

BAB 2

DESKRIPSI OBJEK

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah kampanye mengenai lingkungan yang diselenggarakan oleh salah satu perusahaan kecantikan di Indonesia, yaitu Green Beauty dari Garnier Indonesia. Garnier sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan, telah memulai langkahnya dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini diimplementasikan dalam kampanye yang bertajuk Green Beauty, yang menjadi tanda Garnier untuk melakukan transformasi pada rantai bisnisnya menjadi lebih bersahabat dengan lingkungan (Garnier, 2020). Pelaksanaan kampanye Green Beauty diharapkan dapat memberikan citra baik bagi perusahaan dan efek perubahan sosial kepada masyarakat menjadi pribadi yang lebih peduli mengenai isu lingkungan. Penelitian ini secara khusus membahas mengenai perbedaan respons yang diberikan oleh *audience* terhadap pesan kampanye Green Beauty, Garnier Indonesia. Bab ini akan berisi mengenai profil Garnier Indonesia, penjelasan mengenai kampanye Green Beauty, dan bentuk implementasi dari pelaksanaan kampanye tersebut.

A. Garnier



GAMBAR 2. 1 Logo Garnier

Sumber: Garnier, 2020

Garnier merupakan salah satu dari 27 *brand* kecantikan yang berada di bawah naungan perusahaan L’Oreal Paris. *Brand* tersebut dikelompokkan menjadi empat bagian atau yang disebut dengan divisi. Keempat divisi tersebut dibuat untuk saling melengkapi satu sama lain, serta memperhatikan kebutuhan pasarnya masing-masing (L’Oréal.com, n.d.). Salah satu dari keempat divisi tersebut adalah *Consumer Product Division*, dimana Garnier menjadi salah satu *brand* yang termasuk dalam divisi tersebut. *Consumer Product Division* memiliki fokus untuk memberikan keindahan yang terbaik serta kecantikan yang berkelanjutan, menciptakan produk yang dapat diakses oleh setiap orang didunia (L’Oréal.com, n.d.). Divisi tersebut berusaha untuk “*Holds the World’s #1 Beauty Brand with L’Oreal Paris*”. Garnier sebagai salah satu *brand* yang berada di *Consumer Product Division* berhasil menyanggah predikat *the #1 natural brands*.

Garnier didirikan oleh Alfred Amour Garnier pada tahun 1904 dan berpusat di Blois, France dengan nama *Laboratoires Garnier*. Produk pertama yang dikeluarkan adalah produk untuk rambut yang terbuat dari bahan alami

dan produk tersebut diberi nama *Lotion Garnier* (Garnier.co.uk, n.d). Produk tersebut akhirnya menjadi *best seller* dan menjadi pemantik Garnier untuk terus berinovasi. Sekitar tahun 1970-an Garnier secara resmi diakuisisi oleh L'Oreal, setelah proses akuisisi ini Garnier mulai mengembangkan produknya dari yang semula berfokus pada produk perawatan rambut berkembang menjadi produk perawatan kulit (Dinisari, 2020).

Pada tahun 1995 Garnier berhasil menjadi merek internasional, dengan menghadirkan produk perawatan kulit dan rambut yang tersedia bagi perempuan dan laki-laki (Garnier.co.uk, n.d.). Garnier terus mengalami perkembangan, dengan meluncurkan berbagai inovasi produk. Berikut rangkaian produk dari Garnier:

TABEL 2. 1. Produk Garnier Indonesia

No	Nama Produk	Logo	Deskripsi
1	Garnier Bright Complete		Perawatan wajah untuk menghilangkan kulit kusam dan noda hitam
2	Garnier Sakura Glow		Perawatan wajah untuk memberikan hasil kulit <i>Glowing</i> cerah merona.

3	Garnier Micellar Cleansing Water		Pembersih <i>makeup</i> .
4	Garnier Mask		Masker wajah dengan kandungan alami untuk menutrisi wajah.
5	Garnier Fruits		Perawatan rambut seperti <i>shampoo</i> , masker rambut, dan <i>conditioner</i> .
6	Garnier Color Naturals		Perawatan rambut secara spesifik adalah produk cat rambut.
7	Garnier Men		Rangkaian produk, perawatan wajah untuk pria.
8	Garnier Pure Active		Rangkaian produk untuk mengatasi masalah jerawat pada kulit berminyak dan sensitif.

Sumber: Garnier.co.id, n.d

B. Green Beauty



GAMBAR 2. 2. Logo Garnier Green Beauty

Sumber: Garnier, 2020

Menanggapi isu lingkungan yang mencuat beberapa tahun terakhir, Garnier berkomitmen untuk terlibat dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut. Hal ini dilakukan melalui program Green Beauty yang diluncurkan pada tahun 2020, merupakan komitmen Garnier untuk menjadi pionir dalam industri kecantikan dan berkontribusi untuk menjadikan lingkungan lebih sehat dan bersih (Garnier, 2020). Disampaikan oleh Adrien Koskas selaku Global President Garnier, Green Beauty ini akan mengubah cara Garnier berbisnis dengan berusaha mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan berupaya untuk menciptakan masa depan yang berkelanjutan (L'Oréal.com, n.d.). Program tersebut merupakan komitmen Garnier untuk keberlanjutan dan merupakan transformasi rantai bisnis mulai dari *manufacturing, formula, packing* (Garnier.co.id, n.d.).



GAMBAR 2. 3. Transformasi Garnier Green Beauty menuju keberlanjutan

Sumber: Garnier, 2020

Gambar 2.3 menunjukkan transformasi yang akan dilakukan Garnier melalui program Green Beauty. Berikut penjelasan terkait komitmen tersebut (Garnier, 2020):

1. Menggunakan lebih banyak *green science* dan formula ramah lingkungan.

Makna *green science* disini adalah memanfaatkan alam untuk mendukung ilmu pengetahuan. Penerapan *green science* ini ditujukan kepada *ingredients* atau bahan yang digunakan dalam produk Garnier.

Garnier berusaha menggunakan bahan dasar yang ramah lingkungan agar dapat mengurangi limbah dan emisi karbon yang dihasilkan.

2. Menyediakan lebih banyak produk dari hasil/ proses daur ulang.

Pada tahun 2020, Garnier berhasil menghemat 9.091 ton plastik baru akibat dari penggunaan plastik daur ulang, serta 54% plastik berbahan PET (*Polyethylene Terephthalate*) yang umum digunakan untuk wadah kosmetik merupakan hasil dari proses daur ulang. Pada poin kedua ini lebih ditujukan kepada kemasan produk Garnier. Tujuan utamanya adalah mengganti kemasan produk yang dulunya berupa plastik baru (*virgin plastic*) untuk nantinya diubah dengan plastik daur ulang. Garnier menargetkan pada tahun 2025 tidak akan menggunakan plastik baru lagi dan seluruh kemasan plastik dapat digunakan kembali.

3. Lebih banyak sumber energi terbarukan.

Garnier berupaya untuk mewujudkan konsep pabrik berkelanjutan, yaitu pabrik yang telah menggunakan energi terbarukan dan karbon netral. Artinya berupaya menciptakan lingkungan produksi yang lebih bersahabat dengan lingkungan. Beberapa hal diupayakan diantaranya mengurangi produksi emisi karbon dioksida (CO₂) dan

konsumsi air. Pada tahun 2020 Garnier telah berhasil melakukan pengurangan emisi CO₂ sebanyak 69% dan konsumsi air sebanyak 53%. Fokus utamanya adalah menjadikan semua lokasi industri dengan karbon netral dan menggunakan energi terbarukan (biomassa bio-metanisasi, panel surya, dan lain sebagainya).

4. Mendapatkan persetujuan resmi dari lembaga Cruelty Free International.

Cruelty Free International merupakan lembaga yang menentang penggunaan hewan dalam uji coba laboratorium. Garnier telah berhasil mendapatkan predikat *The Leaping Bunny* oleh organisasi tersebut. Predikat tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan secara keseluruhan tidak melibatkan penggunaan hewan dalam pengujiannya. Persetujuan ini melibatkan seluruh produk tanpa terkecuali. Dengan diperolehnya predikat *The Leaping Bunny*, menjadi langkah besar yang diambil Garnier untuk meningkatkan kesejahteraan hewan.

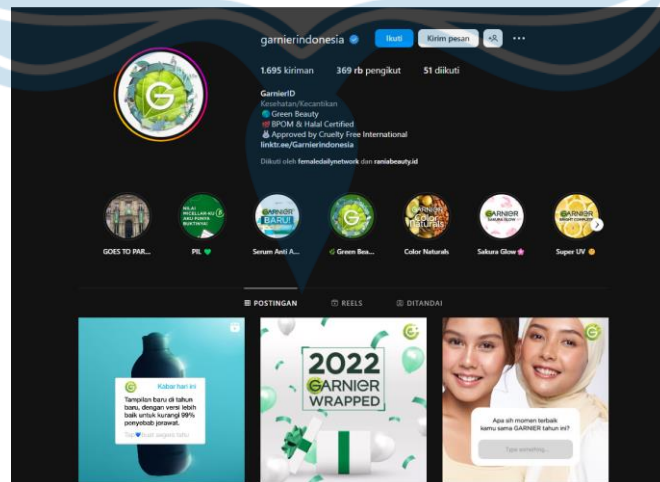
5. Lebih banyak *solidarity sourcing*.

Solidarity sourcing didefinisikan sebagai upaya memberdayakan komunitas (contoh: petani, pekerja) dan memberikan

mata pencaharian guna meningkatkan pendapatan mereka. Selama tahun 2020, Garnier telah berhasil memberdayakan 787 komunitas, dan pada tahun 2025 diharapkan dapat bertambah jumlah menjadi 1.000. Pemberdayaan ini dilakukan diseluruh wilayah Garnier beroperasi salah satunya Indonesia.

C. Pesan Kampanye

Media sosial menjadi salah satu *platform* yang digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye, salah satunya Instagram. Hal inilah yang dilakukan Garnier, dengan memanfaatkan Instagram mereka menyampaikan informasi mengenai program Green Beauty. Gambar 2.4 dibawah ini menunjukkan tampilan dari akun Instagram Garnier Indonesia.



GAMBAR 2. 4. Akun Instagram Garnier Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Melalui akun Instagram tersebut, Garnier membagikan komitmen Green Beauty yang sedang mereka jalankan. Unggahan pertama mengenai Green Beauty dimulai pada 28 September 2020. Unggahan tersebut dimulai dengan memberikan petunjuk awal mengenai program tersebut, pengumuman resmi yang diikuti dengan penyampaian lima pilar komitmen Garnier dalam pelaksanaan program Green Beauty. Kemudian diikuti dengan tanggapan yang disampaikan oleh perwakilan perusahaan baik mereka yang mewakili induk perusahaan (L'Oréal) maupun dari Garnier. Serta yang tak kalah penting adalah unggahan terkait *official video campaign* Green Beauty. Berikut beberapa unggahan dari akun Instagram Garnier Indonesia terkait program tersebut.



GAMBAR 2. 5. Screenshot unggahan pertama terkait kampanye Green Beauty pada Akun Instagram Garnier Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Gambar 2.5 merupakan unggahan pertama Garnier Indonesia terkait program Green Beauty yang mereka jalankan, tepatnya pada tanggal 28 September 2020. Pesan yang disampaikan dalam unggahan tersebut terdiri dari, video, foto, dan *caption*. Video yang ditampilkan berupa animasi bumi yang berputar dan foto berisikan kalimat singkat terkait komitmen Garnier. Sedangkan pada bagian *caption*, tertera sebagai berikut:

“Girls, tahukah kamu dampak apa saja yang telah dihadapi bumi kita?

Keberlangsungan sumber daya alam bergantung pada kita agar generasi berikutnya dapat terus manfaatnya! *Small acts can start now. Today, we make a big impact for the future!*

Karena itu Garnier Indonesia berkomitmen untuk melakukan langkah baik bagi kita semua. Seluruh proses produksi dari hulu ke hilir akan mengalami transformasi yang bertujuan untuk mendukung kelestarian alam!

Siapa yang sudah gak sabar disini? Coment dibawah ini ya dan nantikan terus informasi lebih lanjut tentang gebrakan besar dari Garnier ya *Girls*”

Caption unggahan tersebut menjelaskan mengenai tindakan yang dilakukan oleh Garnier Indonesia untuk menjaga kelestarian alam. Hal ini ditunjukkan pada bagian *caption* menyinggung mengenai dampak yang dihadapi oleh bumi, juga terdapat kalimat “*Today, we make a big impact for the future*”, yang artinya membuat dampak besar bagi masa depan. Hal ini dilakukan dengan menjaga alam untuk keberlanjutan kehidupan generasi selanjutnya.



GAMBAR 2. 6. Screenshot unggahan kedua terkait kampanye Green Beauty pada Akun Instagram Garnier Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Kemudian pada tanggal 29 September 2020, terdapat unggahan kedua dari Garnier Indonesia mengenai program Green Beauty. Unggahan tersebut telah secara eksplisit menjelaskan mengenai kegiatan tersebut. Unggahan ini berbentuk *carousel* yang terdiri dari enam foto sekaligus. Lima foto lainnya menjelaskan lima upaya Garnier untuk menyukseskan program tersebut. Pesan yang disampaikan dalam unggahan tersebut terdiri, foto dan *caption*. Foto yang ditampilkan berisikan lima pilar komitmen Garnier dalam program Green Beauty. Berikut *caption* dari unggahan tersebut.

Hi Girls, it's finally here and we are proud to announce that we are committed to Green Beauty!

Garnier berkomitmen untuk menciptakan dampak positif menuju keberlanjutan untuk semua orang dan untuk bumi. Caranya adalah dengan melakukan transformasi di rantai bisnis kami: memilih serta menggunakan bahan-bahan yang lebih *sustainable* (berkelanjutan) dan ramah lingkungan, lalu diolah menjadi produk hingga sampai ke tanganmu dan bisa diakses semua orang.

Penasaran sama gimana komitmen Garnier hingga tahun 2025? Yuk klik link di bio!

Caption dalam unggahan tersebut memberikan pengumuman resmi terkait program Green Beauty. Hal ini ditunjukkan pada kalimat pertama *caption* tersebut yang bertuliskan “*We are proud to announce that we are committed to Green Beauty*”, artinya Garnier dengan bangga menyampaikan bahwa mereka telah berkomitmen dengan Green Beauty. Pada *caption* juga dijelaskan sedikit mengenai upaya yang akan mereka lakukan untuk mewujudkan program tersebut.



GAMBAR 2. 7. Screenshot unggahan ketiga terkait kampanye Green Beauty pada Akun Instagram Garnier Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Masih pada bulan yang sama, tepatnya pada 30 September 2020, unggahan ketiga terkait program Green Beauty diunggah oleh Garnier. Pesan yang disampaikan dalam unggahan terdiri foto dan *caption*. Foto yang ditampilkan adalah tanggapan yang diberikan oleh perwakilan perusahaan mengenai program Green Beauty. Berikut *caption* dari unggahan tersebut.

Manashi Guha, General Manager Consumer Product Division L'Oréal Indonesia, juga turut memberikan komitmennya. Dengan dukungan dari masyarakat serta Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, mari menciptakan Indonesia yang lebih hijau!

#GarnierGreenBeauty #GreenBeauty

Caption dalam unggahan tersebut menjelaskan komitmen Garnier dalam program Green Beauty. Serta mengajak masyarakat dan lembaga pemerintah (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) untuk turut berpartisipasi dalam program tersebut. Sama halnya dengan unggahan sebelumnya, pada unggahan tersebut juga tercantum *hashtag* #GarnierGreenBeauty #GreenBeauty.



GAMBAR 2. 8. Screenshot unggahan keempat terkait kampanye Green Beauty Akun Instagram Garnier Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Pada tanggal 1 Oktober 2020 terdapat unggahan yang berisi tanggapan dari perwakilan perusahaan terkait pelaksanaan program Green Beauty. Perbedaan dari unggahan sebelumnya adalah perwakilan perusahaan pada

unggahan ini, adalah Marketing Director dari Garnier Indonesia. Artinya ia secara langsung bertanggung jawab dengan *brand* Garnier. Sedangkan pada unggahan sebelumnya merupakan General Manager Consumer Product Division L'Oréal Indonesia, yang mana bertanggung jawab pada divisi Consumer Product L'Oréal dan faktanya tidak hanya Garnier yang berada dalam divisi tersebut melainkan ada 11 *brand* lainnya. Berikut *caption*nya:

Pandu Brodjonegoro, Marketing Director Garnier Indonesia ingin mengajak teman-teman Garnier untuk juga memulai komitmen Green Beauty. Kontribusi yang besar bisa dimulai dengan langkah kecil di sekitar kita, misalnya mulai dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai atau mendaur ulang sampah kemasan di rumahmu. Apalagi sekarang berkat aplikasi eRecycle kita bisa lebih mudah mendaur ulang. Yuk download aplikasi eRecycle dan kami akan jemput sampahmu di rumah. Siapa yang sudah download aplikasinya? Share di comment ya :)

#GarnierGreenBeauty #GreenBeauty

Caption dalam unggahan tersebut selain mengajak masyarakat untuk turut terlibat dalam komitmen Green Beauty, namun juga memperkenalkan upaya Garnier untuk merealisasikan program tersebut. Dalam *caption* tersebut, kerap kali disebut aplikasi eRecycle, sebagai aplikasi penyedia jasa penjemputan sampah yang bekerja sama dengan Garnier untuk meluncurkan program daur ulang melalui *platform online* (Garnier.co.id).



GAMBAR 2. 9 Screenshot unggahan kelima terkait kampanye Green Beauty pada Akun Instagram Garnier Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Gambar 2.9 merupakan unggahan Garnier Indonesia, pada tanggal 4 Oktober 2020. Unggahan tersebut dapat dikatakan sebagai *official campaign* video dari Green Beauty. Pesan kampanye yang disampaikan terdiri dari video animasi dan *caption*. Video berdurasi satu menit tersebut, memuat informasi seperti langkah Garnier untuk memperbaiki rantai bisnis mereka menjadi lebih hijau. Serta adanya efek 3D yang semakin mempercantik visual dari *campaign* video tersebut. Sedangkan pada bagian *caption* tertulis sebagai berikut:

Garnier Green Beauty.

Hai *Girls*, udah tau kan saat ini Garnier berkomitmen menuju Green Beauty untuk menciptakan dampak positif menuju keberlanjutan untuk semua orang dan untuk bumi kita? Garnier melakukan transformasi di seluruh rantai bisnis mulai dari proses produksi hingga kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Dengan gerakan #GreenBeauty ini, Garnier memiliki 5 pilar baru yaitu: memberdayakan komunitas untuk mendapatkan bahan, mengembangkan formula yang ramah lingkungan, mengurangi plastik pada kemasan, mengurangi emisi karbon dan bekerja sama dengan lembaga-lembaga pengolahan plastik untuk daur ulang kemasan.

Nah tau nggak kalau karakter di video ini dibuat melalui proses daur ulang dari komunitas ITB dan ditambahkan dengan teknik *stop motion* + efek 3D jadilah video Garnier Green Beauty ini.

Share pendapat kalian waktu nonton video ini yuk dan jangan lupa untuk join #GreenBeauty movement ya, dan *download* aplikasi eRecycle untuk mendaur ulang sampah kemasan!

#Garnier Green Beauty

Caption tersebut menjelaskan mengenai program Green Beauty yang dijalankan oleh Garnier dengan lima komitmen mereka. Serta menjelaskan mengenai pembuatan video tersebut. Pada *caption* dijelaskan bahwa karakter dalam video tersebut merupakan hasil proses daur ulang. Terdapat kata “*stop motion*” yang dapat diartikan sebagai sebuah teknik yang membuat benda mati seolah-olah dapat bergerak sendiri atau hidup. Pada akhir *caption* disertakan *hashtag* #GreenBeauty, yang menjadi tanda terkait program tersebut.