

## ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk mengedukasi serta mengurangi penggunaan kosmetik ilegal di kalangan wanita Kota Bandung. Menurut Chamid (2010), masyarakat Bandung memiliki kadar merkuri  $<5$  ppm Hg akibat penggunaan kosmetik ilegal. Dengan hasil yang cepat dan putih bercahaya, krim ilegal dengan kandungan kimia berbahaya sangat mudah dibeli dan dikonsumsi. Dari teknik pengumpulan data kepada khalayak wanita usia 18-25 tahun dengan kecenderungan untuk memakai produk kosmetik sebanyak 47% dan mereka kurang mengetahui bahaya yang ditimbulkan dari pemakaian kosmetik tersebut. Terdapat data dari BPOM yang mendukung (Badan Pemeriksaan Obat dan Makanan) bahwa ditemukan kenaikan penemuan kosmetik ilegal pada online shop dan toko eceran di Kota Bandung itu sendiri pada tahun 2015. Efek yang dapat ditimbulkan dapat berupa kulit mengelupas, kemerahan, hingga kanker kulit dan gagal ginjal. Metode yang di pakai dalam kampanye ini adalah metode perancangan AISAS yang memiliki penjabaran *Attention-Interest-Search-Action-Share* untuk menyampaikan sebuah ideologi atau pesan ke target audiens. Hasil perancangan berupa kampanye dengan media tertata dari mulai brosur, *ambient media*, *digital poster* yang akan menggiring target audiens datang ke acara utama dari kampanye ini. Pada acara tersebut Ika nada pengumpulan kosmetik ilegal atau tidak ber nomor BPOM hingga *face filter* untuk mengecek kadar racun dalam wajah mereka. Target audiens juga akan mendapatkan hampers dari sponsor brand lokal yang bekerja sama dengan kita sebagai apresiasi telah mengikuti kampanye ini.

Kata Kunci : Kosmetik Ilegal, Kampanye Sosial, Strategi Kampanye