

## Strategi Konten Digital di Apotek Wellings: Perspektif Hubungan Internasional

**Cherly Shereyah Wu**

Universitas Padjajaran

Email: [cherlyshereyahwu@gmail.com](mailto:cherlyshereyahwu@gmail.com)

### Abstrak

Relevansi pembuatan konten dengan Hubungan Internasional terletak pada pemanfaatan strategi komunikasi yang dipelajari untuk memahami dan mengelola dinamika di antara berbagai entitas global. Kemampuan untuk mengenali kebutuhan dan preferensi audiens dari latar belakang budaya dan sosial yang beragam sejalan dengan keterampilan diplomasi dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Selain itu, pengetahuan tentang tren global dan isu-isu sosial yang diperoleh dari studi Hubungan Internasional membantu mengarahkan konten agar tetap relevan di pasar internasional dan secara efektif merespons perubahan lingkungan global. Dalam konteks Apotek Wellings, pembuatan konten memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan dan membangun citra positif perusahaan secara internasional. Menyesuaikan konten untuk memenuhi kebutuhan pasar global memungkinkan komunikasi nilai-nilai perusahaan yang efektif dan pembentukan hubungan yang kuat dengan konsumen dan pemangku kepentingan dari berbagai negara. Hal ini menggambarkan bahwa pembuatan konten lebih dari sekedar pembuatan materi—ini melibatkan komunikasi strategis untuk mempengaruhi opini publik dan membina hubungan yang berkelanjutan di panggung internasional. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan analisis data, dengan fokus pada tim pemasaran Apotek Wellings dan konsumen untuk memahami dinamika pemasaran digital dan interaksi konsumen dalam konteks yang relevan dengan globalisasi dan komunikasi internasional. Magang ini menyoroti pentingnya penerapan teori Hubungan Internasional dalam strategi komunikasi pemasaran global, memanfaatkan soft power dalam konten pemasaran, dan mengakui peran penting budaya dan lokalitas dalam mengembangkan strategi konten yang efektif.

**Kata Kunci:** *Relevansi HI, Konten Digital, Apotek Wellings*

### Abstract

*The relevance of content creation to International Relations lies in utilizing learned communication strategies to understand and manage the dynamics between various global entities. The ability to recognize the needs and preferences of audiences from diverse cultural and social backgrounds goes hand in hand with diplomatic skills in building mutually beneficial relationships. Additionally, knowledge of global trends and social issues gained from the study*

*of International Relations helps direct content to remain relevant in international markets and effectively respond to changes in the global environment. In the context of Wellings Pharmacy, content creation plays an important role in expanding the reach and building a positive image of the company internationally. Adapting content to meet global market needs enables effective communication of company values and the establishment of strong relationships with consumers and stakeholders from different countries. This illustrates that content creation is more than just creating material—it involves strategic communication to influence public opinion and foster sustainable relationships on the international stage. The research methods used in this study include observation, interviews, and data analysis, with a focus on the Wellings Pharmacy marketing team and consumers to understand the dynamics of digital marketing and consumer interactions in contexts relevant to globalization and international communication. This internship highlights the importance of applying Relationship theory International in global marketing communications strategies, leveraging soft power in marketing content, and recognizing the important role of culture and locality in developing effective content strategies.*

**Keywords:** *HI Relevance, Digital Content, Wellings Pharmacy*

## **Pendahuluan**

Hasil penelitian magang di perusahaan PT. Erayaja Swasembada Tbk di vertical Erayaja Beauty and Wellness, khususnya di Apotek Wellings sebagai content creator, memberikan gambaran tentang inisiatif baru dari Erayaja Group dalam menjalankan bisnis di sektor kesehatan dan kecantikan.

Erayaja Beauty and Wellness (EBW) merupakan bagian dari Erayaja Group yang telah menjalin kemitraan strategis dengan CARiNG Pharmacy Retail Management Sdn Bhd (CPRM), sebuah anak perusahaan dari 7-Eleven Malaysia Holdings Berhad. Kemitraan ini dituangkan dalam bentuk Joint Venture Agreement yang ditandatangani oleh Elly Kohardjo dari EBW dan Chong Yeow Siang dari CPRM. Salah satu hasil kesepakatan yang mencuat dari kemitraan ini adalah pendirian PT Era Caring Indonesia.

PT Era Caring Indonesia akan bekerja sama dengan PT Era Farma Indonesia untuk mengelola jaringan apotek dan layanan kesehatan di Indonesia. Apotek ini akan dikenal dengan nama Apotek Wellings, mengusung visi untuk menyediakan pelayanan kesehatan yang berkualitas serta memperluas akses masyarakat terhadap produk-produk kesehatan dan kecantikan.

Sebagai content creator di Apotek Wellings, penulis berperan untuk mengembangkan konten yang informatif dan relevan, memperkenalkan Apotek

Wellings kepada masyarakat melalui berbagai platform media sosial dan digital. Tujuan utama dari penelitian magang ini adalah untuk mendukung upaya pemasaran dan komunikasi Apotek Wellings, sehingga dapat mencapai target pasar yang diinginkan dan memberikan nilai tambah bagi Erajaya Group dalam mengembangkan bisnisnya di sektor kesehatan dan kecantikan di Indonesia.

Sebagai content creator di Apotek Wellings, tanggung jawab saya meliputi pengembangan, produksi, dan manajemen konten yang bertujuan untuk membangun brand awareness serta meningkatkan keterlibatan dengan audiens. Penulis bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan strategi konten yang efektif, termasuk penulisan artikel blog, pembuatan konten visual seperti infografik dan video, serta manajemen konten media sosial. Dalam prosesnya, dan harus memastikan setiap konten tidak hanya informatif tetapi juga relevan dengan nilai-nilai dan misi Apotek Wellings.

Relevansi content creation dengan studi Hubungan Internasional terletak pada penggunaan komunikasi yang dipelajari untuk memahami dan mengelola dinamika antara berbagai entitas global. Kemampuan untuk mengenali kebutuhan dan preferensi audiens dari berbagai latar belakang budaya dan sosial mirip dengan keterampilan diplomasi dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Selain itu, pengetahuan tentang tren global dan isu-isu sosial yang diperoleh dari studi Hubungan Internasional membantu saya mengarahkan konten agar relevan di pasar internasional dan dapat merespons dengan baik terhadap perubahan lingkungan global (A Bainus.2023).

Dalam konteks Apotek Wellings, content creation juga berperan dalam memperluas jangkauan dan membangun citra positif perusahaan di tingkat internasional. Melalui konten yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar global, kami dapat mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan secara efektif dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen serta pemangku kepentingan dari berbagai negara. Ini menunjukkan bahwa content creation bukan hanya tentang penciptaan materi, tetapi juga tentang penggunaan strategis komunikasi untuk mempengaruhi opini publik dan membangun hubungan yang berkelanjutan di arena internasional.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mencakup observasi, wawancara, dan analisis data. Penelitian ini difokuskan pada tim pemasaran dan konsumen Apotek Wellings untuk memahami dinamika pemasaran digital dan interaksi dengan konsumen dalam konteks yang relevan dengan globalisasi dan komunikasi internasional.

1. **Observasi:** Observasi akan dilakukan untuk mengamati aktivitas sehari-hari dari tim pemasaran Apotek Wellings. Hal ini meliputi pengamatan langsung terhadap strategi pemasaran digital yang mereka terapkan, konten yang diproduksi, interaksi dengan konsumen di media sosial dan platform online

lainnya, serta taktik promosi yang digunakan. Observasi ini akan memberikan wawasan langsung tentang praktik pemasaran digital mereka dan bagaimana hal tersebut dapat berkontribusi pada strategi globalisasi perusahaan.

2. **Wawancara:** Wawancara akan dilakukan dengan anggota tim pemasaran Apotek Wellings untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi mereka, tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola pemasaran digital di pasar global, serta pendekatan mereka terhadap komunikasi internasional dalam konteks pemasaran. Wawancara juga akan dilakukan dengan beberapa konsumen Apotek Wellings untuk memahami persepsi mereka terhadap produk, layanan, dan interaksi mereka dengan konten pemasaran yang disediakan oleh perusahaan.
3. **Analisis Data:** Data yang dikumpulkan dari observasi dan wawancara akan dianalisis secara kualitatif. Analisis ini akan melibatkan identifikasi pola, temuan utama, dan tren dalam strategi pemasaran digital Apotek Wellings serta tanggapan konsumen terhadapnya. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pemasaran mereka di tingkat lokal dan global, serta implikasi dari globalisasi dan komunikasi internasional dalam konteks ini.

#### **Instrumen Pengumpulan Data:**

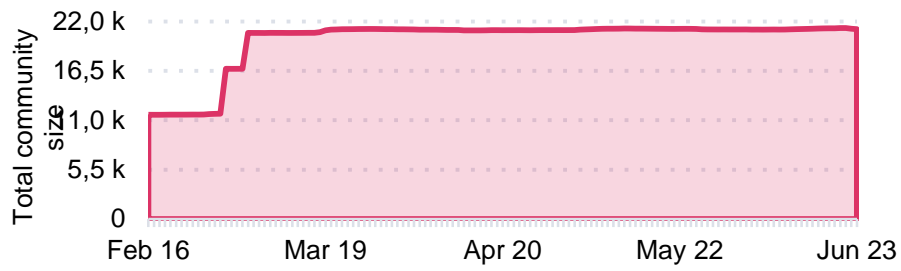
**Pertanyaan Wawancara:** Daftar pertanyaan akan disusun untuk wawancara dengan tim pemasaran, yang mencakup topik-topik seperti strategi pemasaran digital, penyesuaian konten global, penggunaan media sosial, dan pengaruh globalisasi.

**Checklist Observasi:** Checklist akan digunakan untuk mencatat observasi terkait dengan konten yang dipublikasikan, respons konsumen, dan strategi pemasaran digital lainnya.

**Analisis Dokumen:** Analisis akan melibatkan evaluasi konten pemasaran yang telah diproduksi, laporan kinerja digital, dan dokumentasi strategi pemasaran yang tersedia.

Dengan menggunakan kombinasi metode ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana Apotek Wellings mengelola strategi pemasaran digital mereka, bagaimana pengaruh globalisasi mempengaruhi pendekatan mereka dalam pasar global, serta bagaimana komunikasi internasional memainkan peran dalam kesuksesan pemasaran mereka.

#### **Hasil dan Pembahasan**



Content

Feb 19, 2024 - Jun 25, 2024 Sort by Date per 16 items 1 of 167 results

Profile: Apotek Wellgo

emplifi

Content 53

Feb 19, 2024 - Jun 25, 2024 Sort by Date 4 1 of 149 results

Content	Created	Profile	Total Interactions	RM per 16 Items	Total Responses	Total Comments
Apotek Wellgo dengan @mangrovenatural "Resepikan... Pilih - Pilih	Jun 25, 2024 11:42	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	54	1.12	22	2
PREMIUM EFFICIA 3 PENANDA TERANG IN... LHC WILLIAMS X DAKONIS @m... Shop - Pilih	Jun 20, 2024 17:30	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	-	-	-	2
Man & Wanita @apotekwellgo @... Bantu... Shop - Pilih	Jun 20, 2024 15:35	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	42	1.06	24	1
Carilah dan berikan informasi dan... Vitamin C @apotekwellgo Shop - Pilih	Jun 20, 2024 11:52	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	23	0.94	10	2
1 set Instagram Apotek Wellgo +... @apotekwellgo Shop - Pilih	Jun 19, 2024 11:11	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	45	0.12	41	2

Profile: Apotek Wellgo

emplifi

Content 29

Feb 19, 2024 - Jun 25, 2024 Sort by Date 4 1 of 149 results

Content	Created	Profile	Total Interactions	RM per 16 Items	Total Responses	Total Comments
160 total Wellgo! You get 100... @apotekwellgo Shop - Pilih	Jun 25, 2024 11:54	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	15	0.75	14	1
Shop - Pilih	Jun 19, 2024 10:01	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	-	-	-	0
100 total Wellgo! But... EXCLUSIVE 10% SALE APOTEK WELLGO... Shop - Pilih	Jun 19, 2024 10:01	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	-	-	-	0
@apotekwellgo Shop - Pilih	Jun 19, 2024 11:34	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	-	-	-	0
100 total Wellgo! But... EXCLUSIVE 10% SALE APOTEK WELLGO... Shop - Pilih	Jun 17, 2024 12:26	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	15	0.75	14	0

Profile: Apotek Wellgo

emplifi

Content 25

Feb 19, 2024 - Jun 25, 2024 Sort by Date 4 1 of 149 results

Content	Created	Profile	Total Interactions	RM per 16 Items	Total Responses	Total Comments
100 total Wellgo! But... EXCLUSIVE 10% SALE APOTEK WELLGO... Shop - Pilih	Jun 17, 2024 0:37	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	22	1.04	20	0
GIVEAWAY MANH... BERKEMBANGAN... UMAH... @apotekwellgo... Shop - Pilih	Jun 05, 2024 10:19	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	-	-	-	1
Carilah dan berikan informasi dan... Vitamin C @apotekwellgo Shop - Pilih	Jun 03, 2024 10:38	Apotek Wellgo Instagram @apotekwellgo	26	1.04	26	0

Profile: Apotek Wellgo

emplifi

Pada hasil pembahasan penelitian magang ini, analisis konten yang penulis lakukan selama magang di Apotek Wellings mencakup data engagement dari berbagai platform media sosial, termasuk jumlah likes, shares, comments, dan reach yang diperoleh dari setiap postingan. Data engagement ini memberikan gambaran yang mendalam tentang bagaimana konten yang diproduksi mempengaruhi interaksi dan keterlibatan audiens.

Berdasarkan evaluasi efektivitas strategi konten, data engagement menjadi kunci untuk mengukur resonansi dan efektivitas konten terhadap audiens. Misalnya, postingan yang mendapat jumlah likes dan comments yang tinggi menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil menarik perhatian dan mendapat respons positif dari audiens. Shares juga mencerminkan seberapa banyak konten yang dibagikan oleh pengguna, yang dapat memperluas jangkauan dan visibilitas Apotek Wellings di platform media sosial.

Keterkaitan antara strategi konten dan tren global dalam pemasaran kesehatan menjadi faktor penting dalam evaluasi ini. Dengan mempertimbangkan tren global dalam kesehatan dan kecantikan, seperti peningkatan minat pada produk alami atau perawatan diri yang holistik, Apotek Wellings dapat menyesuaikan konten mereka untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen yang berubah. Konten yang memasukkan elemen-elemen ini cenderung lebih diminati dan berpotensi untuk lebih banyak dibagikan di platform global, menciptakan efek domino dalam meningkatkan kesadaran merek secara global. Dengan menganalisis data engagement secara sistematis, penulis dapat mengidentifikasi pola dan tren yang mengarah pada peningkatan atau penurunan keterlibatan audiens. Evaluasi ini tidak hanya membantu dalam mengevaluasi strategi konten yang ada, tetapi juga memungkinkan untuk membuat perubahan strategis yang dibutuhkan untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran digital di pasar yang semakin terhubung global ini.

Implementasi Teori Hubungan Internasional dalam Penggunaan Strategi Komunikasi yang Efektif pada Pemasaran Internasional sangatlah penting dalam konteks globalisasi saat ini. Teori ini menekankan pentingnya hubungan antara negara atau organisasi dengan aktor-aktor lain dalam sistem internasional, yang dapat diterapkan dalam konteks pemasaran untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen di berbagai belahan dunia (AU Satira.2021). Dalam pemasaran internasional, strategi komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan dinamika politik, ekonomi, dan sosial antar negara untuk menghasilkan pesan yang relevan dan dapat diterima secara budaya oleh target pasar yang beragam. Misalnya, memahami sensitivitas budaya dan politik dari negara-negara yang menjadi target pasar dapat membantu menghindari kesalahan komunikasi yang dapat merugikan citra merek (Suhairi *et al.*,2023).

Penerapan Teori Soft Power dalam Konten Pemasaran Apotek Wellings mencerminkan pendekatan yang cerdas dalam mempengaruhi dan menarik konsumen melalui daya tarik budaya dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi. Konsep soft power, yang diperkenalkan oleh Joseph Nye, mengacu pada kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi perilaku atau pendapat orang lain melalui daya tarik budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan yang meyakinkan, bukan melalui kekerasan atau tekanan keras (Dewangga.2019). Dalam konteks pemasaran, Apotek Wellings dapat menggunakan soft power untuk membangun citra merek yang positif dengan mempromosikan nilai-nilai seperti perhatian terhadap kesehatan masyarakat, inovasi dalam layanan farmasi, dan komitmen terhadap keberlanjutan. Melalui konten pemasaran yang cerdas dan strategis, Apotek Wellings dapat menjadi agen yang mempengaruhi persepsi konsumen tentang keberadaan mereka di pasar global.

Peran Budaya dan Lokalitas dalam Strategi Konten sangat penting dalam menentukan keberhasilan kampanye pemasaran global. Budaya lokal tidak hanya mencakup aspek tradisional dan sejarah suatu daerah, tetapi juga nilai-nilai, preferensi konsumen, dan norma-norma yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan merek dan produk. Dalam konteks strategi konten, memasukkan elemen budaya lokal dapat meningkatkan relevansi dan daya tarik kampanye pemasaran di pasar tertentu. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen, kebijakan pemerintah terkait, serta norma-norma sosial yang dapat mempengaruhi penerimaan produk atau layanan tertentu. Dengan memanfaatkan dan menghormati kekayaan budaya setempat, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih dalam dan berkelanjutan dengan komunitas lokal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek mereka.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian magang ini adalah bahwa analisis konten yang dilakukan oleh penulis di Apotek Wellings meliputi pengumpulan data engagement dari berbagai platform media sosial, seperti jumlah likes, shares, comments, dan reach dari setiap postingan, memberikan pemahaman yang dalam tentang bagaimana konten yang diproduksi mempengaruhi interaksi dan keterlibatan audiens. Data engagement ini tidak hanya mengukur seberapa efektif konten dalam mencapai target audiensnya, tetapi juga memperlihatkan pola-pola interaksi yang dapat diinterpretasikan sebagai indikator minat dan respons dari masyarakat terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Secara terkait dengan Hubungan Internasional, pemahaman tentang data engagement ini bisa membantu dalam konteks diplomasi publik dan hubungan antarbudaya. Misalnya, dengan memahami tren interaksi pada konten tertentu, perusahaan atau lembaga bisa menyesuaikan pesan-pesan mereka untuk lebih efektif mencapai dan berkomunikasi dengan audiens global. Selain itu, analisis

ini juga dapat digunakan untuk mengukur efektivitas kampanye atau inisiatif yang bertujuan untuk membangun pemahaman lintas budaya atau meningkatkan kesadaran tentang isu-isu global.

Dengan demikian, keterlibatan data engagement dalam konten media sosial tidak hanya bermanfaat dalam konteks bisnis dan pemasaran, tetapi juga memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks Hubungan Internasional, memfasilitasi komunikasi lintas budaya dan pembangunan jembatan pemahaman antar masyarakat global.

Adapun rekomendasi untuk Pengembangan Strategi Konten di Masa Depan:

Untuk meningkatkan efektivitas strategi konten di masa mendatang, Erajaya Beauty and Wellness disarankan untuk:

1. Meningkatkan Penelitian Pasar dan Analisis Budaya: Melakukan penelitian mendalam mengenai preferensi konsumen lokal dan norma budaya di setiap pasar target untuk merancang konten yang lebih relevan dan menarik.
2. Optimalkan Penggunaan Soft Power: Memperkuat elemen soft power dalam konten pemasaran dengan mengedepankan nilai-nilai positif terkait keberlanjutan, inovasi, dan dukungan terhadap komunitas lokal.
3. Investasi dalam Kreativitas dan Inovasi: Mendorong tim pemasaran untuk terus berinovasi dalam menyampaikan pesan merek secara unik dan menarik, sambil mempertahankan konsistensi dengan nilai dan identitas merek.
4. Adopsi Pendekatan Multikultural: Mengembangkan strategi konten yang menghormati dan merayakan keragaman budaya, sambil menjaga kohesi global dalam keseluruhan strategi pemasaran.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, Erajaya Beauty and Wellness dapat mengantisipasi peningkatan penetrasi pasar internasional, memperkuat citra global merek mereka, dan meningkatkan loyalitas konsumen melalui pendekatan yang lebih terfokus dan berbasis penelitian. Memahami dinamika global yang tepat dan mengakui keunikan setiap pasar akan menjadi kunci sukses dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks dan beragam di masa depan.

## BIBLIOGRAFI

- Arini Ulfa Satira & Rossa Hidriani.2021, Peran Penting Public Relations Di Era Digital, e-ISSN : xxx xxx Vol. 1 / No.1 / Juni-Desember 2021 DOI : xxx xxx xxx
- Arry Bainus & Junita Budi Rachman.2023, EDITORIAL: Hubungan Internasional Digital (Digital International Relations), Intermestic: Journal of International Studies E-ISSN: 2503-443X
- Dewangga F H.2019, Persaingan Soft Power Antara Turki Dan Arab Saudi Dalam Kasus Tewasnya Jurnalis Jamal Kashoggi
- Erna Kurniawati. 2019. @KemluRI: Diplomasi Publik Digital?. International

- Relations Department, UPN 'Veteran' Yogyakarta, Indonesia.  
Kemlu.go.id. (2019). Indonesia Gaungkan Diplomasi Digital di Kawasan.  
tersedia pada laman:  
<https://KemluRI.go.id/portal/id/read/584/berita/Indonesia-gaungkan-diplomasi-digital-di-kawasan>
- Kompasiana.com. 2022. "Penggunaan Youtube Kemenparekraf sebagai Sarana Pemasaran Pariwisata Bali", diakses pada laman :  
<https://www.kompasiana.com/laludafa/62ae0504c44f9230a923e9b2/penggunaan-youtube-kemenparekraf-sebagai-sarana-pemasaran-pariwisata-bali>.
- Sapta Dwikardana, Ph.D. 2017. Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung
- Suhairi *et al*, 2023, Strategi Komunikasi Global: Pendekatan Untuk Meningkatkan Keberhasilan Pasar Internasional, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023 Page 12820-12825 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246 Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

---

**Copyright holder:**

Cherly Shereyah Wu (2024)

**First publication right:**

Catha : Journal of Creative and Innovative Research