngelihat dari Instagram-nya dia kayak gitu, habis itu baru gue pakai gitu.

T : Hahaha. Demi apa sih? Oke, berarti lo pertama kali tahu tuh pas lo lagi lihat iklan mobil yang ditempel gitu kan, kayak stiker mobil kan? Lo tapi *follow* Instagram-nya Somethinc enggak Gal?

J : *Follow* oke dari situ gua nge-*follow* akhirnya.

T : Itu sejak kapan tuh lu *follow*?

J : Kayaknya dari 2021 awal deh seinget gue.

T : Lo awalnya kan cuman ngelihat di iklan mobil itu doang. Akhirnya lo memutuskan untuk nge-*follow* Instagramnya Somehinc itu kenapa?

J : Meskipun gue tahu nya dari iklan di mobil, tapi disitu kan ada Instagramnya kan Cing. Gue follow karena gue pengen ngulik lagi tentang produk-produk nya mereka itu. Karena kalau gue enggak begitu ngikutin banget *skin care* tapi yang gue tahu Somethinc tuh punya banyak banget kan, kedua dia langsung *active ingredient*-nya banget pas gua pelajarin gitu loh yang gua suka banget, sama yang ketiga itu jarang banget ada *skin care* yang memperbaiki *barrier* kulit gitu. Nah yang gue pilih itu yang buat *barrier* kulit gitu dan langsung *active ingredient*. Yang menurut gue, bikin gua ngerasa aman karena dari gua ngepelajarin *active ingredient* itu sendiri gua jadi tahu apa yang gua masukin ke muka gitu loh. *Instead of* kayak misalnya kayak produk apa gitu, itu dia naruh banyak banget *active ingredient*, gua kan enggak mempelajari satu-satu. Nah yang menurut gua Somethinc itu aman karena itu dia ngejelasin satu-satu kegunaan *ingredientsnya* di Instagramnya mereka gitu. Bahkan dikasih tau kan molekul-molekulnya kalau di Instagram-nya gitu. Jadi gua merasa lebih aman gitu.

T : Berarti lo *follow* Instagram-nya si Somethinc ini untuk mempelajari produk-produknya mereka gitu ya

J : Betul, betul, sama ini Cink, karena bahan mereka emang *pure active ingredient* kan. Itu sih gue jadi ngerasa lebih aman saja.

T : Oke, oke. Terus Gal *in general* nih Gal, menurut lu konten yang bisa lu pahami tuh yang kayak gimana?

J : Oke gua ngerasa pokoknya tulisannya gede-gede terus poinnya sedikit sama *to the point* sih menurut gue.

T : Oke itu itu dari segi apa tuh? Maksud gue lo ngelihatnya dari segi visualkah atau lo dari segi caption yang berpoin-poin atau tulisannya tuh harus ada di gambar atau gimana?

J : Visual banget. Gua kayak, lu tahu enggak sih yang langsung di *grid-grid* gitu yang nyambung itu loh Cink. Jadi enggak perlu lihat satu-satu, bukain satu-satu gitu loh Cink. Paaham kan maksud gua? Yang kayak di Instagram pensi-pensi

T : Oh iya paham. Jadi lo lebih suka yang kayak gitu ya. Jadi lo enggak enggak harus ngebuka satu-satu gitu. Kalau dari segi visual lo suka yang di fotonya langsung ada *copy textnya* gitu kan. Kalau dari segi *caption* lu akan lebih paham kalau *caption* tuh yang kayak gimana gitu?J

J : Nah justru kalau gua Cink, gua lebih mendingan yang dari visualnya itu poin-poin tapi di caption tuh didetailin gitu loh kalau gue. Jadi kayak gua lebih merasa enak kalau misalnya *caption*-nya memang panjang dan detail gitu sih.

T : Oke berarti kalau eh di gambar tuh padat gitu ya singkat terus habis itu di *caption*-nya dijelaskan baru lo ngerti gitu ya. Kalau untuk video gitu Gal, kan lo enggak suka lihat kontennya satu-satu Gal. Sedangkan kalau video kan lo harus buka *feed* nya baru bisa nonton videonya. Lo suka enggak Gal kalau kontennya dalam bentuk video? Lu paham enggak sih sama konten-konten yang berbentuk video gitu.

J : Paham. Eh tergantung sih kali ya menurut gua. Tergantung berapa lama durasinya dan tergantung pembawaan videonya gitu Cink. Kalau menurut gue.

T : Nah menurut lu yang lo paham itu pembawaannya seperti apa dan juga yang yang durasinya selama apa?

J : Satu menit itu jelas, karena menurut gue lebih dari satu menit bosanin sama itu kayak mmm meriah warnanya gitu sih Cing, kalau menurut gue.

T : Kalau dari Somethinc sendiri, menurut lo itu tuh sudah cukup paham enggak sih lo dari segi visualnya, dari segi caption, *copy text*, *background* suara di video-video nya mereka?

J : Menurut gue, gue lu paham sih Cing, gua maksudnya nyambung gitu ya kalau gua ngelihat Somethinc memang enak dilihatnya menurut gue memang. Sudah gampang dipahamin kalau kayak gitu.

T : Nah kenapa?

J : *Highlight*-nya Somethinc dia jelas banget sama yang dari gua bilang Cing. warnawarni gitu loh, sudah gitu dia *simple* tapi kayak poin-poinnya saja gitu loh, jadi kayak enak dipahamin gitu kalau menurut gue. Videonya juga sekaligus ada *review*-nya gitu. Jadi gua merasa lebih paham saja.

T : Oke berarti lo paham ya secara keseluruhan. Yes. Dari segi visual, foto, video, caption gitu-gitu ya. Nah menurut lu konten yang layak yang di-*share* itu konten yang kayak gimana *in general*.

J : oh gue menurut gue fresh kali ya. maksudnya fresh gitu kayak enggak itu-itu saja sama yang jelas ada manfaatnya ya. menurut gue pembawaan manfaat yang paling enak itu ya dia fresh gitu loh baru gitu loh enggak ngikut-ngikut gitu.

T : Berarti yang lagi ngetren gitu?

J : Mmm bisa ngikutin tren tapi jangan sampai yang tren yang diikuti tuh, gitu saja pengemasannya gitu loh. kayak bagus kalau tadi ngikutin tren tapi pengemasannya enggak mainstream gitu loh. pengemasannya fresh gitu.

T : salah satu manfaat dari suatu konten yang akan lo share itu yang kayak gimana?

J : edukatif sih menurut gue. Nah somethinc kalau enggak salah dia banyak penjelasan gitu loh. Kenapa gua butuh ini kenapa gue itu. nah bentuk kenapanya itu menurut gue yang jadi edukatif dan enak, gampang dipahamin. Jadi layak buat di-*share* gitu sih karena menjawab kebingungan orang-orang gitu menurut gue

T : konten Somethinc ini tuh menurut lu layak enggak untuk di-share dan kenapa?

J : Kalau gue menurut gue, karena pertama warna-warni sih. Terus kedua yang gue bilang dia dia ngejawab banyak banget kekhawatiran orang-orang gitu kalau Somethinc ini kayak eh ngaruh enggak? Kalau misalnya di kulit sensitif gimana cara pemakaiannya. tadi gua bilang kenapa sih gua butuh ini gitu loh. Jadi menurut gua somethinc ini sudah mencakup semuanya karena dia menjawab kekhawatiran orang-orang gitu kalau menurut sendiri.

T : Kalau dari kayak diskon gitu, Gal. Itu berpengaruh juga enggak sih buat nge-*share*

J : Berpengaruh soalnya waktu itu yang Shopee awal atau akhir gitu tahun dia dikon besar-besaran kan. itu juga tuh alasan gue beli Somethinc.

T : Nah itu lo *share* enggak Gal kalau lagi ada diskon konten tentang diskonnya itu?

J : *Share* Cing ke sesama temen gue yang pakai SOMethinc.

T : Lo juga merasakan manfaat enggak sih Gal setelah *share* ke temen lo? Kalau temen lo kan pasti merasakan manfaat tuh, karena dia udah dapat info dari lo

J : gue senang saja bagi-bagi. Itu manfaat kan ya Cing? Hahaha.

T : jadi bahan diskusi enggak sih Gal?

J : Diskusinya mungkin nanya kali ya lebih ke kayak beli ini enggak ya? Terus nanti nyari-nyari *review*-nya kayak gimana. Apa saja kandungannya di dalamnya beli enggak ya jadi buat jadi bahan pertimbangan gitu sih kalau menurut gue. S

T : „Lo suka enggak sih sama konten-konten yang di-share sama something dan bagian mmm konten mana yang paling lo suka

1. Nama : Dion
2. Umur :
3. Jenis kelamin : Laki-laki
4. Tempat tinggal: Jakarta

Keterangan: D = Mas Dion

C = Chyka

C : Selamat siang mas Dion, terimakasih sudah meluangkan waktunya. Saya ingin bertanya beberapa pertanyaan ya mas. Nah pertama nih mas yang saya mau tanya tanggapan mas Dion tentang banyak brand lokal yang ada di Indonesia ini gimana mas? Brand lokal secara keseluruhan dulu deh mas

D : Brand lokal itu mereka enggak paham tentang brand building satu itu. Mereka jualan aja, mindsetnya jualan. Jadi pokoknya mereka. Kaya gue punya produk nih. Mau jualan ya udah jualan promosi itu di sosial media, ada produk itu produk itu. Terus supaya laku pakai Brand Ambassador gitu kan kalau misalnya beauty care gitu, sekarang beda ini tinggal karakteristik dari brand asetya warnanya beda atau apa beda tapi polanya semua sama dan mereka punya karakteristik itu ikut-ikutan, jadi misalnya ngelihat kita mau kampanye, tapi lihat dulu kompetitor ngapain ya sekarang, misal “Scarlett ngapain ya, ini ngapain ya, oh dia gitu kita juga bisa nih kita bedain dikit lah jadi”. Jadi budaya ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) itu gede. Itu di brand lokal brand beda sama brand luar ya. Brand local ada beberapa brand yang gak gitu sih kayak misalnya gojek itu mereka pure inovasi mereka memang pure create something sesuatu yang baru ide gagasan ya kira-kira dia bisa menjawab permasalahan masyarakat terus dibuat gitu. Kalau ini kan enggak ini kan kita lebih banyak ATM tadi amati tiru modifikasi, jadi kalau enggak mereka enggak melihat kompetitor ngapain enggak pede gitu. Itu brand lokal yang ada sekarang itu, saya liat karakteristiknya seperti itu

C : Tadi kan banyak ya mereka tuh mirip-mirip ya mas ada yang kayak mereka ATM itu tadi. Kalau misalnya kita lihat dari segi kegiatan pemasarannya kira-kira yang paling

efektif untuk dilakukan suatu brand untuk meningkatkan penjualannya atau meningkatkan brand awareness itu apa menurut mas?

D : Pertama prinsip berjualan di sosial media itu tidak sama kayak jualan di media yang lain. Jadi kayak misalnya lewat iklan, lewat event sama di sosial media enggak sama gitu, yang sama hampir semua brand itu salah gagal paham tentang sosial media. Jadi akhirnya mereka lakukan adalah mereka melakukan promosi lewat sosial media itu sekedar menerjemahkan atau sekedar mengkonversi brosur, katalog produk itu ditaruh di konten gitu, jadi konten produk tinggal dikasih BA. Padahal kalau kita paham gitu ya bahwa orang itu di sosial media itu bukan nyari produk. Dalam sosial media, orang itu kalau ke social media itu nyari cerita sama nyari berita gitu ya, sama nyari hubungan kalau misal teman hubungan. Jadi yang harus dikritik sosial media itu sebenarnya bukan ngebangun produknya, tapi membangun hubungannya dulu. Karena gara-gara era sosial media. Rekomendasi brand itu kalah sama rekomendasi friend. Jadi kalau dulu kan kita zaman saya ini belum ada sosial media yang ngomong apa nurut karena sekarang brand ngomong apa dulu? Tanya temen gue dulu. Oke jadi sekarang eranya kalau teori sih banyak, tapi kita kan semakin simple semakin bagus kan apa saya menyimpulkan gitu sekarang era di mana brand udah kalah sama friend. Brand bisa laku jualan di sosial media. Tapi kalau mau laku di sosial media, jangan bertindak sebagai brand. Bertindaklah sebagai friend simpel aja sebenarnya. Di social media, brand jangan muncul hanya jualan dan jualan saja, karena nanti masyarakat akan malas. Dikasih BA koea, itu hanya sesaat, kita tidak bisa bisnis mengandalkan BA saja. Kita harus paham pola yang terjadi di sosial media, pola sosial media kita bersikaplah sebagai friend karakteristik, salah satunya share cerita. Jadi kita harus paham bahwa brand itu ketika di sosial media don't act like a brand, act like a friend. Saya enggak melihat pemahaman itu dimiliki oleh brand-brand lokal yang akhirnya mereka semua itu. Agak gagap gitu ya berbisnis di sosial media dan karena gagap akhirnya ATM

C : Oke mas nah tadi kan mas Dion sendiri bilang apa namanya social media tapi kan tetap bisa untuk menjadi platform mereka untuk berjualan. Paling menurut mas dion paling efektif itu sosial media apa mas?

D : Sosial media kan fungsinya beda beda nih, sosial media di Instagram itu dia dia berbasis kepada story. Jadi kalau story cerita karena dia kan lengkap visualnya ada

captionnya juga ada dan dia mirroring Facebook di Facebook juga juga lumayan gitu ya sama tapi kan kalau Facebook lebih ke segmennya lebih ke orang tua, kalau kalau misalnya lebih ke anak muda gitu, kalau misalnya segmennya moyang generasi x ke atas gitu ya mungkin Facebook masih bisa jualan. Jadi kalau Instagram itu kata Facebook itu berbasis kita membangun story. Tapi kalau misalnya kita ke youtube itu youtube itu adalah membangun visual jadi lebih ke visual pulling the visual. Jadi karakteristiknya beda. Jadi kalau misalnya youtube itu kita enggak bisa conversation kita cuma nampilin ada ada ada video, apalagi kalau kita pakai ads nya gitu kan yang muncul 5 detik itu. Tapi kalau di Instagram itu kita membangun conversation kita posting konten ada yang nanya dan ada yang respon kita harus respon bali kalau pakai Instagram tapi enggak siap mentalnya untuk menjawab respon dari audience jangan pakai Instagram percuma. Karena basic nya di situ konten itu cuma alasan aja. Tapi yang real traffic gitu pada saat dibahas kontennya jadi kita pasang konten. Kalau konten itu apa pun segala macam terus tiba-tiba ada yang komen. Nah kita harus komen. Nah jawab-jawabnya itu yang justru dinanti-nanti. Youtube juga sama, tapi youtube enggak seintens Instagram lebih cepat lakukan interaksi gitu. Kalo tiktok itu juga efektif tapi tiktok dia bukan sosial media kan. Tiktok itu konten distribution platform. Jadi kita bisa terekspos sama konten di tiktok tanpa harus jadi follower nya si pembuat konten itu. Jadi tiktok klaim dirinya adalah konten distribution platform, jadi dia mendistribusikan plate konten kepada siapa aja, jadi bisa diakses kepada siapa aja gitu dasarnya apa berdasarkan interest. Jadi sekarang karakteristiknya mau butuh yang mana, kalau untuk akuisisi mencari trafik sebanyak banyaknya tik tok bagus, tapi kalau mau ngebangun conversation yang tinggi Instagram atau Facebook gitu, tapi kalau misalnya mau banyakin konten video pakai youtube

C : Berarti tergantung karakteristiknya juga sih mas

D : Ya kebutuhannya kamu perlu apa? Mau bikin campaign apa?

C : Kalau di penelitian saya kan saya minjam yang dia ngasih ada 5 dimensi dalam membuat konten yang pertama itu ada reader cognition. Kalau dari mereka dari si kali ini reader cognition itu pengertiannya tahapan di mana si konsumen itu paham akan suatu konten yang dibuat dan paham sama pesannya gitu. Mulai dari ketika dia lihat visualnya, ketika dia dengar audionya dan juga sampai teks yang dia buat di caption misalnya atau di copytext dan dari setelah paham itu mereka akan mereka

mengharapkan akan terjadi tindakan gitu. Setelah melihat si konten ini gitu. Saya mau bahas studi kasus saya itu kemarin saya sudah wawancara Somethinc nya juga. Pihak Somethinc juga enggak ngeposting hanya foto aja, jadi mereka posting foto dan juga video di fitur-fiturnya mulai dari reels terus juga sekarang ada highlight, dan ada story. Menurut mas Dion, konten marketing yang paling efektif itu bentuknya kayak apa mas foto kah atau video kalau di Instagram?

D : Kalau di Instagram yang sekarang paling efektif ya reels ya. Karena itu pakai algoritmanya sama kaya tiktok, ini kan gara-gara tiktok, Instagram jadinya bikin reels itu juga sama dia berdasarkan interest. Jadi kalau reels untuk akuisisi itu bagus karena basis juga video dan captionnya juga ada. Jadi kita bisa ngegrab yang bukan follower kita itu di reels, tapi kalau kita mau conversation tadi itu di feeds, pake foto nggak apa apa. Tapi kalau pakai foto berarti captionnya yang harus menarik. Tapi kalau misalnya kita caption mau sedikit saja, berarti lebih baik lagi video. Foto juga bisa kita kombinasikan pake carousel, jadi orang lebih penasaran.

C : Jadi lebih efektif itu di reels ya mas

D : Untuk akuisisi, misalnya kita enggak punya follower atau follower dikit mau nambah follower, pake reels. Karena algoritmanya sama kayak sih tiktok. Tapi kalau kita followernya udah banyak tapi engagementnya rendah. Misal follower kita satu juta tapi tetap kita bikin konten yang cuma 30-51 berarti parah engagement rate nya . Itu berarti harus ditingkatin engagement ratenya dengan cara bikin konten di aktifin bikin gimmick, giveaway dan segala macam sehingga yang tadinya dari satu juta yang engage hanya 100 misalnya, setidaknya naik jadi 50.000 gitu. Jadi meningkat engagement.

C : Saya sudah ngelakuin wawancara juga sama followersnya Somethinc ini. Menurut mereka konten yang mudah mereka pahami itu konten yang menarik dari segi visualnya, Misalnya warna warni dan juga audionya yang lagi trend sekarang misalnya lagu lagi trending kayak di tik tok. Kalau dari teks itu juga yang simpel sama jelas dan mereka tuh lebih suka melihatnya. Seperti gambar ada copy text nya, bukan baca by caption itu mereka enggak suka dan mereka kurang paham kalau misalnya ngelihat dari caption. Kalau dari pandangan mas Dion gimana foto yang bentuk visualnya bagus?

D : Bikin konten tuh enggak harus dipahami kok sebenarnya, tapi dia eye catching. Jadi orang enggak langsung paham enggak apa apa, karena kan intinya kita bikin konten itu bikin orang penasaran, kalau orang langsung paham jadi enggak penasaran lagi.

Sebenarnya kita kalau kita sambungin sama konteks bikin orang langsung paham. Itu bukan berarti satu konsep itu bisa menjelaskan semua hal, jadi paham itu maksudnya pada saat kita mau bikin konten, kita harus fokus pada satu elemen. Elemen itu akan men-trigger, jadi akan me-trigger daya tarik seseorang. Jadi yang penting me-trigger ada satu elemen mau itu visual, foto atau video apapun yang shocking. Itu akan lebih efektif kalau dari pandangan saya. Karena yang yang paling penting ketika kita bikin konten itu adalah bikin konten yang memiliki stopping power kekuatan untuk menyetop ketika melihat gitu. Karena itu yang penting. Jika mereka stop dan belum paham itu tidak apa, justru ketidakpahaman mereka kita manfaatin supaya itu jadi curiosity kan sudah jadi rasa penasaran mereka, tetapi yang penting mereka paham sama elemen yang mau kita pakai buat shockingnya ini gitu. Bikin konten yang mudah dipahami itu bukan berarti kita berusaha menjelaskan se jelas-jelasnya. Enggak, tapi yang penting konten kita itu bisa membuat mereka stop untuk melihat stopping power.

Walaupun pada saat itu mereka enggak ngerti ini sebenarnya produk apa segala macam apa. Tapi mereka paham ada elemen yang membuat mereka stop. Dari gambar, music atau apapun itu

C : Oke mas kalau gitu berarti dimensi kita lanjut ke dimensi yang kedua itu ada sharing motivation. Dimensi yang kedua ini dia tuh sharing motivation. Konten yang baik itu adalah konten yang bisa mengunggah konsumen yang bisa mengunggah konsumennya untuk ikut membagikan konten tersebut. Apa namanya menurut ini konten yang layak untuk di share dan juga menggugah. Itu adalah konten-konten yang kayak bernilai buat konsumennya tadi bisa menciptakan relation kaya exo tadi terus juga mengedukasi terus juga ada informatif. Hasil dari wawancara saya itu kemarin dari pihak Somethinc, yang paling banyak insight nya untuk di share =di like dan juga dilihat sama banyak orang itu emang foto dan video yang sifatnya edukatif sama informatif. Ini juga dibenarkan juga oleh followers nya Somethinc. Mereka akan sharing konten kalau bentuknya itu edukatif, informatif bahkan diskon gitu. Kalau

dari pandangan mas Dion betul enggak sih mas? Kalau misalnya sharing motivation kayak gitu?

D : Jadi kuncinya sebenarnya bukan masalah di kehidupannya informatif ya itu kan teknik penyampaiannya mau pakai cara edukatif boleh, tapi kadang-kadang enggak efektif juga pakai cara informatif bisa efektif kadang-kadang bisa enggak efektif juga. Tapi yang paling penting ketika kita membuat konten yang bisa diterusin sama follower atau sama audience gitu ya mereka mau ikutan share segala macam, bahkan kalau perlu mereka sampai bikin konten tentang itu, itu adalah yang membangun common interest yaitu ketertarikan yang sama kalau misalnya kita mengangkat satu topik yang itu bukan interestnya audience, enggak bakal dishare sama mereka. Misal Mc Donald dengan BTS, sebenarnya mereka hanya ingin menyampaikan bahwa Mc Donald dan BTS itu satu interest. Jadi sebenarnya kuncinya adalah deteksi dulu interestnya yang mau kita sasar ini audiencenya apa interestnya yang paling membuat mereka suka. Jadi sebenarnya jangan terjebak pada teknik penyampaiannya.

C : Baik mas, nah yang ketiga itu ada persuasion. Nah itu tuh gimana cara konten itu dapat mengambil perhatian konsumen dari konten yang satu ke konten lain jadi kayak konten continue. Jadi akhirnya mengharapkan tindakan lebih dari suatu konten itu kayak konten yang jadi punya tren terus juga konten yang eksklusif kayak diskon gitu terus juga ada ciri khas. Hasil dari wawancara dengan Somethinc juga mereka mendapatkan perhatian lebih dari konten yang eksklusif kayak global brand ambassador seperti NCT Dream dari Korea. Somethinc membuat konten tersebut selokal mungkin, terus juga kontennya tanpa menghilangkan ciri khas Somethinc ini yang warna warni. Terus juga mereka lebih banyak insight di video 3D dan juga yang unik. Nah ini juga dibenarkan oleh followersnya Somethinc yang mereka tuh juga memberikan tindakan lebih kaya membeli dan juga sharing konten itu yang eksklusif itu kayak diskon terus juga yang tadi saya bilang edukatif juga terus yang kayak NCT Dream, karena mereka punya ketertarikan yang sama gitu karena mereka punya common interest yang sama gitu. Dari pandangan mas Dion itu gimana? Apakah konten yang dapat perhatian lebih dari konsumen itu merupakan konten yang baik? Atau kalau misalnya kan ada juga misal konten yang buruk malah jadi konten kontroversial gitu

D : Konten yang baik itu justru malah harus menciptakan konflik. Jika kita tidak menciptakan konflik tidak akan ada conversation nantinya. Ketika semua baik-baik aja apa yang mau dibahas tapi justru konten itu menjadi viral, dibahas sama semua orang ketika ada konflik dan ada yang pro ada yang kontra. Ada yang setuju dan tidak setuju gitu. Jadi ketika bikin konten justru jangan takut untuk bikin konflik, tapi kita harus tahu koridornya konflik itu jangan sampai menyebrangi hal-hal yang sifatnya prinsip, misalnya sara, etika, agama ini jangan. Bikin konten yang lucu-lucu gitu tapi kontroversi enggak apa kontroversi itu dalam rangka kita menciptakan konflik supaya conversation atau pembicaraan. Ada sesuatu yang biasa tidak dibahas sama orang ini. Jadi kalau kita mau bikin konten main aman sampai kapanpun enggak akan viral. Cara kita untuk mengangkat supaya konten ini sharing sama orang tuh gimana sih ya? Jangan bikin yang biasa, bikin yang justru enggak disangka-sangka gitu. Jadi kalau Somethinc mau bikin yang lebih kontroversi yaitu harus bikin sesuatu yang enggak biasa. Kaya lemonilo bikin NCT Dream jadi dance koplo. Jadi kuncinya put the wrong man on the wrong place on the wrong time Jadi kalau supaya terjadi suatu pembicaraan, harus ada kontroversinya pasti jadi menarik.

C : Lalu yang ke-4 itu ada decision making nya di mana konten itu perlu memperhatikan sifat fakta, emosi, kepercayaan dan efisiensi sehingga dapat terhubung dengan semua kalangan konsumen dan untuk mencapai keputusan mereka. Hasil wawancara dengan Somethinc juga sumber bahan konten yang dibuat itu juga terpercaya dan juga di salah satu konten dia yang terpercaya itu juga dari testimoni. Begitu juga dengan hasil wawancara dengan followers, mereka akhirnya membeli produk itu, maupun share konten si Somethinc ini karena melihat konten testimoni Somethinc dan percaya dengan konten tersebut. Bagaimana menurut mas Dion apakah betul kalau misalnya dibuat sesuai dengan fakta emosi, terus juga emosional itu terus juga kepercayaan efisiensi itu mempermudah si konsumen untuk mencapai keputusan pembelian?

D : Oke sebenarnya yang membuat konsumen mudah mencapai keputusan itu. Bukan itu bukan fakta. Karena tetap saja kita enggak tahu mana fakta mana enggak kok ujung ujungnya. Kita cuma lihat dari sosial media gimana kita bisa tahu, kita tahu itu fakta atau bukan, sampai kapan orang susah untuk mengetahui fakta atau enggak. Tapi orang bisa tahu itu benar atau enggak ketika terjadi comfort mobility yaitu elemen saling mengonfirmasi kalau misalnya satu konten ngomong A terus dia cari lagi ada orang

ngomong juga berarti A benar karena terkonfirmasi. Terkroscek gitu. Jadi penting sekali kita bikin konten, kontennya itu juga dibuat oleh si konsumen, BA, artis juga bikin. Jadi ketika ada satu konten dibikin oleh berbagai pihak, langsung si audiensi yakin. Karena terkonfirmasi ada 3 yaitu ada rating, review dan recommendation. Jadi manfaatkanlah 3 ini untuk membangun itu tadi efek saling mengonfirmasi tadi, karena begitu konsumen melihat ada konten produk A misal, dia pasti akan melihat ini di rekomendasi enggak sama yang orang-orang yang dia kenal.

C : Tapi kalau udah di review terus ternyata orang bilang oke dan benar itu jatuhnya apa mas?

D : Asumsi bahwa itu fakta. Ada kamu kalau misalnya fakta ya kamu harus ke sana melihat sendiri. Nah sama bikin konten juga sama kayak triangulasi, jadi kita bikin konten yang di triangulasi sama berbagai pihak yaitu review, rating dan recommendation. Jadi jadi ya saya setuju, cuma saya jelasin lebih lebih dalamnya lagi supaya mereka bikin konten jangan sampai berhenti hanya bisa bikin testimoni yang cuma satu pihak aja testimoni kalau bisa beda-beda testimoninya. Testimoni yang makin seru adalah ketika yang bikin testimoni misalnya petani, supir, artis. Jadi testimoni berbagai macam latar belakang kan, tapi ngomongin hal yang sama ya itu. Itu baru keren.

C : Dimensi yang kelima itu faktor mas, konten itu perlu memikirkan beberapa berbagai macam faktor di audiensnya dan itu juga divalidasi ini dari pihak Somethinc dan juga followers. Mereka tuh mereka membuat konten yang disukai oleh followersnya lewat insight lalu juga followers juga menyukai konten-konten yang bisa menjawab kebutuhan yang mereka gitu mas salah satu faktornya itu misalnya kebutuhan terus juga kayak hiburan gitu. Dari pandangan mas Dion, gimana?

D : Emang basicnya itu kita harus tahu dulu itu tadi kan kamu common interest nya apa yang yang paling dicari sama audience kita ya kita berangkat dari situ. Kita sebenarnya bisa melihat pakai insight, tapi juga misalnya kalau mereka rajin gitu setiap mereka mereka posting konten di assist bisa juga jadi begitu di posting seminggu pertama enggak ada reaksi berarti itu bukan interestnya gitu. Bisa di cek manual tetapi kadang kita malas cek. Tapi sebenarnya kita manual bisa setiap habis posting di cek 2 hari kemudian 3 hari kemudian. Jika di cek manual kita sebagai

social media manager feel nya lebih dapat, karena bisa memantau terus perkembangan postingan kita. Jadi secara manual juga harus tetap di tracking atau monitor. Problemnya brand itu ketika mereka social media management nya males dan enggak ada monitor, jadi langsung lihat insight bulanan saja.

C : Kita lanjut ke teori yang kedua yaitu tahapan bagaimana keputusan pembelian itu terjadi. Yang pertama kan ada problem recognition. Saya menemukan case aneh jadi saya tau masalah mereka apa segala macam gitu, lalu dari 5 followers yang saya wawancarain umumnya itu emang masalah yang mereka temui itu adalah faktor kebutuhan. Lalu, 4 dari 5 follower saya itu juga mengatakan masalah yang pertama dihadapi ketika membeli suatu produk itu adalah kebutuhan. Tapi ada satu mas yang saya wawancarai dia itu membeli sesuatu awalnya karena memang ingin saja tanpa ada masalah apa-apa, e tanpa ada masalah apapun sebelumnya terus juga kayak ya udah dia lihat di beli gitu mas, jadi kayak nggak ada pertimbangan lain selain hanya ingin. Jadi tanggapan dari mas Dion apakah dia itu juga termasuk problem recognition?

D : Sebenarnya itu juga mesti di crosscheck lagi ke para informan tadi karena bisa jadi kalau kita bikin penelitian, kadang kadang orang itu menjawab supaya ini aja supaya normatif aja gitu ya. Bisa jadi pada saat waktu terjadi proses pembelian yang sebenarnya bukan karena kebutuhan juga. Kalau saya ngelihat proses pembelian pengambilan keputusan itu kombinasi antara kebutuhan dan keinginan gitu ya. Dan bahkan lebih dari itu, bahkan kadang kadang nggak ada kebutuhan nggak ada keinginan, tapi kayak kamu dengar fomo (fear of missing out) nah itu enggak ada kebutuhan enggak ada keinginan, tapi karena dia takut ketinggalan jaman, takut enggak update gitu kan. Itu enggak relevan sama produk kebutuhannya tetapi dia hanya takut ketinggalan sesuatu yang lagi happening. Jadi kalau saya ngelihatnya, pembeli itu dibagi jadi 6 karakter. Kalau kamu tahu adoption kategori, itu cukup mewakili 6 karakter ini. Yang pertama innovator yaitu enggak ada kebutuhan enggak ada keinginan tetapi beli karena pokoknya dia bereaksi terhadap hal yang baru. Karakter yang kedua adalah dia membeli sesuatu karena dia ingin menjadikan trendsetter. Ketiga itu yang disebutnya early majority ini adalah orang-orang mayoritas yang kalau melihat sesuatu itu dia langsung beli. Tapi berdasarkan pertimbangan yang penting sesuatu ini ada fungsinya. Nah itu tadi yang masuk

kategori oh ini menjawab kebutuhan gue ini menjawab keinginan gue. Itu masuk ke early majority. Keempat ada late majority, dia akan beli ketika banyak review yang bagus dari orang-orang. Karakteristik yang kelima ini adalah orang yang udah dia ada produk baru. Udah banyak yang beli udah banyak yang kasih rekomendasi kasih review dia tetap nggak beli karena malas berubah. Kalau misalnya tadi kamu melihat ada yang oh dia enggak ada kebutuhan, tapi ya pengen beli aja mas ya gitu. Nah mungkin dia masuknya dia bukan di majority, bukan mayoritas ya maksudnya di early adopter atau di inovator tadi

C : Tapi berarti tetap masuk ke problem recognition aja kan mas cuma emang dia tuh beda karakteristik pembeli aja gitu ya?

D : Kalau itu dia enggak pakai problem jadi enggak ada masalah. Bisa juga kalau dikaitin sama impulsifnya, impulsif buying atau konatif.

C : Berarti nggak apa-apa ya mas dalam tahapan itu ada tahap yang miss gitu

D : engga apa-apa, justru menarik kan. Nanti di pembahasan kamu ini ada satu yang enggak pakai problem recognition jadi langsung ke tahapan selanjutnya dan ini unik.

C : Terus kita ke tahapan kedua itu kan ada information search mas itu mencari informasi tentang apa yang mereka pengen beli gitu. Nah lagi-lagi sih satu orang ini dia juga nggak nyari mas ya udah dia lihat abis itu dia beli gitu, dia enggak lihat informasinya ini buat apa. Terus juga kegunaannya secara detailnya gimana, enggak lihat gitu mas. Tanggapan mas Dion gimana ? apakah dia miss juga untuk information search?

D : Marketing jaman sekarang tadi yang lebih dominan friend kan bukan brand nya lagi, jadi artinya gini, produknya, informasi tentang brand itu, informasi tentang fungsi dari produk ya buat dia jadi nomor 2 lah yang nomor satu ini direkomendasi enggak sama orang? ini banyak yang pakai nggak sih? Itu akhirnya jadi dominan, bahkan yang di majority pun itu dia informasi engga lengkap tidak apa, yang penting oh keluarga dukung katanya bilang bagus nih. Ada temennya bilang bagus ini bilang teman kantor juga bilang bagus, teman kampusnya bilang bagus ini oh ini pasti bagus nih gue beli deh walaupun sebenarnya paham banget produk apa saja sih fitur-fiturnya segala

macam dia enggak tahu juga gitu. Nah itu yang yang pola belanja masyarakat seperti itu. Jadi begitu dihadapkan pada 3 pilihan mereka akan bertanya kepada teman dan keluarganya. Ketika mereka bilang bagus jadi dia langsung beli ngapain mikir lagi

C : Untuk tahap yang ketiga itu kan ada evaluation of alternatif. Tahapan ini kan juga untuk membandingkan nih dari merek A ke merek B gimana. Konten dari merek A ngomongnya kayak gini, konten dari produk B ngomongnya kayak gini. Setelah saya ngelakuin wawancara itu juga dibenarkan oleh followersnya ini, mereka akan melakukan perbandingan dari fungsi harga ingredients bahkan kontennya gitu loh mas kayak mereka lebih suka konten warna warni makanya mereka membeli Somethinc.

D : Itu lima-limanya ngomong begitu?

C : Ada satu, itu dia yang kayak beli karena suka melihat kontennya. Terus juga ada yang karena ngelihat kontennya itu ngejelasin bahan ingredients nya itu kan aktif ingredients, karena dia ini orang kedokteran jadi dia kayak lebih percaya Somethinc karena di kontennya menjelaskan hal tersebut yang lain, itu gimana mas?

D : Ya itu faktornya si konsumen bisa karena faktor pribadi juga berpengaruh tadi. Misalnya dia latar belakang pendidikannya di kedokteran ya pasti dia akan lebih suka yang informasinya medis dibandingin yang hiburan misalnya gitu. Tapi kalau yang latar belakang orang kreatif mungkin beda lagi. Jadi mungkin kalau yang kreatif melihat warna gitu, informasi nggak penting. Berarti karakteristiknya orang kan beda-beda. Respon terhadap terhadap hal apa yang dianggap penting buat dia, dia akan bandingin sama yang lain tuh. Dia akan bandingin sama kompetitornya begini atau enggak apa segala macam tapi again ya dia itu ketika membandingkan itu bisa diinterupsi oleh rekomendasi tadi. Jadi pada saat dia melihat ada konten A sama konten B ini lebih warna warni, tapi kok nggak ada yang testimoni ya, lalu yang ini enggak warna-warni sih cuma testimoni segudang.

C : Tapi Somethinc setiap hari suka ngasih testimoni, basic testimoni nya dia ngepost orang gitu. Tapi kadang kalau misalnya lagi enggak ada yang ngepost tentang Somethinc, dia akan mengulang pesan dia yang dulu tentang testimoni itu gimana mas? Dan apakah itu boleh kayak gitu?

- D : Boleh-boleh aja asal di packing ya supaya orang enggak merasa ini di recycle nih. Jadi misalnya dia repost nih si yang pertama nih. Terus abis itu enggak ada bahan nih abis itu di repost lagi. Misalnya beberapa bulan kemudian di repost lagi. Tapi kalau bisa caption nya diubah, jadi caption nya ditambahin atau apa. Tetap dibikin relevan, tetap dibikin update gitu. Jadi jangan pernah plek-plekan repost udah caption nya sama, gambarnya sama, jangan sampai orang tau kalau postingan lama. Walaupun orangnya tahu itu postingan lama nggak apa apa. Selama itu kita memang sengaja kita mau membahas lagi gitu. Nah itu makanya jadi konten lama nggak apa apa kita posting ulang. Tapi yang penting dikemas beda, jadi orang paham bahwa oke ini bahan lama tapi diposting ulang karena memang ada yang mau dibahas lagi gitu enggak apa apa.
- C : Tahapan yang keempat itu purchase decision. Tahap ini tuh akhirnya dia benar-benar beli setelah melakukan 3 tahap sebelumnya. Jadi tidak apa ya mas jika kalau misalnya dari 3 tahap yang atas itu ada yang kelewat satu ada kelewat 2 atau bahkan langsung purchase decision itu boleh terjadi atau memungkinkan untuk terjadi?
- D : Yang ideal justru malah diskip semua. Kekuatan brand itu semakin kuat semakin nyekip semuanya. Justru kalau saya malah begitu teorinya saya orangnya suka anti teori nih yang suka ngelawan teori-teori. Jadi kalau kata solomon harus ada proses gini-gini, kalau saya justru gimana caranya kita campaign bikin konsumen itu nyekip semuanya. Konsumen enggak perlu mikir ada masalah terutama, konsumen enggak perlu banding bandingin nggak perlu nyari informasi, pokoknya konsumen begitu ngelihat langsung suka langsung mutusin kan gitu dong, semakin diskip semua proses transaksi makin cepet. Proses transaksi makin cepet jadi omset tambah gede. Kalau misalnya konsumen dikasih mikir lama karena disbanding-bandingin dulu dibeli Minggu depan. Jadi afektifnya jalan dulu. Makanya campaign brand itu selalu lewat afektif bukan rasional. Kalau misalnya kita sekedar jualan tok. Sebenarnya kita sebagai kacamata brand brand kalau bisa itu semua di skip proses itu konsumen, kalau bisa nggak perlu pakai proses gitu, jadi langsung beli.
- C : Menjadikan NCT Dream sebagai BA juga itu buat konsumen langsung beli
- D : Iya itu buat komunitas fans yang suka dengan NCT, tapi buat yang engga, tentu engga.

- C : Nah jadi sekarang kuncinya ketika bikin konten atau bikin program campaign apapun itu dicari ini komunitas ini faktornya apa yang bikin ini semua berfikir otak mamalia. Otak mamalia yang mengambil keputusan itu semua ditembus langsung keputusan itu harus dicari faktor apa yang paling dominan.
- C : Justru lebih bagus ya mas ya kalau misalnya bisa sampai ke si decision makingnya mereka gitu
- D : Malah semakin tidak ada proses semakin bagus buat brand. Kalau buat konsumen ya jatohnya jadi impulsive. Tapi kan intinya itu manusia itu sebenarnya makhluk impulsif. Jadi branding gitu, gimana cara kita menemukan satu angle yang bisa membuat audience kita itu nyekip semua proses itu langsung ambil keputusan. Gitu semakin powerful maka semakin diskip semua
- C : Tahapan terakhir mas yang kelima kan ada post purchase decisionnya mereka. Berarti kan tapi gimana sih responnya konsumen apakah dia review, apakah dia akan rekomendasi apakah dia mau beli lagi, apa jadi enggak beli lagi gitu kan. Nah dalam wawancara yang saya lakukan ini, respon mereka itu biasanya melakukan pembelian ulang dan juga review atau rekomendasi ke orang lain gitu. Berarti bener ya mas rata-rata itu emang kayak gitu atau post purchase atau jadi enggak beli lagi atau gimana?
- D : Tergantung performa, ada 2 performa secara produk performa secara konten. Kalau performa secara produk produknya itu jelek ya pasti dia nggak lagi gitu. Jadi enggak sesuai harapan. Misal ini lucu warna-warni, ternyata pas beli mukanya malah jadi hancur, pasti enggak beli lagi dia karena bad experience. Pengalaman buruk itu tidak akan membuat dia beli lagi atau kapok ibaratnya. Jadi first impression nya udah jelek gitu. Tapi yang akan membuat dia beli lagi adalah good impression pada saat dia mau pakai produk produknya bagus. Oke gue beli lagi. Tetapi apakah dia akan langsung merekomendasikan orang lain itu belum tentu. Dia pasti akan beli lagi, tetapi yang akan membuat dia merekomendasikan ke orang lain adalah ketika produk itu banyak kontennya. Begitu banyak kontennya. Terus dia melihat ada konten langsung di forward, maka sekarang penting banget bisnis itu selain bikin produk juga harus bikin konten. Jadi jangan cuma fokus harus bikin bisnis ini bikin produk bagus nggak cukup sekarang produk bagus harus didukung sama konten bagus. Karena produk bagus itu membuat konsumen jadi beli lagi, tapi belum tentu rekomendasi. Ya bisa ada yang

rekomendasi tapi kan belum tentu ya. Nah sedangkan konten bagus itu gampang di share, karena kan tinggal ngeshare doang, tinggal repost atau di share gitu. Bahkan kadang-kadang konten yang bagus orang itu belum beli orang itu belum pakai dia udah ngeshare duluan. Nah itu yang diharapkan dari konten bagus sebenarnya. Jadi sekarang harus paralel nih antara konten dan produk. Kalau sama teori tadi akhirnya menjadi agak engga nyambung karena pada saat produk ini bagus memuaskan orang yang akan merekomendasikan produk ini menjadi post purchase. Ini kan step yang terakhir kan dia akan ngeshare tentang produk ini karena dia puas. Tapi kan ada saja orang yang. Dia belum pakai dia belum beli, tapi karena dia suka sama kontennya dia share. Sekarang kalau digabungin sama dihubungin sama teori itu masuk ke tahap yang mana? Dia udah rekomendasi tapi dia belum beli, masuk ke mana?

C : Post purchase mas

D : Tapi dia belum beli, tapi dia udah rekomendasi. Nah itulah. Makanya kalau saya suka anti teori kalau saya lihat teori, saya sindir-sindir teori itu gitu artinya artinya itu tidak dibahas. Teori itu tidak dibahas. Jadi artinya artinya sekarang teknik sekarang itu dengan sosial media, itu kan teori lama ya belum ada sosial media teori dibuat, jadi dengan adanya sosial media sekarang, brand itu punya kemampuan untuk menciptakan rekomendasi walaupun konsumen belum beli

C : Dan itu lewat konten ya mas

D : Ya konten, jadi konten fungsinya itu jadi antara konten bagus sama produk bagus harus paralel produk bagus orang jadi menceritakan merekomendasikan pengalaman pakai produknya. Nah kalau konten bagus, orang akan merekomendasikan kontennya gitu.

C : Berarti tadi teori yang saya pinjem 2 itu menurut mas Dion udah selaras belum sih sama data yang saya dapatkan

D : Sudah selaras bahkan kalau misalnya saya enggak tahu sih ada temuannya atau tidak. Tapi saya yakin pasti ada orang-orang yang dia belum beli, tapi dia share

C : Iya ada mas

- D : Ada kamu interview?
- C : Iya mas interview, mereka tuh belum beli, tapi dia ngelihat. Biasanya sih kayak diskon, jadi dia belum tau barangnya kaga gimana tetapi karena diskon dia langsung ngasih aja ke orang lain gitu
- D : Nah itu masukin tuh jadi temuan menarik
- C : Tapi si konten marketing nih berarti berpengaruh juga kan sama keputusan pembelian si pembeli ini?
- D : Berpengaruh. Bahkan sekarang itu keputusan pembelian itu menurut saya salah satu prosesnya ya, kalau misalnya mau nambahin ke proses yang tadi ya itu adalah sharing itu menjadi bagian buat dia untuk proses pengambilan keputusan. Ya kalau itu kan cuma menangani masalah, mencari informasi terus bandingin gitu kan. Nah sebenarnya menyebarkan informasi itu adalah proses dalam mengambil keputusan. Pada saat menyebar informasi dia melihat reaksi orang kan.
- C : Itu faktor lingkungan juga engga sih mas?
- D : Lingkungan. Jadi ketika ada diskon terus dia share ke orang dan orang itu merespon bahwa barang yang diskon adalah barang-barang yang jelek sedangkan yang bagus tidak diskon. Jadi mereka engga jadi beli, makanya itu mempengaruhi proses pengambilan keputusan dia. Jadi dia mensharing, merekomendasikan tapi merekomendasi dalam rangka untuk mengambil keputusan. Bukan ambil keputusan dulu baru dia sharing, di balik. Jadi jadi bisa dibalik kan. Dia sharing dulu terus nunggu komentar orang, dari komentarnya baru diambil keputusan. Dengan ada sosial media. Jadi macam macam sih prosesnya. Jadi proses sharing bukan lagi sekedar purchase behavior tapi jadinya pre purchase tapi bentuknya sharing dan rekomendasi
- C : Tapi itu bisa jadi information search juga ngasih mas? Maksudnya dia mencari informasi dengan cara di share ke orang lain dulu

- D : Iya jadinya kan information search by sharing, ini kalau yang dimaksud teori kan information search nanya, browsing. Kalau ini dia udah tertarik, trus dia share, lalu dia dapet respon
- D : Untuk mendapatkan proses afirmasi bukan sih itu mas?
- D : Iya proses transformasi nih, tapi kan dia awalnya dia sudah yakin. Kalau misalnya awalnya bingung dan dia mau nyari, pasti nanya bentuknya bukan sharing. Pasti nanya bentuknya nanya kalau bingung dan informasi beneran kan. Jadi ada satu proses yang yang jadi muncul pola baru gitu loh di social media yang di teori lama nggak dibahas. Orangnya tadinya udah yakin. Bisa berubah jadi enggak yakin gitu loh maksud saya.
- C : Udah sih mas sebenarnya itu aja pertanyaan dari saya. Oke.
- D : Sukses ya kalian
- C : Terimakasih banyak mas atas waktunya

1. Nama : Jesika Wijaya
2. Umur : 25 Tahun
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. Tempat tinggal: Jakarta

Keterangan: S = Somethinc

C = Chyka

C : Halo kak, kenalan dulu ya kak, aku Chantyka dari Universitas Bakrie

S : Halo nama aku Jesika as a graphic designer and social media officer full time di Somethinc.

C : Aku mau nanya beberapa pertanyaan, aku mulai aja ya kak. Bagaimana tanggapan kakak akan *local beauty brand* yang saat ini banyak banget dan apa yang membedakan Somethinc dengan *brand* yang lain?

S : Iya, sekarang banyak banget ya brand-brand lokal. Kalau dari kita sih, bedanya mungkin produk kita lebih cepat berkembang. Kita tiap bulan ada aja launching produk baru. Nah, tapi itu dia karena banyak brand lain juga kita mengandalkan content marketing juga lewat Instagram, TikTok, eh TikTok mirroring ke Instagram juga sih

C : Kakak pertama kali kerja di Somethinc itu tahun berapa?

S : Aku masuk di tahun 18 November 2020

C : Kakak udah tau Somethinc sebelumnya, pakai produknya kah, atau ngeliat ada lowongan Somethinc lalu daftar

S : Sebelum masuk Somethinc aku belum tau brand ini, jadi pas join dan diterima aku baru tau Somethinc, karena aku apply nya di beauty haul awalnya. Terus kepanggil dan aku sempet nanya-nanya temen ku tahu Somethinc atau engga dan ternyata mereka bilang kalau Somethinc lagi naik daun. Karena aku dulu tidak mendalami skincare, jadi engga tahu perihal skincare

- C : Trus kak, kakak sebagai social media officer nya Somethinc. Jobdesk kakak tuh kaya gimana?
- S : Kalau di Somethinc aku yang paling utamanya di graphic designer nya, nah tapi ada sambil pegang beberapa social media yaitu Youtube dan Instagram. Tapi pentingnya lebih ke instagramnya, kalau Youtube setelah beberapa bulan aku pegang dan itu hanya upload-upload aja. Intinya lebih ke Instagram
- C : Sampai sekarang berarti kak pegang instagramnya?
- S : Engga, sudah di handover ke orang lain, karena ada perubahan system jadinya aku sekarang hanya focus ke graphic designer. Jadi sekarang Instagram udah bener-bener ada bagian social medianya. Karena Somethinc lagi mau pengembangan lagi kan makanya sekarang jobdesknya di fokuskan gitu
- C : Berarti kakak tau ya target dari konten-kontennya Somethinc itu siapa aja. Kalangan siapakah yang ditargetkan oleh kontennya Somethinc
- S : Target utamanya sih kalangan menengah ya, umur remaja sampai 30 tahunan. Sebenarnya kalau dari produk sih bisa sampai umur 40 tahunan tapi kalau untuk konten kita sendiri 20-30 tahunan yang emang masih aktif main media sosial gitu sih. Dan sejauh ini konten yang kita bikin itu udah sesuai sama target kita kalau aku liat dari hasil insight juga.
- C : Konten-konten yang diunggah Somethinc ini berarti sesuai ya kak sama target yang udah ditentukan Somethinc
- S : So far sudah sesuai sih
- C : Tujuan utama konten-konten ini dibuat Somethinc itu untuk apa ya kak? Apakah untuk selling, product knowledge, atau hanya entertain. Jadi tujuan utama konten-konten Somethinc ini apa kak?
- S : Kalau dari Somethinc lebih ke product knowledge. Jadi dari orang mengenal dan mengetahui produk, lalu mengetahui manfaat produk. Misalnya kaya serum, serum ini manfaatnya apa gitu, kulit gue cocoknya pakai serum yang seperti apa, ingredient-

ingredient nya apa saja. Jadi dari situ konsumen udah tau dapat memilih yang mana, yang sekiranya cocok untuk kulit mereka. Jadi tujuan utamanya lebih ke product knowledge sih, jadi konten-konten Somethinc lebih banyak produk knowledge nya

C : Jadi ujung-ujungnya akan ke product knowledge nya aja atau akan ke penjualan. Jadi kita kasih product knowledge itu biar kalian beli. Atau misalnya kan ada ya kak konten Somethinc meskipun mereka engga kasih tau produk tapi mereka kaya ngasih informasi perihal tipe kulit. Atau akan ke penjualan akhirnya dari tujuan utama si konten ini kak?

S : Mungkin pada akhirnya akan ke jualan tapi kita tuh utamanya lebih ke edukasi, dari edukasi kan konsumen tau apa yang cocok untuk kulitnya dia, gimana bagusnya. Kita punya nih produk a,b,c yang bagus untuk kulit kamu. Pada ujungnya konsumen beli atau tidak yaitu belakangan. Pada akhirnya akan ke jualan

C : Jadi tujuan utamanya edukasi tapi ujung-ujungnya akan jualan juga gitu ya kak. Nah, gimana proses membuat ide konten di Instagram Somethinc ini? Kakak terjun langsung kah untuk proses idenya dalam membuat konten?

S : Kalau proses idenya, biasanya kita liat konten-konten sebelumnya dan lihat insight nya. Biasanya tuh orang-orang lebih suka yang kaya gimana. Algoritmanya itu lebih ramai kalau kita tampilkan apa nih? Biasanya lebih banyak ke edukasi, karena kan biasanya banyak orang kurang ngerti, jadi mereka baca-baca. Makanya, kita lebih di up ke edukasi produk. Dulu juga sering QnA, biasanya orang-orang kalau di QnA sukanya nanya apasih. Biasanya mereka suka nanya, “kak aku abis beli retinol sama niacinamide, itu cara pakainya gimana”. Maka, dari situ kita bikin konten edukasinya lagi. Terus dari situ baru didesign dan diupload. Jadi tuh lebih ngikutin, biasanya market nyarinya yang kaya gimana dan lebih suka konten seperti apa. Kita juga cari sih mana yang lagi tren, nah nanti kita kemas ke konten kita. Misalnya, lagi tren video POV, nah nanti kita bikin versi kita. Biasanya itu buat kasih tau diskon sih. Oh iya itu diskon banyak juga yang *like* sama *share*.

C : Kalau visualnya kak? Visual dari kontennya itu proses sampai visualnya jadi itu gimana kak?

- S : Kalau visual, pada awalnya owner kan orangnya agak heboh gitu-gitu kan. Trus dia sukanya warna nyentrik-nyentrik neon kaya warna Somethinc sekarang. Suka kaya gitu jadi kita kembangin dan orang jadi tau bahwa Somethinc nih si ungu yang terang. Visualnya berawal dari owner kita yang sukanya kaya gitu jadi dari situ kita kembangin lagi. Jdi lebih ramai visualnya
- C : Beda ya kak dari brand lain warnanya biasanya kan putih
- S : Ya bener, biasanya brand lain warnanya earth tone ya
- C : Terus kak berdasarkan hasil QnA dan insight yang kaka dapetin, konten mana yang demand nya paling tinggi kak dan yang paling disukai oleh Somethinc Squad dari Somethinc ini di Instagram
- S : Biasanya konten edukasi, kaya misalnya bundle series cleanser dan lain-lain. Kita edukasi bahwa produk ini cocok untuk kulit sensitive, untuk acne, gitu-gitu.
- C : Berarti biasanya mereka lebih suka yang di bundle gitu ya
- S : Iya biasanya tuh yang kaya kulit sensitive nih cocoknya untuk pakai ini itu, biasanya pada suka konten yang seperti itu. Sama suka rame di video, misal kaya video 3D gitu
- C : Ohiya ada Thincbot gitu ya kak
- S : Iya ada Thincbot gitu, sama misalnya kita setiap launching gitu kan ada video-videonya gitu kan. Misalnya ada moisturizer ada ceramic trus ada duyung-duyungan gitu atau mermaid. Biasanya rame tuh yang kaya gitu. Makanya kita setiap bikin konten diselipin gitu.
- C : Berarti yang paling disuka itu edukasi dan video-video 3D dari Somethinc ya kak. Trus dari Somethinc ini kan suka kasih tau beauty hacks, tips and tricks, dan edukasi kaya tadi itu. Nah, itu biasanya kaka ngambil sumbernya itu darimana kak? Apakah dari jurnal?
- S : Sumber isi konten itu paling banyak dari jurnal kalau yang masalah kulit-kulit ya, jadi kita ada team juga untuk research and development (RnD). Biasanya dibantu oleh team itu. Terus kita team design juga suka nyari, tentunya dari jurnal yang sumbernya

sudah jelas ya kredible. Trus nanti di check lagi sama team RnD itu. Kalau ada yang kurang tepat penggunaan Bahasa atau apa.

C : Selama kakak bekerja di Somethinc, apakah kakak pernah ada kendala saat ingin mempublikasikan kontennya atau bahkan saat pembuatan kontennya gitu?

S : Kendala pasti adasih, kaya misalnya kalau dalam pembuatan konten kadang-kadang stuck juga sih. Nyari ide nya stuck. Kalau misalnya dalam social media, mungkin kadang-kadang kendalanya pada saat mau lanching pernah instagramnya pernah crash.

C : Kendala dalam membuat konten itu berarti ngestuck ya kak di ide nya

S : Kadang kan konten edukasinya itu kulit sensitive udah, yang lain juga udah. Jadi, agak bingung juga kadang, untungnya dibantu oleh team RnD juga dan kita juga sering brainstorm juga untuk naikin konten apa. Biasanya kita scroll Instagram trus nemu ide untuk dijadikan konten

C : Berarti kakak juga banyak research referensi gitu ya

S : Ya bener, biar engga nge stuck.

C : Biasanya referensinya darimana kak? Apakah sesame brand skincare, atau darimana biasanya?

S : Biasanya dari sesame beauty brand tapi kita hanya terlintas seperti “oh ini lucu” tapi kita modifikasi lagi gitu, lebih versi Somethinc. Dan juga dalam design dan pembuatan konten itukan kita engga boleh plagiat. Kadang konten yang bukan dari beauty brand, bisa terlintas. Misalnya seperti meme bisa kita modifikasi lagi untuk konten Somethinc.

C : Berarti kakak tau content pillar nya Somethinc ini apa aja gitu? Nah itu apakah boleh di kasih tau? Apakah ada perkembangan ide dari tahun ke tahun dari konten pillar di tahun 2020 saat kaka masuk. Ternyata saat 2021 nambah content pillar nya misal

- S : Kalau daridulu kita lebih ke edukasi sama Cuma sekedar photoshoot aja gitu. Kalau engga lebih ke beauty hacks. Kalau sekarang lebih ada tambahan kaya reels, jadi lebih memanfaatkan fitur-fitur dari Instagram ini
- C : Berarti ide konten kakak itu berpengaruh dari perkembangan fitur-fitur di Instagram gitu ya kak
- S : Mungkin garis besarnya seperti itu sih, Cuma ya kita harus mengikuti kalau ada fitur baru pasti orang-orang lebih sukanya explore di fitur baru itu. Misalnya waktu itu awal muncul reels, orang lebih banyak liat ke reels karena baru jadi kita harus ada ide juga untuk nge boost untuk ikut di reels dan engga ngestuck di feeds. Tapi tetap ada konten di feeds dan story ya yang terpenting kita tetap mengikuti trend factors
- C : Kesimpulannya ada pengembangan ide dari tahun ke tahun, dari konten pillar nya itu dipengaruhi oleh trend an juga fitur-fitur Instagram yang terus berkembang. Menurut kaka dari insight yang kakak dapet, konten yang dibuat ini sudah cukup menghibur dan mengedukasi followers kah kak? Misal dari comment atau masukan dari followers melalui DM
- S : Kalau sudah mengedukasi tentunya sudah ya so far. Pasti ada beberapa followers yang baru nambah, jadi itulah pentingnya kita harus tetep jalanin edukasi karena followersnya kan nambah terus dan belum tentu followers lama. Jadi, karena ada followers baru itu makanya kita selalu memberikan edukasi. Jadi kita selalu menganggap bahwa kita harus tetap kasih edukasi, jangan karena kita sudah pernah memberi edukasi jadi kita engga memberikannya lagi. Kita bisa aja angkat dari konten lama tapi kita perbaharui lagi. Karena followers kita setiap hari nambah terus, jadi lebih ditingkatin lagi kearah edukasi ini
- C : Berarti sudah mengedukasi tapi tetap diulang lagi
- S : Benar tetap diulang lagi dengan versi yang lebih fresh lagi. Karena kan bukan hanya followers baru tapi ada followers lama, jadi kita memperbaharui agar lebih fresh lagi dikemasnya
- C : Terakhir nih kak, ada engga kak konten yang jadi permintaan followers tapi belum ada di Somethinc?

- S : Kalau permintaan followers, pasti ada ya tapi tidak menutup kemungkinan kalau kita miss disitu ya. Tapi sampai sekarang tetep berusaha lebih maksimal gitu. Karena kan DM nya Instagram Somethinc itu banyak banget dan engga berhenti. Jadi mungkin pasti ada, tapi tetap kita kejar sambil kita kejar konten-konten yang kita punya juga gitu. Cuma untuk sekarang aku belum kepikiran sih konten apa yang belum bisa kita bikin. Cuma pasti ada sih pastinya
- C : Ada engga sih kak, contoh salah satu konten yang diminta sama followers, terus belum dijalankan atau terbuat gitu misal? Engga ada atau ada kak?
- S : Mungkin untuk sekarang aku bisa bilang engga ada ya, jadi tuh aku piker harusnya ada tapi mostly sudah terkejar. Tapi mungkin ada yang engga terkejar pasti ada, tapi sebagian besar sudah terkejar gitu. Soalnya selama aku pegang Instagram, misalnya ada yang minta untuk buat skincare routine untuk kulit sensitive dong buat yang oily skin. Atau perbedaan niacinamide yang baru dan yang lama apa kaya gitu. Trus langsung kita bikin konten. Trus ada yang nanya juga kenapa ganti packaging. Abis itu kita bikin konten juga. Jadi so far sudah terjawab
- C : Iya kak kalau aku liat dari Instagram Somethinc itu lengkap banget dan jelas sih kak. Bahkan sampai dibuat highlights. Jadi lebih mudah dicarinya
- S : Jadi kita lebih ke edukasi sama di highlight itu jadi setiap kita buat story langsung masukin ke highlights. Karena orang biasanya cari disitu kan. Trus sampai layer pemakaian serum kita ada. Pemakaian skincare dari yang paling cair ke kental kita juga ada semua edukasi tersebut. Jadi bener-bener semua dikontenin gitu. Karena kadang suka ada yang nanya kan, jadi kita langsung jadikan konten setiap pertanyaan followers
- C : Aku juga ngewawancarain konsumen Somethinc dan mereka rata-rata lebih suka ngeliat highlights dibanding feeds. Jadi setiap mereka mau beli, mereka check dulu di highlight gitu kak. Aku Tanya kenapa dengan feedsnya, mereka bilang feedsnya terlalu banyak, sebenarnya lengkap. Tapi, dengan adanya highlight lebih memudahkan mereka gitu kak
- S : Kalau dari sisi konsumennya, terjawab engga permasalahan mereka?

- C : Yang paling disukai konsumen dari konten-konten Somethinc itu dari warna sama konten produk disampingnya ada skin concern ad acara pakainya. Jadi banyak dari mereka yang suka ngebaca lewat gambar gitu kak. Copytext digambar gitu kak daripada di Caption.
- S : Jadi mereka lebih suka kalau penjelasannya lebih feeds gitu ya?
- C : Jadi aku ngewawancarain 5 konsumen Somethinc yang emang udah pake Somethinc dari tahun lalu dan udah follow Instagram Somethinc dari tahun lalu. Nah itu mereka lebih suka rata-rata tulisannya ada digambar, dibandingkan mereka harus baca caption. Dan mereka suka banget sama hasil collab nya Somethinc sama NCT. Mereka pas tahu NCT dibuat selokal mungkin pakai baju SMA osis, mereka suka banget dan menjadi salah satu alasan mereka membeli produk Somethinc.
- S : Nah. Itu rame juga tuh. Mereka suka banget NCT dibuat selokal mungkin, ngomongnya, bajunya juga. Kita juga enggak terus-terusan *posting* konten yang ada NCT juga kan, jadi mereka mungkin ngerasanya langka banget nih, kontennya langka, produknya juga. Eh maksud aku bonus beli produknya, kan kalau beli *bundle* yang NCT dapet photocard tuh. Jadi kemarin konten-konten yang berbaur NCT, mulai dari ‘guess who’ *comment, like, share* nya rame. Sampai udah yang mereka pake baju SMA pun juga rame banget. *Bundle* nya juga kita buat terbatas padahal tapi *sold out* terus,
- C : Hahaha iya kak. Temen-temen ku rame juga tuh pada *share* di story yang mereka jadi anak SMA. Tapi sekarang aku lihat kayaknya bakal ada *brand ambassador* baru nih. Han So Hee kan kak? Hahaha
- S : Aduh, aku ditembak langsung nih. Bingung mau jawabnya apa hahaha
- C : Udah ketebak banget kak itu kupu-kupu pasti Han So Hee. *By the way thank you* ya kak udah ngeluangin buat wawancara hehehe
- S : Aku diem aja deh nanti kamu tahu sendiri. Bentar lagi di *reveal* kok itu hahah. Sama-sama Chyka, semoga cepat lulus ya

Data Pribadi

1. Nama : Shella
2. Umur : 22 tahun
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. Tempat tinggal: Jakarta

Keterangan: C = Chantyka

S = Shella

C : Hallo Shella apa kabar? seperti yang sudah kita bicakarkan via chat ya, gue mau nanya beberapa pertanyaan perihal Somethinc, dari yang pertama yaitu lo tau Somethinc engga? terus boleh ceritain enggak lo tahu dari mana gitu?

S : Awal-awal pandemi gue kan suka main Instagram sama TikTok terus habis itu banyak banget nih selebgram sama beauty vlogger yang mulai review produk nya Somethinc. Terus ya sudah gue mulai cek dari instagram-nya terus habis itu gue lihat review orang-orang, terus ternyata bagus. Ya sudah deh gue mulai tahu dari situ apalagi Somethinc ini brand local kan kayak jarang banget ada brand lokal dan review dari orang-orang tuh bagus

C : Lo follow instagramnya dulu atau gimana?

S : Sudah dari lama gue follow instagramnya

C : Kenapa akhirnya lo nge follow instagramnya Somethinc?

S : Kalau buat gue sendiri sebenarnya karena biar dapat update terbaru saja dari Somethinc. Kayak produk apa yang mau keluar, karena awalnya mereka hanya jual skincare kan dan engga langsung semuanya keluar. Awalnya dari serum dulu baru terus habis dari serum merambah ke mana-mana. Nah tiba-tiba sekarang ngeluarin make up juga. Jadi gue enggak pengen ketinggalan info saja. Jadi gue nge-follow instagram-nya karena menurut gue up to date instagram-nya Somethinc ini.

C : Terus lo ada menemukan sesuatu yang menarik gitu enggak Sel di Instagram-nya Somethinc?

S : Yang menarik menurut gue dari desain post an mereka. Nah, gue pribadi tuh sukanya sebenarnya desain yang simpel-simpel saja sedangkan something ini desainnya ramai banget kalua kita lihat kontennya. Tetapi gue suka karena didalam keramaian desainnya itu mengandung suatu informasi missal satu post isinya produk

dan sampingnya itu ada benefit yang didapat dari produk. Misalnya ingredients-nya apa saja. Menurut gue lumayan menarik karena enggak semua brand nyantumin itu kayak kita harus cari sendiri sedangkan Somethinc enggak. Even mereka enggak naruh itu di kontennya (foto atau di videonya) mereka bisa naruh itu di captionnya

C : Jadi menarik dari sisi visual atau captionnya Shel?

S : Semuanya menarik

C : Menurut lo Shel, konten yang bisa lo pahami itu konten yang kayak gimana?

S : Yang mudah gue pahami itu konten yang setelah gue lihat, gue langsung paham maksud dari pesan konten ini gue ngerti. Konten Somethinc ini mudah dimengerti yang pertama bahasanya yang lumrah dipakai sama orang-orang zaman sekarang dan enggak pakai yang bahasa yang baku atau gimana. Terus yang kedua, enggak ribet dan bertele-tele isi kontennya. Jadi, orang kan sudah kebiasaan malas ya kalau misalnya ngelihat konten yang kayak depannya tuh clickbait ternyata pas dibuka bukan apa-apa tapi kalau misalnya Somethinc ini engga, mereka sudah kasih lihat dari awal kayak “ini loh produk dan benefit dari produk gue”. Sama konten yang menarik menurut gue itu kalau ngeliatnya prefer video dibandingin foto-foto. Soalnya kalau misalnya video kan kita bisa lihat real produk dari brand ini dan ngevisualisasiin dibandingin kalau misalnya foto. Foto kan bisa gampang diedit-edit biar jadi lebih menarik untuk orang-orang melihatnya

C : Oke jadi dari segi caption lo suka pakai bahasa yang lumrah yang sehari-hari dipakai dan konten lebih suka video ya. Kalau dari konten video, apa yang ngebuat lo jadi mudah paham sama isi konten tersebut Shel?

S : Kalau gue dari cara pembawaan talent yang ada di videonya. Mereka kan biasanya selain ngejelasin produk apa, mereka juga sekaligus ngejelasin step-step penggunaan produk tersebut kan. Itu lebih bikin gue ngerti. Kadang kan kalau misalnya lo beli suatu produk, tapi lo cuma tahu kayak produk ini buat A misalnya kegunaannya, tapi lo enggak ngerti cara pakainya, itu kan ngebuat ribet juga. Nanti lo harus cari sendiri di YouTube, gimana cara pakainya yang benar. Sedangkan kalau misalnya dalam satu

video itu si talent yang sudah ngejelasin dari A sampai Z. Jadi itu menurut gue sudah edukatif banget dan informatif buat gue sebagai customer

C : Oke, berarti Somethinc sudah memenuhi itu semua ya Sel. Misal, sudah memenuhi kayak talent-nya sudah menguasai materi dari videonya sampai lo akhirnya paham gitu ya

S : So far iya, kalau yang gue lihat ya

C : Menurut lo konten yang kayak gimana yang layak buat di-share gitu dari orang lain ke orang lain, gitu.

S : Kalau ngomongin konten yang layak sebenarnya balik lagi ke konteksnya kayak apa, misalnya gue sama lo Cing, kita sama-sama suka makanan jadi pasti gue mikirnya yang layak gue share ke lo yang berhubungan tentang makanan dong. Tapi kalau misalnya general konten yang bakal gue share ke teman gue yang pasti pertama informatif. Terus yang kedua selain informatif juga menarik. Misalnya kalau kontennya tentang suatu tempat yang menarik buat dikunjungi makanya gue share kalau kalau misalnya makanan itu tuh kayak appealing banget bentuk makanannya.

C : Oke berarti tergantung konteksnya. Harus informative dan menarik juga ya

S : Sama menurut gue kalau kontennya kontroversial juga bisa gue share ke teman karena bisa jadi bahan diskusi

C : Terus kalau menurut lo kontennya Somethinc itu kontroversial enggak? Atau informatif? Sampai akhirnya lo memutuskan untuk share konten-kontennya Somethinc gitu Shel?

S : Kalau menurut gue kontennya Somethinc lebih ke arah informatif ya dibanding kontroversial soalnya something itu kan kayak benar-benar ngasih semua informasi tentang produknya di konten-kontennya mereka kan, selain itu juga mungkin mereka juga kolab sama beauty-beauty vlogger buat nge-review produk mereka. Jadi biasanya kalau misalnya gue sebagai customer dan juga sebagai penikmat konten-konten beauty vlogger kan suka termakan racunnya ya. Jadi menurut gue marketing-nya mereka bagus gitu loh. Kayak bias kerjasama dengan beauty vlogger yang bias

ngeracunin orang-orang. Makanya karena gue teracuni akhirnya gue nge-share ke orang-orang biar sama-sama kena racun juga.

C : Oke, berarti faktornya dari beauty influencer yang bekerja sama gitu ya sama Somethinc. Kalau dari segi konten kayak visualnya atau pesannya itu paling dari sisi informatifnya aja ya?

S : Iya informasinya karena yang tadi gue bilang di awal Cing sebenarnya dari gue sendiri enggak terlalu suka desainnya Somethinc karena kan ramai banget ya. Sedangkan gue lebih suka yang simpel cuma dari keramaian tersebut terdapat informasinya itu sih yang bisa gue ambil. Terus kalau misalkan kontroversial menurut gue enggak sih Somethinc. Mereka lebih kayak keeping upgrade trend gitu, kalau misalnya lagi trend bikin video pakai lagu Z misal, Nah mereka kayak beberapa hari setelahnya bikin video juga pakai lagu Z. Jadi lebih relate ke orang-orang saja sih kalau misalnya menurut gue.

C : Oke berarti Somethinc keeping upgrade the trend gitu ya. Terus karena lo tadi bilang informatif itu berarti itu bermanfaat juga kan ya? Maksudnya bermanfaat untuk di-share juga buat orang lain? Terus kalau dari lo sendiri dapat manfaat enggak setelah sharing informasi itu yang ada di Somethinc? Misal setelah lo share lo jadi dapet informasi temen lo udah pernah pakai atau belum. Terus nanya apa yang lo rasain setelah pakai produk Somethinc. Jadi kaya bahan diskusi gitu loh setelah lo share konten Somethinc ini ke temen lo

S : Oh iya sih benar. Mungkin biasanya lebih ke bahan diskusi sih sama kalau misalnya gue habis nge-share nih kan itu ada kandungan-kandungannya gitu kan. Gue jadi pengen ngereset sendiri gitu. Sebenarnya kandungan ini kalau misalnya di kulit gue sendiri kaya boleh enggak dicampur sama apa gitu misal. Ya jatuhnya sih diskusi lagi sama teman-teman

C : Terus kalau secara visual kan lo kurang suka ya dengan Somethinc karena terlalu ramai. Tapi, kalau dari segi yang lain kaya konten-konten di Somethinc gitu.

I : Menurut gue kalau yang gue suka dari idenya. Ide setiap konten mereka kayak bikin caption misalnya. Gue suka caption-nya mereka. Terus gue suka cara mereka

mengemas videonya. Terus walaupun desain kontennya tuh ramai banget tapi gue suka cara pemotretan produknya mereka. Jadi produknya tuh memang stand out banget gitu loh Cing. Dan foto-foto dari hasil kulit atau orang-orang yang pakai produk mereka tuh jelas. Itu sih.

C : Berarti lo sukanya dari segi caption-nya, jelas, terus juga produknya stand out ya. Trus Shel, konten yang paling membekas gitu di pikiran lo gitu. Itu konten Somethinc yang mana? Boleh in a good way atau in bad way kayak misalnya good way nya kayak konten yang lucu, menarik, unik gitu. Kalau bad way nya kontennya terlalu ramai. Atau gimana lo terserah

S : Konten yang paling membekas waktu Somethinc collab sama NCT Dream, itukan boyband yang super oke dan itu sempat ramai banget. Awalnya gue liat temen gue yang suka NCT repost gitu. Gue penasaran, gue buka lah. Ternyata lucu ngeliat NCT satu-satu ngomong Bahasa Indonesia yang pasti susah untuk mereka lafalkan kan. Menurut gue itu yang membekas banget sih karena Somethinc ini effort mereka bisa collab trus isi kontennya juga memaksa NCT buat berbahasa Indonesia dan kualitas video plus konsepnya juga bagus banget, dia ngangkat kehidupan anak sekolah yang emang sesuai sama pasar fans NCT banyak yang masih SMA. Jadinya ketawa aja gue Chyk ngeliat mereka kayak gitu.

C : Oke Shel, kira-kira ada enggak konten yang ngebuat lo tertarik untuk ngebeli nih produk gitu. Konten yang ngebuat lo pengen beli. Enggak usah dari Somethinc juga gapapa, kita general aja dulu

S : Kalau isi konten yang paling menarik yang bikin gue pengen beli yaitu konten yang ada real implementasinya gitu loh. Jadi waktu itu gue ngelihat kayak ada suatu konten dari suatu company gitu, dia bikin perjalanan gitu kayak dalam satu minggu atau dua minggu pemakaian produk ini tuh kayak gimana benefits-nya. Nah itu sih yang biasanya bikin gue mau beli ini produk karena menurut gue kan kalau misalnya bikin konten yang kayak one time take gitu, itu kan bisa lo manipulasi kan isinya segala macam kayak lo edit-edit, sedangkan kalau misalnya journey kayak gitu kita bisa lihat real langsung progress-nya tuh kayak gimana. Decision making

- C : Kayak honest review gitu ya, berarti konten-konten testimoni gitu yang ngebuat lo sampai kayak pengen ngebeli gitu. Nah di Somethinc ada enggak konten kaya gitu?
- S : Ada, jadi gue beli product dari Somethinc, sunscreen yang stick gitu kan. Alasan kenapa gue ingin beli waktu itu kontennya Somethinc tuh mereka bikin kayak video orang sudah pakai make up terus tiba-tiba mereka kayak harus apply sunscreen lagi nih. Biasanya gue sudah pakai make up, kalau pakai sunscreen yang biasa kayak jadi dempul kan kayak misal sudah makeup tapi lo tiban sunscreen yang bentuknya kayak lotion gitu pasti ribet banget sedangkan Somethinc ini dicontohin oleh si talent yang sudah makeup terus dia tinggal apply pakai stik gitu terus gue ngelihat kayak keren banget. Jadi kaya enggak pakai apa-apa gitu. Nah itu gue pas ngelihat itu kayak gue harus punya produk ini karena akan ngebantu gue banget di keseharian gue
- C : Oke berarti karena konten video visual dari Somethinc yang kayak real implementasi gitu ya
- S : Iya benar. Oh iya, iklan mereka di Instagram juga lucu banget, unik banget menurut gue. Yang Sun Terror kalau enggak salah gue. Itu unik banget, mereka ngangkat wabah kayak corona gitu. Ada beritanya wabah Sun Terror. Mereka yang nonton berita itu kayak “holy shit, masih ada lagi wabah baru selain corona” tapi mereka ubah holy shitnya jadi holy shield, nama produk sunscreen mereka. Kayak tadi gue bilang, talent yang dipakai SOMethinc juga bagus dan mendalami acting nya jadi lucu-lucuan gitu. Ekspektasi gue jadi tinggi sih sama Somethinc, abis ini apa lagi nih gebrakannya hahaha. dan setahu gue waktu itu produk sunscreen kaya gitu masih jarang walaupun ada harganya pasti mahal. Sedangkan Somethinc waktu itu masih affordable gitu harganya. Benar-benar kayak menyasar kaum remaja
- C : Selain itu ada engga konten review di Instagram-nya dia tuh juga mengaruhin lo Shel? Kalau talent kan memang dibayar, tapi kalau lo lihat kayak testimoni-testimoni gitu tuh lo kepengaruh enggak sih sama testimoni yang ada di Somethinc?
- S : Iya banget, gue suka kemakan racunnya gitu dari orang-orang yang enggak di-endorse dan enggak kerjasama sama Somethinc ya. Kan mereka biasanya juga suka honest review kayak yang tadi gue bilang. Ya itu Somethinc kontennya bisa mempengaruhi gue gitu dengan racun-racun dan kata-kata persekusinya. Menurut gue

kalau misalnya orang yang enggak di-endorse sama Somethinc ataupun enggak kerjasama sama Somethinc kan mereka pasti akan berfikir ya sudah terserah gue mau ngomong apa saja toh gue enggak dibayar ini sama mereka.

C : Oke sudah terjawab ya pertanyaan gue. Jadi akhirnya lo beli Somethinc yang sunscreen stik. Itu lo beli karena lo ngelihat satu konten di mana talent-nya itu reapply sunscreen tapi mukanya enggak dempul gitu kan dan itu yang ngebuat lo kayak suka gitu. Berarti konten yang paling lo suka itu konten real videonya kaya real implementasinya dia gitu ya.

S : Betul sekali Chyk

C : Oke kita lanjut. Shel, sekarang ini masalah kulit lo tuh apa? Trus tipe kulit lo tuh kayak gimana? Kira-kira apa yang bisa lo lakuin buat mengatasi masalah kulit lo?

S : Jadi eh tipe kulit gue ini kombinasi sebenarnya. Jadi kering sama berminyak. Cuma berminyaknya tuh di area T zone. Nah sebelumnya tuh gue pakai sunscreen yang pas gue apply nih, malah bikin muka gue oily banget. Selama beberapa hari tuh muka gue sebenarnya masih enggak kenapa-kenapa. Kalau misalnya seharian cuma kelihatan oily-nya doang. Tapi setelah itu malah jadinya tuh beruntusan. Terus gue tadinya mikir apakah dari skincare gue yang lain nih. Ternyata pas gue coba dulu kayak berapa hari cuma pakai satu skincare. Dan ternyata ketemu masalahnya tuh di sunscreen-nya ini. Nah, terus pas gue lihat si produknya Somethinc, terus habis itu gue juga cari tahu kan tentang ingredients-nya tuh sebenarnya apa saja, kayak aman enggak nih buat kulit gue? Karena kan ingredients tertentu pasti ada yang enggak baik ya buat tipe kulit gue. Terus gue cari tahu, ternyata oke akhirnya gue coba-coba tuh awal-awalnya. Somethinc ini saking ringannya lo kayak enggak berasa pakai apa-apa gitu loh, legit kayak pas lo olesin tuh ya sudah gitu saja enggak bikin muka lo berminyak, enggak bikin muka lo ketarik, cuma bikin muka lo agak kelihatan lebih glowing saja karena sunscreen-nya transparan gitu kan. Nah ini gue sudah pakai selama empat bulanan kalau enggak salah. Trus enggak ada masalah apa-apa sih di kulit gue dan karena sunscreen kan kelihatannya jangka panjang ya Cing. Benefit-nya dimuka gue sampai sekarang memang belum ngerasa ada benefit-nya cuma menurut gue ini ngeprotect gue dari matahari ini. Sama benefit lainnya selain buat kulit gue itu juga mempermudah gue karena bentuknya kecil banget jadi bisa dibawa ke mana-

mana terus kayak bisa di-reapply kapan saja kayak misal habis sholat, olahraga , dan lain-lain. Mungkin menurut gue super duper oke banget sih penemuan si Somethinc ini! Somethinc endorse gue please!

C : Kalau dari kontennya Somethinc itu ada yang ngebantu lo enggak? Jadi lo bisa tahu masalah kulit lo itu apa. Misalnya lo merasakan wajah lo berminyak tapi ada juga keringnya gitu kan. Nah kontennya Somethinc tuh ngebuat lo tahu enggak sih? Jadi kaya tau ternyata bukan cuma berminyak doang, tapi gua juga kering atau bias disebut kombinasi gitu. Konten Somethinc tuh ngebantu lo enggak sih buat cari tahu kulit lo tuh sebenarnya kayak gimana gitu. Nah kalau ada konten yang mana Shel?

S : Itu sebenarnya ada konten yang bawah-bawah kalau misalnya scroll di instagramnya Somethinc pas awal-awal mereka ngeluarin skin care yang masih bentuknya serum. Pas mereka keluarin serum itu Somethinc ngeluarin serum sesuai dengan tipe-tipe kulit lo. Kayak misalnya kulit lo kering cocoknya ini dan mereka enggak cuma bilang kayak nih serum Z buat kulit kering. Mereka tuh awalnya kayak kasih ciri-ciri dulu misal kulit kering bagaimana dan kulit berminyak gimana. Jadi gue bisa tahu kan, oh ternyata kulit gue tipenya kombinasi karena setelah gue amati ini tipe kulit gue mirip sama si ciri-ciri tipe kulit yang ada di kontennya Somethinc ini information search. Terus dari situ Somethinc juga ngasih rekomendasi kalau misalnya tipe kulit lo ini cocoknya pakai produk dari kita yang A, B, C, D, E, gitu

C : Berarti membantu ya, jadi lo bias tahu tipe kulit lo itu gimana ya. Terus lo tuh tau tipe kulit lo itu, masalah dari kulit lo itu tahu tahu cuman dari Somethinc saja, maksudnya cuman tahu dari konten-konten Somethinc saja apa lo kayak research dari sumber-sumber lain gitu? Sampai akhirnya lo tahu masalah kulit lo apa, tipe kulit lo tuh kayak gimana, lo cuma tahu dari konten Somethinc saja atau dari yang lain juga. Kalau iya, dari mana saja gitu?

S : Research dari tempat lain juga karena pertama gue kan suka nontonin video-video di YouTube ya kayak kalau misalnya lo tahu high-ren, dia kan suka ngebahas banyak perihal tipe kulit. Terus jenis skin care yang menurut dia aman atau enggak. Nah tapi dari situ gue cuma mau tahu tipe kulit gue apa bukan kayak jenis skin care yang cocok karena dia sendiri engga certified sebenarnya. Tapi dia tuh ngerti gitu. Terus gue kadang juga nonton video dari dokter-dokter kulit di TikTok. Kaya gue lebih percaya

mereka juga sih. Karena mereka SPKK yang pasti sudah tahu banget ilmunya tentang ini. Gua juga suka nontonin video dari mereka terus habis itu mereka juga edukatif banget videonya. Jadi gua lebih tahu tentang masalah kulit gue. Terus dari situ gue juga research sendiri gue cari-cari sendiri di internet kayak tipe kulit gue sebenarnya ini bukan sih, terus cara nanganin kalau misalnya masalah kulit gue kayak beruntusan nih, nah beruntusan itu tuh sebenarnya kayak nama-nama ilmiahnya apa terus ngatasinnya tuh kayak gimana caranya, cocoknya pakai produk skin care yang ada ingredients-nya apa, terus boleh pakai make up apa enggak. Gitu-gitu sih. Evaluate alternatives

C : Oke berarti lo banyak ya sumbernya rata-rata dari video-video YouTube sama di TikTok kalau misalnya buat referensi cari tahu masalah kulit lo gitu ya. Ohiya tadi lo bilang kalau dibagian bawah-bawah itu ada konten yang ngebantu lo buat cari tahu masalah kulit lodi Somethinc. Itu tuh satu konten saja atau kayak banyak kontennya? Dan menurut lo itu cukup enggak sih buat menambah pengetahuan lo setelah lo lihat mungkin dari TikTok dan YouTube gitu.

S : Cukup dong. Sebenarnya kontennya banyak sih. Enggak cuma satu dua saja tapi kayak rangkaian konten gitu. Misalnya, lo tahu kan kayak dari misalnya di satu feedsnya mereka terus kayak ada sembilan post gitu nah itu bentuknya kayak gitu sih waktu itu cuma diselang-seling kayak konten edukatif terus produk mereka, terus informasi produk mereka gitu-gitu.

C : Konten dari Somethinc tuh ngelengkapin pengetahuan lo enggak susah lo ngeliat video TikTok, video YouTube gitu

S : Cukup buat melengkapi dan convince buat beli produknya

C : Terus setelah lo liat konten-konten Somethinc, lo bisa engga langsung tau kalau produk ini nih yang gue perlu buat wajah gue. Misalnya gitu kayak tadi sunscreen kan setahu gue kan di Somethinc ada tiga tuh ada stik, spray dan krim gitu. Setelah lo lihat konten Somethinc, lo jadi tahu enggak kira-kira mana cocok buat gue gitu, benar-benar setelah lihat konten itu atau lo perlu lihat dari Instagram lain mungkin atau dari video lain gitu yang cocok untuk lo tuh yang kayak gimana. Apakah cukup dari konten Somethinc saja atau lo perlu cari tahu dari yang lain lagi?

- S : Menurut gue dari Somethinc saja tuh sudah cukup sih karena Somethinc juga yang kaya lo bilang tadi ada 3 jenis sunscreen nya terus mereka bikin perbandingannya dari masing-masing produknya gimana. Jadi gue lebih paham gitu. Oh ternyata gue butuhnya produk yang sticky ini dibandingin sama yang dioles dan di-spray tadi. Karena kayak beberapa alasan gitu. Jadi menurut gue Somethinc juga sudah komprehensif dalam meng-campaign-kan produknya mereka buat ke customer-nya.
- C : Lo tahu kenapa lo cocoknya pakai stik karena lo ngelihat video implementasi itu ya, yang paling cocok buat lo tuh yang kayak gitu, karena kan lo suka reapply sunscreen saat lo pakai make up. Dan lo lihat yang paling cocok buat lo tuh yang itu karena ringan gitu kan. Dan enggak ngebuat lo Dempul gitu ya
- S : Iyaaa betul
- C : Shel bagaimana biasanya cara lo buat memutuskan untuk membeli produk. Apakah dibandingin dulu dari harga atau lo lihat dulu kontennya atau misalnya lo cari seri sunscreen dulu baru lo bandingin nih series sunscreen dari itu apa saja. Terus lo cari di produk lain tuh kayak gimana saja. Kayak gimana sih cara proses pembelian lo sampai akhirnya lo memutuskan untuk beli gitu. Faktor sampe lo beli pokoknya
- S : Pertama pasti dari kebutuhan gue, misal kayak sekarang gue lagi butuh cushion. Nah trus gue mikir dulu, gue mau beli cushion produk local atau luar negeri. Kalau misalnya buat sekarang sih gua prefer lokal ya karena lokal itu sudah pada bagus-bagus kan. Nah terus pas gue sudah nentuin untuk beli produk lokal trus gue cari dulu produk local ada apa saja. Misalnya dari brand A dan B, terus dari brand A dan B yang pertama gue bandingin ya kualitas produk, produknya tadi kayak cushion A dan B, kelebihan kekurangannya tuh apa saja, itu pertama. Terus habis itu shade yang mereka punya apa saja, cocok enggak sama kulit gue? Terus kandungan cushion-nya tuh apa karena kan biasanya makeup itu berat ya sedangkan kalau misalnya sekarang tuh banyak make up yang sudah ngandung skin care juga. Sedangkan gue lebih prefer lebih prefer yang ada kandungan skin care-nya gitu, biar muka lo lembap walaupun lo pakai make up. Terus misalnya gua sudah ketemu nih kayak kelebihan dari kekurangan produknya. Terus gue juga bandingin harga mereka masing-masing kayak ini produk bagus tapi kayak mahal banget, kayaknya harus gua coret dari pilihan gue sampai akhirnya gue nemu produk yang oke, terus harganya juga masuk ke budget,

baru deh gue beli. Gue tau kekurangan, benefit masing-masing, dan juga ingredients-nya tuh biasanya cari tahunya lewat konten-konten Instagram official store masing-masing produknya itu yang pertama. Terus habis ngelihat dari konten-konten Instagram-nya gue biasanya nge-share ke teman-teman gue terus nanya ke mereka ada yang pernah pakai produk ini enggak kalau misalnya pernah coba minta review dan recommended enggak menurut mereka. Terus habis nanya ke teman-teman gue, gue juga biasanya nonton-nonton lagi tuh dari orang-orang yang suka nge-review product-product mereka kayak oke enggak nih pas sudah di pakai sama si orang-orang ini. Terus kalau misalnya buat bandingin harganya biasanya gue langsung ke Instagram-nya kan biasanya langsung nge-link ke website official mereka ya. Biasanya langsung ada harga-harganya tuh atau enggak cek di e-commerce yang official store mereka sih.

C : Berarti lo tahunya tuh dari Instagram juga ya untuk cara ngebanding-bandingin produk-produknya gitu. Oke terakhir Shel, setelah lo akhirnya makai produk Somethinc kita balik lagi ke Somethinc-nya ya, setelah lo akhirnya make produk Something ini si sun screen stiknya, lo puas enggak sama hasil yang ada dan yang lo rasain gitu

S : Menurut gue untuk harga segitu dengan ukuran yang segitu gue cukup puas sih sama hasilnya, yang kayak di titik di mana gue bakal rekomendasiin ke teman gue kalau misalnya lo butuh sunscreen dengan jenis dan kebutuhan lo sama kayak gue, bisa gue saranin beli yang Somethinc ini saja karena menurut gue dia tuh sudah okelah buat di level produk ini.

C : Klaim-klaim yang dia tulis di kontennya itu tuh sesuai enggak sih sama apa yang lo rasain sekarang?

S : Kalau dari klaimnya sendiri bener sejauh ini, yang ringan terus transparan enggak bikin Dempul segala macam. Tapi kalau misal yang lebih ke kulit lo kayak misalnya nanti kulit lo bakalan lebih kenyal terus, terhindar dari cahaya matahari, lebih glowing, kayak yang mereka sebut di Instagram tuh. itu gue masih belum lihat karena ya tadi gua bilang sunscreen kan jangka panjang lo enggak bisa kayak empat bulan make nih kayak gue terus langsung kayak kelihatan gitu hasilnya. Paling kelihatan

kalau misalnya gua ada umur empat puluhan. Terus misal ada yang nanya kok gue enggak ada kerutan tinggal bilang aja soalnya pas gue muda pakai sunscreen.

C : Berarti sebagian kelihatan, sebagiannya belum kelihatan karena memang itu kan jangka panjang ya kalau untuk skincare. Oke lo kan puas sama produk Somethinc, akhirnya lo nge-review enggak Sel? Maksudnya meskipun ada beberapa yang enggak terpuaskan gitu sama lo karena masih belum kelihatan. Tapi lo nge-review enggak? Mungkin di Instagram atau mungkin lo review ke teman lo atau kayak gimana gitu?

S : Kalau di sosial media gue enggak sih paling kalau misalnya ke teman-teman gue saja kayak biasanya kan kayak yang tadi gue suka ngajak diskusi, teman-teman gue pun juga suka ngajak diskusi tentang skin care. Terus kalau misalnya mereka nyenggol tentang si sunscreen ini terus ditanya nih pendapat gue gimana, biasanya gue review sih ke teman-teman gue.

C : Oke, tapi misalnya lo kan tadi juga sempat enggak puas tuh, ada beberapa claim yang menurut lo enggak bisa langsung kelihatan gitu, kaya enggak instan gitu kan. Lo kira-kira ada niat untuk mengkomplain enggak ke Somethinc? Misal ini kok enggak kelihatan gitu?

S : Belum sih, kalau gue sekarang. Beda cerita kalau gue beli produk yang makeup terus Somethinc bilang, ini full coverage. Tapi pas gue pakai, cuma medium coverage doang. Nah, itu pasti gue bisa complain, karena kan langsung kelihatan nih hasilnya.

C : Berarti intinya lo tapi tetap nge-review meskipun nge-review-nya sama teman lo bukan di Instagram Somethinc langsung gitu ya. Misalnya kayak nge-tag something gitu enggak ya. Oke, oke deh begitu saja sih sebenarnya pertanyaannya. Thankyou yaa Shel

S : Oke sama-sama Chyka