Analisis Video Likes to Video Views Ratio Instagram Pada 5 Merek Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021

Arti Amartya Pratiwi

artiamartya999@gmail.com

ABSTRACT

Instagram is a social media application developed by Kevin Systrom and Mike Krieger who are members of the Burbn.Inc company. Instagram is a photo and video sharing service application that allows users to take photos, videos, and give them filters and then share them by uploading them on social media. Currently, there are more than 90 million Instagram social media users in the world as a means to shop online. Instagram is getting a lot of attention because it provides an opportunity for companies to make Instagram a marketing platform. One of the companies that is currently busy on Instagram is a company that is engaged in skincare. The 5 Best Local Skincare Brands in 2021, including: Whitelab, Avoskin, Somethinc, Lacoco, and For Skin's Sake. The purpose of this study is to determine the credibility of the performance of the Instagram accounts of the 5 Best Local Skincare Brands in 2021. The method of this research is to use a quantitative exploratory method. The results of this study indicate that the skincare brand For Skin's Sake is ranked first and has good account performance credibility.

ABSTRAK

Instagram merupakan aplikasi sosial media yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan Burbn.Inc. Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto dan video yang memungkinkan user untuk mengambil foto, video, dan memberikannya filter lalu menyebar luaskannya dengan mengunggah di media sosial. Saat ini, pengguna media sosial Instagram ada lebih dari 90 juta di dunia sebagai sarana untuk berbelanja *online*. Instagram banyak dilirik karena memberikan peluang kepada perusahaan untuk menjadikan Instagram sebagai media pemasaran. Salah satu perusahaan yang sedang ramai saat ini pada Instagram adalah perusahaan yang bergelut dibidang *skincare*. Adapun 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021, antara lain yaitu: Whitelab, Avoskin, Somethinc, Lacoco, dan For Skin's Sake. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kredibilitas performa dari akun Instagram 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021. Metode penelitian ini adalah menggunakan metode eksploratif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa merek *skincare* For Skin's Sake mendapatkan peringkat pertama dan memiliki kredibilitas performa akun yang baik.

Keyword: *Social Media Marketing; Social Media Instagram; Credibility Account Instagram; Merek Skincare Terbaik Tahun 2021; Video Likes To Video Views.*

1. PENDAHULUAN

Teknologi merupakan hal yang tidak pernah berhenti berkembang, hal itu terjadi karena manusia selalu mencari cara dalam mempermudah dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Salah satu teknologi yang perkembangannya cukup pesat adalah komunikasi. Komunikasi merupakan suatu kebutuhan pokok bagi manusia karena dengan adanya komunikasi mereka dapat menyampaikan pesan dan juga informasi kepada target dari komunikasi itu sendiri.

Saat ini komunikasi tidak hanya berfokus kepada tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara *online* dan *one to many* (dari satu orang ke banyak orang). Hal tersebut memudahkan kita dalam memberikan informasi kepada orang lain dengan menghemat waktu dan tenaga serta uang. Salah satu media yang digunakan untuk berkomunikasi adalah media sosial. Semakin maraknya media sosial yang muncul pada akhir-akhir ini misalnya Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Twitter membuat para penggunanya lebih banyak menghabiskan waktu untuk berkomunikasi secara *online* daripada bertemu langsung (Qurniawati, 2018).

Salah satu media sosial yang banyak diminati oleh kaum milenial adalah Instagram. Instagram sendiri dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu Burbn.Inc (Ma'ruf, 2017). Lebih dari 1 miliar orang kini menjadi pengguna aktif Instagram (Putu & Permana, 2021). Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial (Prihatiningsih, 2017). Hal tersebut membuat Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh masyarakat sebagai wadah untuk membagikan berbagai informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna Instagram. Tidak hanya itu, kini media Instagram banyak dilirik karena memberikan peluang kepada perusahaan untuk menjadikan Instagram sebagai media pemasaran. Salah satu perusahaan yang sedang ramai saat ini pada Instagram adalah perusahaan yang bergelut dibidang *skincare*. Adapun 5 Merek Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021, antara lain yaitu: Whitelab, Avoskin, Somethinc, Lacoco, dan For Skin's Sake (5 Merek Skincare Lokal Terbaik Di Tahun 2021, 2021).

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif kuantitatif, dan akan menghitung menggunakan rasio-rasio yang ada pada Instagram. Pada penelitian (Putu & Permana, 2021) menjelaskan bahwa terdapat 14 rasio yang ada pada sosial media Instagram dan relevan digunakan sebagai media ukur kredibilitas akun yang ada. Penelitian ini hanya berfokus untuk menghitung kredibilitas *Video Likes to Video Views Ratio* pada 5 Merek Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kredibilitas performa dari akun Instagram 5 Merek Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021 menggunakan *Video Likes to Video Views Ratio*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dari waktu ke waktu, perkembangan teknologi sangat tidak terduga. Yang awalnya hanya dapat berkomunikasi dengan mendengar suara, kini kita dapat berkomunikasi dengan melihat wajah secara *real time*. Perkembangan yang pesat ini sangat mengundang antusiasme masyarakat, terlebih saat ini semua aspek dapat dijangkau dengan lebih mudah. Seperti pendidikan, kesehatan, berita terkini, hingga perdagangan pun kini dapat diakses dari rumah. Media sosial adalah salah satu media yang memiliki andil besar dalam perkembangan teknologi ini, antara lain ada Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, WhatsApp dan lain sebagainya.

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto dan video yang memungkinkan user untuk mengambil foto, video, dan memberikannya filter lalu menyebarkannya dengan mengunggah di media sosial (Ramadan, 2021). Saat ini, pengguna media sosial Instagram ada lebih dari 90 juta di dunia sebagai sarana untuk berbelanja *online* (Arifuddin & Irwansyah, 2019). Oleh karena itu, Instagram berubah menjadi sebuah layanan yang memungkinkan terjadinya *social shopping*, yang merupakan konsep dimana pengguna media sosial mendapatkan pengaruh untuk membeli sebuah barang karena saran dari teman, keluarga, atau selebritis yang mereka *follow* pada Instagram (Arifuddin & Irwansyah, 2019).

Instagram dirasa memiliki pengaruh cukup penting dalam sebuah akun khususnya untuk bidang *marketing*. Hal tersebut akan mempengaruhi kualitas dari sebuah akun tersebut. Namun tentunya peran kreativitas dibalik postingan-postingan pada akun Instagram juga memiliki andil penting dalam meningkatkan kualitas akun itu sendiri. Semakin menarik suatu foto atau video yang diunggah, maka akan semakin banyak pengguna yang akan melihat dan juga memberikan komentar terhadap postingan tersebut. Kualitas dari sebuah akun Instagram dapat diukur dari tingkat performa yang dihasilkan secara matematis. Dalam mengukur performa tersebut, diperlukan skala pengukuran yang tertuang ke dalam rasio.

3. METODE PENELITIAN

Media Sosial merupakan konten *online* yang pembuatannya menggunakan teknologi penerbitan yang akan sangat mudah diakses oleh pengguna dan juga terstruktur (Prihatiningsih, 2017), salah satunya adalah Instagram. Tidak hanya remaja, kini Instagram banyak digandrungi oleh anak-anak hingga orang dewasa. Hal itu disebabkan tersedianya fitur-fitur menarik yang terus berkembang sehingga menyebabkan penggunaannya tidak jenuh dalam menggunakan Instagram (Maulhayat et al., 2018).

Banyaknya pengguna Instagram membuat Instagram memiliki kekuatan ataupun pengaruh dalam industri yang akan menimbulkan kualitas akun, hal tersebut dapat menentukan strata maupun kredibilitas pemilik akun (Putu & Permana, 2021). Semakin besar suatu akun pada Instagram, maka semakin penting kredibilitasnya untuk melihat performa dari akun tersebut.

Metode penelitian ini adalah menggunakan metode eksploratif kuantitatif dimana metode tersebut dapat digunakan untuk mengetahui kredibilitas dari akun Instagram 5 Merek

Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021. Penelitian eksploratif bertujuan untuk memperdalam pengetahuan dan mencari ide-ide baru tentang suatu gejala, menggambarkan fenomena sosial, dan menjelaskan bagaimana terjadinya suatu fenomena sosial untuk merumuskan masalah secara terperinci atau mengembangkan hipotesis bukan menguji hipotesis (Mudjiyanto, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai kredibilitas dari performa akun Instagram 5 Merek Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021. Adapun langkah-langkah yang dilakukan guna untuk menemukan nilai kredibilitas pada penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Melakukan Eksplorasi Pada Website Untuk Menentukan Objek yang Akan Dianalisa

Pencarian informasi dilakukan pada *website-website* yang berkaitan dengan objek yang dicari. Objek pada penelitian ini adalah merek *skincare* terbaik tahun 2021. Setelah mendapatkan *website* yang sesuai dengan objek yang dicari, selanjutnya peneliti akan mencari nama akun yang tertera pada *website* tersebut untuk dipastikan bahwa merek yang disebutkan pada website mempunyai akun Instagram.

2. Menghitung Nilai Rata-Rata Variabel Dari 5 Merek Skincare Lokal Terbaik Tahun 2021

Tahap ini adalah menghitung nilai rata-rata variabel yang akan diteliti. Peneliti akan menghitung nilai variabel *Video Likes to Video Comments Ratio* dengan cara mengambil minimall 10 postingan *video likes* dan *video comments* lalu dihitung sampai menemukan nilai rata-rata dari masing-masing variabel.

3. Menghitung Nilai Kredibilitas Rasio

Pada penghitungan nilai kredibilitas rasio dari *video likes to video comments* di penelitian ini, peneliti menggunakan cara dengan membagi nilai dari variabel pertama dengan nilai dari variabel kedua. Contohnya jika variabel pertama (*video likes*) memiliki nilai 600 dan variabel kedua (*video comments*) memiliki nilai 6000, maka penghitungannya adalah $20:800 = 0,025$.

4. Menentukan Peringkat Pada Akun Instagram

Yang terakhir adalah menentukan peringkat pada setiap akun yang telah dihitung kredibilitasnya. Penentuan peringkat ini akan disesuaikan dengan karakteristik dari rasio yang diteliti. Jika rasio memiliki karakteristik tinggi, maka objek yang mendapatkan nilai tinggi akan mendapatkan angka 5 dan yang mendapatkan nilai rendah akan mendapatkan angka 1. Namun jika rasio memiliki karakteristik rendah, maka objek yang mendapatkan nilai rendah akan mendapatkan angka 5 dan yang mendapatkan nilai tinggi akan mendapatkan angka 1. Setelah dilakukannya penghitungan kredibilitas rasio maka diperoleh kesimpulan objek mana yang akan mendapatkan peringkat 1, 2, 3, 4, dan 5.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun Instagram dari 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021, diantaranya:

1. Whitelab

Gambar 1 Akun Instagram Whitelab

Sumber: https://www.instagram.com/whitelab_id/ (akses pada 12-10-2021)

2. Avoskin

Gambar 2 Akun Instagram Avoskin

Sumber: <https://www.instagram.com/avoskinbeauty/> (akses pada 12-10-2021)

3. Somethinc

Gambar 3 Akun Instagram Somethinc

Sumber: <https://www.instagram.com/somethincofficial/> (akses pada 12-10-2021)

4. Lacoco

Gambar 4 Akun Instagram Lacoco

Sumber: <https://www.instagram.com/lacocofficial/> (akses pada 12-10-2021)

5. For Skin's Sake

Gambar 5 Akun Instagram For Skin's Sake

Sumber: <https://www.instagram.com/forskinssake/> (akses pada 12-10-2021)

Dari kelima akun Instagram 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021, peneliti menemukan nilai dari masing-masing variabel yang ada untuk menghitung rasio *Video Likes to Video Views* dari setiap akun. Pada akun Instagram terdapat 8 variabel, diantaranya yaitu:

1. Post
2. Followers
3. Following
4. Image Likes
5. Image Comments
6. Video Views
7. Video Likes
8. Video Comments

Dari kedelapan variabel tersebut peneliti hanya fokus untuk menemukan hasil dari 2 variabel, yaitu:

1. Video Likes
2. Video Views

Dari kedua variabel tersebut kemudian dianalisis sehingga menemukan nilai rata-rata dari variabel *video likes* dan *video views*. Untuk menghitung rata-rata dari variabel *video likes* dan *video views* yaitu dengan cara mengambil minimal 10 postingan kemudian dihitung sehingga menemukan nilai rata-rata dari masing-masing variabel. Berikut merupakan tabel nilai rata-rata dari masing-masing *skincare* lokal terbaik tahun 2021, yaitu:

Tabel 1. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel *Video Likes to Video Views* Akun Instagram Whitelab

No	Video Likes	Video Views
1	1.945	24.400
2	1.880	32.700
3	1.316	25.800
4	846	33.800
5	1.721	44.900
6	1.819	57.800
7	2.750	79.100
8	560	14.300
9	795	32.400
10	6.672	264.000
Total	2.030	60.920

Sumber: Pengolah Data Excel

Tabel 2. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel *Video Likes to Video Views* Akun Instagram Avoskin

No	Video Likes	Video Views
1	1.336	37.100
2	33	15.400
3	2.843	52.000
4	69	10.700
5	131	10.700
6	322	19.200
7	17	8.228
8	17	7.601
9	179	13.800
10	343	27.100
Total	529	20.183

Sumber: Pengolah Data Excel

Tabel 3. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel *Video Likes to Video Views* Akun Instagram Somethinc

No	Video Likes	Video Views
1	165	4.185
2	106	42.000
3	69	35.600
4	116	32.200
5	331	43.200
6	2.184	86.900
7	1.472	76.100
8	5.434	138.000
9	898	22.200
10	27	17.300
Total	1.080	49.769

Sumber: Pengolah Data Excel

Tabel 4. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel *Video Likes to Video Views* Akun Instagram Lacoco

No	Video Likes	Video Views
1	10	1.091
2	39	1.184
3	11	984
4	7	551
5	8	371
6	68	2.374
7	30	701
8	8	505
9	8	356
10	12	494
Total	20	861

Sumber: Pengolah Data Excel

Tabel 5. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel *Video Likes to Video Views* Akun Instagram For Skin's Sake

No	Video Likes	Video Views
1	122	369
2	91	601
3	91	319
4	186	5.298
5	61	500
6	55	1.318
7	142	827
8	89	783
9	75	487
10	441	12.675
Total	135	2.318

Sumber: Pengolah Data Excel

Setelah menghitung nilai rata-rata tersebut, maka akan menemukan hasil akhir nilai rata-rata dari variabel *video likes to video views*.

Tabel 6. Nilai Variabel Pada Akun Instagram 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021

Variabel	Whitelab	Avoskin	Somethinc	Lacoco	For Skin's Sake
Video Likes	2.030	529	1.080	20	135
Video Views	60.920	20.183	49.769	861	2.318

Sumber: Pengolah Data Excel

Pada akun Instagram terdapat 14 rasio yang relevan digunakan untuk mengukur kredibilitas pada masing-masing akun. Namun pada penelitian kali ini hanya berfokus untuk menghitung *Video Likes to Video Views Ratio*. Untuk menghitung kredibilitas dari masing-masing akun Instagram setiap merek *skincare*, peneliti menghitung dengan cara: variabel 1 akan dibagi dengan variabel 2, sehingga ditemukan hasil Analisa dari rasio tersebut.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Rasio Akun Instagram

No	Ratio	Whitelab	Avoskin	Somethinc	Lacoco	For Skin's Sake
1	Video Likes to Video Views	0,03332239	0,026210177	0,021700255	0,023228804	0,058239862

Sumber: Pengolah Data Excel

Video Likes to Video Views memiliki karakteristik yang tinggi, artinya semakin tinggi nilai yang dihasilkan maka semakin baik kredibilitas dari performa akun tersebut. Untuk memberikan peringkat pada masing-masing Merek *Skincare*, peneliti memberikan angka 5 kepada vendor yang mendapat nilai tertinggi dan angka 1 untuk merek *skincare* yang mendapatkan nilai terendah. Berikut merupakan tabel urutan nilai yang dihasilkan oleh masing-masing merek *skincare*.

Tabel 8. Nilai Rasio Akun Instagram 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021

RATIO	NILAI				
	Whitelab	Avoskin	Somethinc	Lacoco	For Skin's Sake
Video Likes to Video Views	4	3	1	2	5

Sumber: Pengolah Data Excel

Dari Tabel Nilai Rasio Akun Instagram 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021 dapat disimpulkan bahwa For Skin's Sake mendapatkan nilai tertinggi untuk rasio *Video Likes to Video Views*. Sedangkan akun Instagram Somethinc mendapatkan nilai terendah untuk rasio ini. Jadi, pada penelitian ini For Skin's Sake memiliki kredibilitas performa yang lebih baik dibandingkan dengan merek *skincare* yang lainnya.

5. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kredibilitas performa dari akun Instagram 5 Merek *Skincare* Lokal Terbaik Tahun 2021 menggunakan *Video Likes to Video Comments Ratio*. 5 Merek *Skincare* Lokal tersebut diantaranya: Whitelab, Avoskin, Somethinc, Lacoco, dan For Skin's Sake. Dari kelima merek *skincare* tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Peringkat pertama diraih oleh merek For Skin's Sake dengan nilai tertinggi yaitu 0,058239862
2. Peringkat kedua diraih oleh merek Whitelab dengan nilai 0,03332239
3. Peringkat ketiga diraih oleh merek Avoskin dengan nilai 0,026210177
4. Peringkat keempat diraih oleh merek Lacoco dengan nilai 0,023228804
5. Peringkat kelima diraih oleh merek Somethinc dengan nilai terendah yaitu 0,021700255

DAFTAR PUSTAKA

- 5 *Merek Skincare Lokal Terbaik di Tahun 2021*. (2021). <https://stylo.grid.id/https://stylo.grid.id/amp/142892228/5-merek-skincare-lokal-terbaik-di-tahun-2021-mana-yang-menjadi-favorit?page=all>
- Arifuddin, M. R., & Irwansyah. (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 37–55.
- Ma'ruf, M. Ali. (2017). Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk. *Equilibrahim*, 5(6), 1–2.
- Maulhayat, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin, H. (2018). Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. *Eprints.Unm*, 1–18.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 65. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Putu, I., & Permana, H. (2021). Analisis Rasio Pada Instagram Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Ekploratif. *Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer Terapan Indonesia (JSIKTI)*, 3(3), 44–56. <https://doi.org/10.22146/jsikti>
- Qurniawati, R. S. (2018). Theoritical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti*, 11(1), 17–27. <https://doi.org/10.52353/ama.v11i1.159>
- Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>