

BAB II. NATASHA NOX *COFFEE* SERUM

II.1 Kosmetik

Wasitaatmadja (Seperti dikutip Astuti, 2012) Kosmetik adalah barangbarang yang bahan atau campuran bahannya untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan, dimasukkan, dipergunakan pada badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa, dan bukan termasuk golongan berasal dari produsen ke konsumen, yang bukan dijual melalui toko-toko.

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Peraturan Kepala BPOM RI Nomor HK.03.1.23.08.11.07331 tahun 2011 tentang Metode Analisis Kosmetik menyebutkan bahwa kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, dan mengubah penampilan, atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. (JURNAL GAUSSIAN, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Halaman 545-551)

II.1.1 Sejarah Kosmetik Indonesia

Iswari (2013) Kosmetik di Indonesia dikenal pada tahun 1970, Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia mulai mengembangkan dermatologi tentang kosmetologi. Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Sub-Bagian Bedah Kulit dan kosmetik pada bagian ilmu penyakit kulit dan kelamin oleh para dokter Universitas Indonesia.

Pada masa itu banyak kalangan dokter yang menentang dan tidak setuju tentang pendirian Sub-Bagian bedah kulit dan kosmetik itu, karena mengenai perawatan kulit dan kosmetik harus dilakukan oleh orang yang ahli tentang kecantikan. Tetapi pada masa itu banyak orang yang mengalami alergi kulit, iritasi jerawat dan noda hitam karena salah penggunaan kosmetik yang tidak dimengerti dan

tidak jelas, sehingga membuat para dokter semakin mengakui pentingnya pendalaman gabungan kosmetologi dan dermatologi dan pentingnya pendirian Sub-Bagian bedah kulit dan kosmetik. Penelitian yang dilakukan oleh Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia menunjukkan bahwa ilmu kecantikan yang dibawa oleh ahli kecantikan Belanda ke Indonesia semasa penjajahan dulu antara lain pengenalan kosmetik yang mempunyai kandungan minyak yang banyak sehingga membuat lengket pada kulit dan cocok untuk kulit di lingkungan kering dan dingin tidak sesuai bagi kulit orang Indonesia dengan iklim tropis.

Melalui kerjasama dengan lembaga pendidikan, ilmu pengetahuan dan pendidikan masyarakat seperti perguruan tinggi. Departemen kesehatan dan lembaga konsumen, Sub-Bagian Kosmeto dan Dermatologi Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia mengembangkan Kosmeto Dermatologi ke seluruh Indonesia.

II.2 Natasha Skincare

Natasha *Skincare* adalah sebuah perusahaan terkemuka di Indonesia di bidang perawatan kecantikan wajah dengan mengutamakan kualitas dan pelayanan yang baik. Natasha *Skincare* menyadari bahwa setiap individu memerlukan penanganan yang berbeda terutama untuk kulit pada usia remaja, sehingga Natasha *Skincare* mengembangkan produk-produk yang spesifik untuk kategori *teen, man and woman*, Natasha *Skincare* selalu memberikan hasil yang optimal dan aman. Banyak produk yang telah dikeluarkan oleh Natasha *Skincare* seperti masker wajah, serum dan kosmetik yang lainnya. Natasha *Skincare* mempunyai slogan “*Nature Meets Technology*” karena produk-produk Natasha *Skincare* yang tersedia merupakan kombinasi dari bahan-bahan kosmetik alami atau dapat disebut herbal yang disatukan dengan teknologi canggih dengan tenaga-tenaga yang profesional untuk melayani para pasien yang mempunyai keluhan tentang perawatan kulit wajah. Natasha *Skincare* juga menyediakan dokter konsultasi untuk melakukan perawatan kulit wajah sehingga tidak terjadi kesalahan dalam melayani pasien.



Gambar II.1 Perusahaan Natasha Skincare

Sumber : <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/mau-coba-perawatan-di-natasha-skin-care-simak-informasi-selengkapnya-berikut-ini-yuk/b-127477>
(diakses pada 01/05/2021)

II.2.1 Profil Perusahaan Natasaha Skincare

Natasha Skincare merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa klinik kecantikan. Didirikan pada tahun 1999 oleh dr. Fredy Setyawan, ditandai dengan dibukanya klinik Natasha Skincare yang pertama di Jawa Timur tepatnya di Ponorogo, selanjutnya membuka klinik di Madiun dan Surabaya pada tahun yang sama. Pada saat itu Natasha Skincare mendapat respon yang sangat baik dari pelanggan ditandai dengan adanya peningkatan kebutuhan dan perawatan kulit dan membuat Natasha Skincare berkembang dengan cepat, dan meluas ke seluruh Indonesia.

Natasha Skincare mendirikan cabang di Yogyakarta yang berpusat di Jalan Kaliurang Km.5 No.53 Depok, Sleman, Yogyakarta, adapun beberapa cabang Natasha Skincare di Yogyakarta yaitu:

1. Natasha Skincare Jalan Laksda Adisucipto Yogyakarta
2. Natasha Skincare Ambarrukmo Plaza Yogyakarta
3. Natasha Skincare Jalan Brigjend Katamso Yogyakarta
4. Natasha skincare Jalan Sabirin Yogyakarta

Visi :

Menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia di bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang prima.

Misi :

1. Membangun perusahaan terpercaya yang mampu melebihi harapan pelanggan.
2. Meningkatkan kompetensi melalui perbaikan *skill, knowledge, attitude* dengan melakukan pelatihan yang rutin.
3. Melakukan inovasi secara berbeda baik dalam produk maupun teknologi kecantikan, *nature meets technology*.
4. Meningkatkan kerjasama antar divisi.
5. Menciptakan nilai tambah dengan integritas tinggi. Menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia di bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang prima.



Gambar II.2 Logo Perusahaan Natasha Skincare
Sumber : <https://natasha-skin.com/wp-content/uploads/2020/03/logo.jpg>
(Diakses pada 01/05/2021)

II.2.2 Produk Natasha Skincare

Produk yang ditawarkan oleh Natasha Skincare berfokus pada perawatan wajah atau *skincare*. Produk yang dijual sangat beragam, dari mulai *toner*, serum, *day cream*, *night cream* hingga masker. Produk Natasha Skincare sudah terdaftar pada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) jadi aman dari bahan yang

berbahaya dan aman digunakan, jadi para konsumen tidak perlu khawatir atas keraguan bahan apa yang ada pada produk tersebut. Di bawah berikut adalah

The screenshot shows the BPOM website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Produk', 'Sarana', and 'Link' buttons. Below this, a search bar contains the text 'Cari NOMOR REGISTRASI' and a dropdown menu showing 'NA18170100992'. A table displays the search results for 'NOX Coffee Serum'.

NOMOR REGISTRASI	PRODUK	PENDAFTAR
NA18170100992 Terbit: 03-03-2020	By Dr Fredi Setyawan Coffee Serum Merk: NOX Kemasan: botol 40 gram, botol 50 gram, sachet 10 gram, sachet 10 ml, tube ...	DION FARMA ABADI, PT Kab Klaten, Jawa Tengah
NA18170100992 Terbit: 15-03-2017	By Dr Fredi Setyawan Coffee Serum Merk: NOX Kemasan: botol 40 gram, botol 50 gram, sachet 10 gram, sachet 10 ml, tube ...	DION FARMA ABADI, PT Kab Klaten, Jawa Tengah

Below the table, there is a pagination indicator: '10 Data Per-Halaman. Menampilkan 1 - 2 Dari 2 Data.' and a page number '1 Dari 1'.

Gambar II.3 Daftar BPOM Produk Natasha *Skincare*

Sumber :

<https://cekbpom.pom.go.id/home/produk/0pnoe6g5sflna21sjrpfpl32j2/12/row/10/page/0/order/4/DESC/search/0/NA18170100992>
(Diakses pada 01/05/2021)

II.2.3 NOX *Coffee Serum*

NOX *Coffee Serum* adalah serum wajah yang mengandung *extract coffee*. NOX *Coffee Serum* terbuat dari biji kopi hijau yang belum diolah, karena pada biji kopi hijau yang belum diolah kaya akan antioksidan, terutama *Chloro Genat Acid* yang merupakan antioksidan super poten sebab dapat meningkatkan pembentukan antioksidan alami, seperti super oksidan dismutasi, *katalase dan glutathione*.

Kandungan super Poten pada biji kopi hijau mampu mengurangi dampak negatif akibat kerusakan radikal bebas. NOX *Coffee Serum* juga diperkaya oleh *daisy flower extract* dan *beet root extract* yang bermanfaat membantu melembabkan, mencerahkan, serta memberikan efek antioksidan sehingga dapat menjaga kulit dari oksidan bebas penyebab penuaan dini.



Gambar II.4 NOX *Coffee Serum*

Sumber : <https://shopee.co.id/Nox-Coffee-Serum-By-Natasha-Skincare-Dr-Fredi-Setyawan-i.11754510.1820050178>
(diakses pada 01/05/2021)

II.2.4 *Gentle Foam Facial Wash*

Gentle foam facial wash merupakan pembersih wajah yang lembut karena bertekstur *foam*. *Gentle foam facial wash* ini terbuat dari bahan–bahan yang aman karena diproses menggunakan teknologi yang tinggi, bahan–bahan yang digunakan dalam *gentle foam facial wash* ini adalah *Amino Acid*, *Moringa Pterygosperma* dan *Sodium PCA (NMF Factor)* yang berfungsi sebagai berikut :

1. Mengangkat sel kulit mati
2. Membantu mengecilkan pori–pori.
3. Membantu membersihkan komedo pada wajah.
4. Membantu meningkatkan skin tone pada kulit.
5. Meningkatkan kelembaban pada kulit.



Gambar II.5 *Gentle Foam Facial Wash*

Sumber : <https://cf.shopee.co.id/file/201a59e10e02053d847c9c7ab2b1c2ac>
(Diakses pada 01/05/2021)

II.2.5 *Lightening Night Cream*

Lightening Night Cream 20 Gram adalah produk *Natasha Skincare* yang mengandung ekstrak *botanical* yang terbuat dari bahan yang aman, karena diproses menggunakan teknologi tinggi. *Lightening Night Cream* terbuat dari bahan-bahan seperti *Vitamin C*, *Glycrrhiza Glabra root extract*. *Lightening Night Cream* sudah ada di *markeplace* seperti *Shopee* dengan harga Rp. 126.000.

Lightening Night Cream berfungsi sebagai berikut :

1. Membantu mencerahkan kulit wajah.
2. Membantu melembabkan kulit.
3. Membantu dan menjaga kelembaban kulit.
4. Mempunyai anti oksidan untuk kulit.



Gambar II.6 *Lightening Night Cream*

Sumber : <https://natasha-skin.com/wp-content/uploads/2021/01/6101543644493.jpg>
(diakses pada 01/05/2021)

II.2.6 Serum Wajah

Serum wajah adalah sebotol kecil larutan gel berwarna jernih, bertekstur ringan, dan bebas minyak. Sebotol serum mengandung sejumlah bahan aktif, dari mulai berbagai vitamin dan asam, retinol untuk kulit, hingga antioksidan. Produk ini adalah pelembap dengan tekstur yang lebih ringan. Namun, bahan-bahannya memiliki konsentrasi yang lebih tinggi sehingga dapat menembus ke bagian dalam kulit dengan lebih cepat, mudah, dan merata daripada pelembap biasa. Produk kecantikan ini khusus menargetkan isu-isu kulit yang lebih spesifik, misalnya mendorong peremajaan kulit, mencerahkan kulit, serta menyamarkan keriput, jerawat, noda hitam dan hiperpigmentasi, atau rona wajah yang tidak merata.

Fungsi serum adalah sebagai berikut:

1. Serum sebagai produk *anti-aging*,
2. Serum pencerah wajah,
3. Serum pelembap wajah,
4. Serum penangkal radikal bebas,
5. Serum untuk kulit sensitif dan rentan berjerawat
6. Serum untuk memperbaiki tekstur wajah.



Gambar II.7 Serum Wajah

Sumber : [https://encrypted-](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR73jKFoyYWckhwIWS543CwPbLSIub5Z_K8oa-WkDNZpWDq1UpOtB5spBYpTXEMF0-ATlc&usqp=CAU)

[tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR73jKFoyYWckhwIWS543CwPbLSIub5Z_K8oa-WkDNZpWDq1UpOtB5spBYpTXEMF0-ATlc&usqp=CAU](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR73jKFoyYWckhwIWS543CwPbLSIub5Z_K8oa-WkDNZpWDq1UpOtB5spBYpTXEMF0-ATlc&usqp=CAU)

(Diakses pada 01/05/2021)

II.3 Kopi

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo, 2012). Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan, selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara. Rahardjo(2017: 7)

Kopi mulai tersebar ke daerah Arab dan di daerah Arab kopi disajikan sebagai minuman, kopi terkenal mempunyai kandungan *kafein* yang berkhasiat sebagai penghilang rasa kantuk. Kopi juga mempunyai banyak kandungan baik untuk perawatan kulit, karena kopi mempunyai kandungan antioksidan, stimulan dan Asam Klorogenat yang mempunyai manfaat untuk perawatan kulit antara lain:

- a. Mengangkat sel kulit mati.
- b. Menyamarkan bekas jerawat.
- c. Menyamarkan lingkaran hitam di bawah mata
- d. Menyamarkan pori-pori
- e. Mengencangkan kulit

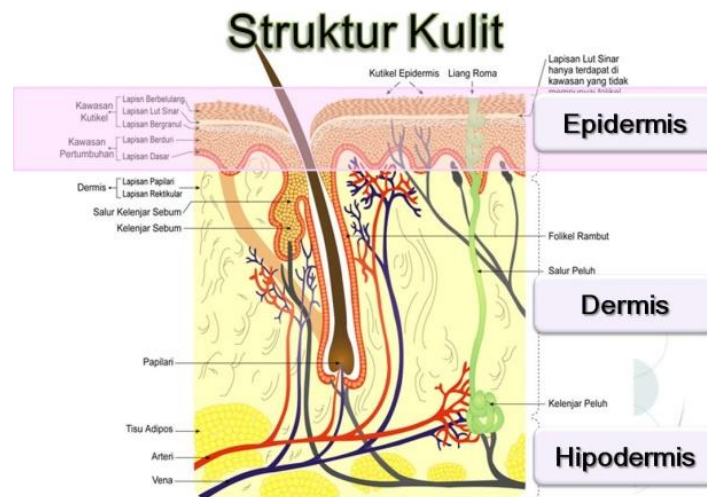
II.4 Kulit

Sayogo, W. (2017) menjelaskan bahwa “Kulit merupakan organ tubuh terluas, berat total berkisar 2,7-3,6 kg dan menerima sepertiga dari volume darah tubuh, ketebalan kulit bervariasi antara 0,5-6,0 mm, terdiri dari sel-sel dan matriks ekstraseluler”. Kulit manusia mempunyai banyak fungsi yang penting terutama sebagai pertahanan garis depan, melindungi tubuh dari berbagai elemen yang berasal dari luar tubuh.

II.4.1 Struktur Kulit

Kulit terdiri atas 3 lapisan utama yaitu epidermis, dermis dan subkutis. Epidermis merupakan jaringan epitel yang berasal dari ektoderm, sedangkan dermis berupa

jaringan ikat agak padat yang berasal dari mesoderm. Di bawah dermis terdapat selapis jaringan ikat longgar yaitu hipodermis, yang pada beberapa tempat terutama terdiri dari jaringan lemak. Kalangi, S. J. (2013).



Gambar II.8 Struktur Kulit

Sumber : <https://www.freedomiana.id/struktur-lapisan-kulit-manusia-beserta-fungsi/>
(diakses pada 01/052021)

II.4.1.1 Epidermis

Kevin Adrian (2018) Lapisan terluar dari kulit ini memiliki ciri khas, yakni proses regenerasi atau pembentukan jaringan sel baru yang berlangsung secara terus menerus, lapisan epidermis ini ini paling tebal berada di bagian telapak kaki. Epidermis terdiri dari lapisan atau stratum, dengan *stratum basal* di bagian paling bawah.

II.4.1.2 Dermis

Kevin Adrian (2018) Lapisan di bawah epidermis ini terdiri dari serat-serat kolagen dan elastin, yang berguna untuk mempertahankan elastisitas kulit. Dermis memiliki ketebalan tertinggi di kulit bagian punggung. Elastisitas kulit berkaitan dengan susunan kolagen dan elastin yang digambarkan seperti tali-temali yang sangat banyak dan saling melintang. Jika tali ini kukuh dan kencang, maka teregang dapat kembali bentuk asalnya.

II.4.1.3 Subkutan

Sel lemak, ujung-ujung saraf, dan pembuluh darah kecil merupakan penyusun dari lapisan terbawah dari kulit ini. Lapisan lemak dibutuhkan sebagai “bantalan” pada kulit untuk melindungi dari tekanan dan benturan. (Buku “SKINCARE 101”, dr. Mufti Anam dan Wardah Nafisah)

II.4.2 Jenis Kulit

Wasitaatmaja (1997) Pada umumnya, keadaan kulit dibagi menjadi 3 jenis yaitu diantaranya :

1. Kulit normal

Kulit normal merupakan kulit ideal yang sehat, tidak kusam dan mengkilat, segar dan elastis dengan minyak dan kelembaban yang cukup.

2. Kulit berminyak

Kulit berminyak adalah kulit yang mempunyai kadar minyak di permukaan kulit yang berlebihan sehingga tampak mengkilat, kotor, kusam, biasanya pori-pori kulit besar sehingga kesannya kasar dan lengket.

3. Kulit kering

Kulit kering adalah kulit yang mempunyai lemak permukaan kulit yang kurang ataupun sedikit lepas dan retak, kaku, tidak elastis dan terlihat kerutan.

II.4.3 Gangguan Kulit

Senka (2020) Bertambahnya usia, paparan polusi dan kotoran, hingga pemakaian produk perawatan wajah yang tidak tepat, menjadi pemicu timbulnya beragam masalah pada kulit wajah kita. Namun, dengan mengetahui masalah pada kulit wajah kita bisa mencegahnya sebelum terjadi, ataupun mengatasinya dengan tepat. Berikut penjelasan dan macam gangguan kulit:

1. Jerawat

Jerawat adalah gangguan pada kulit yang berhubungan dengan banyak faktor yang dapat menimbulkan jerawat karena minyak berlebih. Jerawat terjadi ketika folikel rambut tersumbat oleh minyak dan sel kulit mati.



Gambar II.9 Penyakit Jerawat
Sumber : <https://www.halodoc.com/kesehatan/jerawat>
(Diakses pada 01/05/2021)

2. Flek hitam

Flek hitam pada wajah merupakan kondisi yang wajar yang dapat terjadi di semua usia. Terutama pada musim panas dan pada orang yang berkulit putih. Flek hitam biasa disebut *freckles*. Flek hitam ini terjadi saat kondisi produksi pigmen alami pada kulit meningkat. Penyebab terjadinya flek hitam karena adanya melanin kulit. Melanin adalah pigmen alami yang menentukan warna kulit seseorang. Faktor munculnya flek hitam pada wajah karena kulit sensitif dan langsung terpapar terkena sinar matahari atau sinar *ultraviolet*. Setelah terpapar langsung oleh sinar matahari atau sinar ultraviolet warna kulit akan menjadi gelap dan berbentuk seperti bintik-bintik.



Gambar II.10 Flek Hitam
Sumber : https://akcdn.detik.net.id/visual/2020/08/25/ilustrasi-bintik-hitam_169.jpeg?w=650
(Diakses pada 01/05/2021)

3. Lingkaran hitam di bawah mata

Lingkaran hitam di bawah mata merupakan adanya perubahan warna kulit yang menjadi gelap tepatnya di bawah mata, kondisi ini lebih sering disebut mata panda. Lingkaran hitam di bawah mata tidak berbahaya, namun kebanyakan orang khususnya perempuan ingin menghilangkan lingkaran hitam di bawah mata untuk alasan kecantikan. Penyebab faktor terjadinya lingkaran hitam di bawah mata karena kurangnya tidur, keturunan, penipisan kulit dan kebiasaan mengonsumsi alkohol yang dapat membuat dehidrasi.



Gambar II.11 Lingkaran Hitam di Bawah Mata

Sumber : https://akcdn.detik.net.id/visual/2019/09/11/de0eecd7-cc36-47cb-9d9c-456fd1972724_169.jpeg?w=650
(Diakses pada 01/05/2021)

II.5 Promosi

Promosi digunakan untuk mempertahankan, mendorong, konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa yang dijual oleh suatu perusahaan. Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran, dan cara agar dapat berkomunikasi dengan pasar dan menggunakan bauran promosi. Nitisemito (Seperti dikutip Tamengkel, Tumbel, Wandikbo, 2013) Promosi adalah salah satu bagian dari *marketing* yang memiliki tujuan untuk meningkatkan omset penjualan, dengan cara menarik perhatian konsumen baik langsung maupun tidak langsung (h.3).

Dengan adanya promosi, promosi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang sudah ditentukan targetnya.

Setiap merk yang berhasil pasti di dalamnya ada produk yang berkualitas, tetapi tidak semua produk berkualitas memiliki merk yang berhasil (Rangkuti, F. 2013, h.3). Tujuan yang penting untuk perusahaan adalah bukan mencari pelanggan yang banyak, tetapi bagaimana meningkatkan profit sehingga perusahaan akan berkembang (h.9). oleh karena itu Natasha *Skincare* harus benar-benar mempromosikan NOX *Coffee* Serum agar dapat menjadi seperti dalam penjelasan di atas.

II.6 Instagram

Instagram adalah aplikasi yang dapat mengambil serta mengolah foto dengan fitur filter digital, dan membagikan ke media sosial, termasuk juga Instagram itu sendiri (Rochmawati, 2020, h.2). Instagram dapat juga dapat diartikan sebuah sarana untuk melakukan komunikasi atau bersosialisasi terhadap suatu kelompok atau publik dengan cara berbagi foto dan dapat melihat foto yang diunggah orang lain dengan cepat. Instagram berasal dari kata “insta” yang diambil dari kata “instan” dan “gram” yang juga diambil dari “telegram”. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang resmi diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010, di mana pada hari pertama diluncurkan pengguna Instagram sudah memiliki 25.000 pengguna.

Dalam suatu akun instagram harus memiliki *username* yang di mana *username* ini bersifat tidak dapat sama dengan pengguna lainnya. Di Instagram terdapat profil singkat yang bersikan nama, *username*, *website* dan bio. Instagram memiliki sistem pertemanan yang menggunakan istilah “*following*” dan “*follower*” yang berarti mengikuti dan diikuti. Selain itu Instagram mempunyai fitur untuk *upload* foto atau video, sehingga pada zaman sekarang lebih banyak orang yang berbisnis menggunakan Instagram ini, sehingga mempermudah mengenalkan produknya dengan cara *upload* produknya dengan format foto atau video. Instagram memiliki fitur *story* yang dapat digunakan untuk mengunggah cerita berupa promosi dan

sebagainya, fitur ini mempunyai jangka waktu 1x24 jam sehingga mempermudah orang untuk mempromosikan produk lain di kemudian hari tanpa harus menghapus *story* hari kemarin. Instagram memiliki fitur pesan dengan istilah “*direct message*” yang sangat berguna untuk para pembisnis di Instagram untuk berkomunikasi dengan pelanggannya.

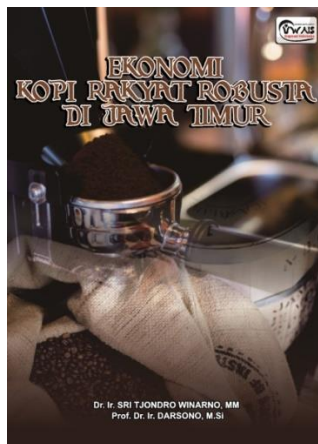
II.7 Analisis Natasha NOX Coffee Serum

II.7.1 Studi Literatur

Studi Literatur dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan informasi tertulis baik berupa buku, arsip, majalah, artikel dan jurnal. literatur adalah suatu bahan bacaan yang dapat dimanfaatkan dalam seluruh kegiatan yang bersifat intelektual maupun rekreasi. (ALA Glossary of Library and Information Science, 1983).

Pada Studi Literatur, perancang mencari literasi informasi mengenai objek atau subjek yang diteliti tentang kopi, *skincare* dan kulit yang berhubungan dan Natasha NOX Coffee Serum dari berbagai sumber.

1. Tjondro, W., Darsono, (2019). Sidoarjo : Uwais Inspirasi Indonesia
Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di Jawa Timur. Di dalam buku ini kita dapat mengetahui informasi tentang sejarah kopi di dunia dan sejarah kopi di Indonesia, selain itu di dalam buku ini banyak informasi mengenai kandungan dan manfaat kopi yang diperlukan perancang.



Gambar II.12 Buku Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di Jawa Timur
Sumber : <https://bukuajar.com/ekonomi-kopi-rakyat-robusta-di-jawa-timur.html>
(Diakses pada 01/05/2021)

2. Anam, M., Nafisah, W, (2018). *SKINCARE 101*. Jakarta Selatan: Qanita
Di dalam buku ini kita dapat mendapat informasi tentang *skincare* dan informasi tentang kulit.



Gambar II.13 Buku *Skincare 101*
Sumber : https://mizanstore.com/skincare_101_64331
(Diakses pada 01/05/2021)

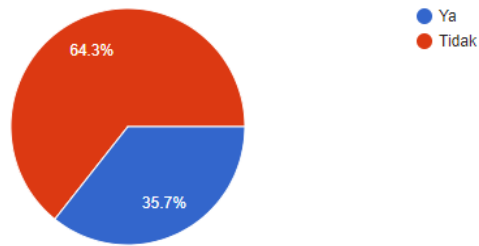
II.7.2 Pengumpulan Data

II.7.2.1 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan alat yang praktis, efisien dan paling banyak digunakan untuk mengevaluasi kegunaan (Jurnal Ergonomi Indonesia, Vol.2 No.1 Juni 2016) Kuisisioner ini disebarakan kepada masyarakat kota besar khususnya kota Bandung. Tujuan kuisisioner adalah untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk melengkapi informasi tentang pengetahuan masyarakat mengenai Natasha NOX *Coffee Serum*. Berdasarkan kuisisioner yang telah dibagikan kepada masyarakat maka diperoleh jumlah responden 56 orang di kota Bandung.

1. Apakah Anda mengetahui Natasha Skincare?

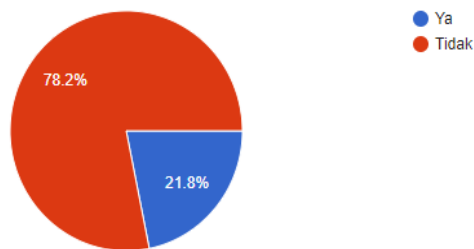
56 responses



Gambar II.14 kuisiner 1
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 01/05/2021)

2. Jika Anda mengetahui Natasha Skincare, apakah Anda mengetahui produk Natasha Skincare yang bernama NOX *Coffee Serum*?

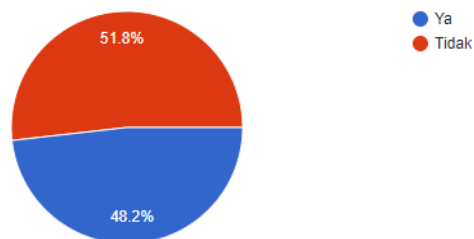
55 responses



Gambar II.15 kuisiner 2
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 01/05/2021)

3. NOX *Serum Coffee* adalah produk dari Natasha *Skincare* yang menggunakan bahan dari kopi, apakah Anda mengetahui kandungan dan manfaat yang ada di dalam kopi untuk perawatan kulit?

56 responses



Gambar II.16 Kuisiner 3
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 01/05/2021)

II.7.3 Analisis 7P

7P atau bauran pemasaran yang merupakan salah satu strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk berupa barang atau jasa, memberikan informasi lebih luas, dan menciptakan sebuah image pada produk agar dapat menarik perhatian konsumen atau audiens. Tjiptono (seperti dikutip Marcelina, Tantra, 2017) Ada pun menurut arti lainnya, bauran pemasaran adalah alat yang dipakai pemasar untuk membentuk karakteristik produk atau pun jasa yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Alat ini berguna untuk menyusun strategi berjangka panjang dan program taktik jangka pendek (h.2). Bauran pemasaran memiliki 7 unsur yaitu *product*, *price*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process*. Berikut adalah bauran pemasaran atau 7P mengenai NOX *Coffee Serum*:

- *Product*
Produk yang dijual sangat beragam dari mulai *toner*, serum hingga masker. Produk yang dipromosikan adalah produk NOX *Coffee Serum* dari Natasha *Skincare* yang mengandung ekstrak kopi dan *daisy flower*. Produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk kosmetik lainnya.
- *Price*
Harga produk NOX *Coffee Serum* yang ditawarkan oleh Natasha *Skincare* adalah Rp 150.000,00 untuk 1 pcs. Nox *Coffee Serum* sudah dijual di pasar *online* seperti shoppe.
- *Place*
Konsumen dapat membeli langsung ke tempat klinik. Karena Natasha *Skincare* sudah memiliki banyak klinik yang tersebar di Indonesia. Untuk alamat klinik yang berada di kota Bandung kosumen dapat mendatangi klinik yang beralamat di Festival *Citylink* No.A05 atau di jl. Supratman No. 84. Konsumen juga dapat membeli secara *online* melalui shoppe.

- *Promotion*

Promotion yang dilakukan berupa potongan harga setiap pembelian produk. Melakukan *give away* untuk menarik hati konsumen dan sering berkomunikasi dengan konsumen melalui media sosial Instagram, memberikan ilmu pengetahuan cara merawat kulit dan berbagai tips lainnya.

- *Physical Evidence*

NOX *Coffee* Serum mempunyai kemasan berupa *box* dus yang berukuran panjang 3,5 cm lebar 3,5 cm dan tinggi 14 cm. Dengan berat 40 gr. Warna pada kemasan di dominasi warna coklat muda. Kemasan tampilan depan terdapat nama produk, dibagian tengah terdapat ilustrasi kopi sebagai unsur bahan yang di guakan produk. Di bagian bawah terdapat logo perusahaan. Dibagian belakang terdapat informasi produk seperti komposisi dan tata cara pemakaian. Dibagian belakang bawah terdapat informasi tempat produksi dan no BPOM yang sudah aman. Di bagian samping sebelah kiri terdapat kadaluarsa.

- *People*

Karyawan Natasha dalam 1 klinik dapat mecapai lebih dari 10 orang. Ada admin yang bertugas menerima konsumen di *lobby*. Ada dokter konsultasi, ada lebih dari 5 orang sebagai perawat yang melayani untuk melakukan praktek perawatan kulit di klinik.

- *Proses*

Produk dibuat dengan bahan-bahan kimia yang sudah aman dan resmi diperbolehkan oleh BPOM. Produk diproduksi di PT. DION FARMA ABADI. Lalu produk dikirim ke cabang-cabang klinik Natasha untuk dijual. Konsumen juga dapat membeli produk melalui *market place online* seperti Shopee.

II.7.4 Analisis Kompetitor

- Serum *Acne* SR12

Serum *acne* SR12 merupakan sebuah produk yang diproduksi oleh perusahaan SR12 *Skincare* yang sudah memiliki izin BPOM. Serum *acne* SR12 adalah serum yang dibuat khusus untuk kulit wajah yang berjerawat. Serum *acne* SR12 mempunyai kandungan kopi, BPO dan Vit B. Serum *acne* SR12 dijual dengan harga Rp 100.000 di beberapa *market place online*. Beberapa manfaat Serum SR12 diantaranya:

- Mengontrol produksi minyak
- Mengobati jerawat secara alami
- Membunuh bakteri
- Mengurangi peradangan
- Membantu membersihkan pori-pori pada kulit wajah



Gambar II.17 Serum *Acne* SR12

Sumber : <https://images.tokopedia.net/img/cache/700/hDjmkQ/2020/10/10/b135e2eb-0315-4d84-8faa-0b0164c82afc.jpg>
(Diakses pada 01/05/2021)

- Serum Kopi Loveina

Serum kopi loveina merupakan serum yang diproduksi oleh brand yang bernama loveina namun belum memiliki izin BPOM. Serum kopi loveina

ini dijual di berbagai *market place* yang ditujukan untuk membantu orang yang memiliki masalah kulit terutama yang berjerawat dan yang memiliki mata panda yang hitam. Beberapa klaim yang digunakan oleh serum kopi loveina, yaitu :

- Membantu menghilangkan bekas jerawat dan flek hitam
- Membantu menghilangkan mata panda
- Membantu menghilangkan kerutan di wajah
- Membantu mengurangi kantung mata



Gambar II.18 Serum Kopi Loveina

Sumber : <https://cf.shopee.co.id/file/951418988b090e474f92230626f09925>
(Diakses pada 01/05/2021)

II.7.5 Resume

Berdasarkan hasil analisa perancang, dengan didapatnya studi literatur dan dari data kuisisioner dapat disimpulkan bahwa NOX *Coffee Serum* harus lebih dipromosikan supaya khalayak tertarik dan membeli produk dari Natasha *Skincare*.

II.7.6 Solusi Perancang

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka perlu dibuatnya media yang dapat mempromosikan produk NOX *Coffee* Serum dari Natasha *Skincare*, sesuai dengan permasalahan yang ada, perancang memilih media poster untuk sosial media Instagram untuk menjadi solusi, karena dengan adanya poster promosi dapat menyeimbangi video promosi produk NOX *Coffee* Serum dari Natasha *Skincare*.