

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara beriklim tropis dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Pada musim hujan suhu rata-rata 27°C, sementara itu pada musim kemarau suhu rata-rata 36°C, atau ada kemungkinan lebih tinggi tergantung pada kondisi geografis dan pengaruh alam lainnya. Perubahan suhu dan kondisi cuaca antara musim hujan dan musim kemarau ini dapat berdampak pada kulit manusia. Mahdi (2022), mengungkapkan bahwa saat musim kemarau, sinar matahari lebih intens dan *exposure* terhadap sinar ultraviolet meningkat. Radiasi ini memiliki panjang gelombang yang lebih pendek daripada cahaya tampak, yang membuatnya tidak terlihat oleh manusia.

Sinar ultraviolet atau sinar UV memiliki manfaat untuk manusia diantaranya untuk memproduksi vitamin D di dalam tubuh manusia, pengendalian mikro-organisme, pengurangan risiko kanker dan meningkatkan produksi serotonin di otak. Isfardiyana (2014) berpendapat bahwa disamping manfaat tersebut, paparan sinar UV berlebih atau terlalu lama dapat juga merugikan manusia. Sehingga, penggunaan *sunscreen* menjadi penting bagi manusia. Menurut Minerva (2019), *sunscreen* sudah bisa digunakan sejak bayi usia diatas enam bulan, hindari penggunaan *sunscreen* pada bayi dibawah usia tersebut. Saat memasuki usia remaja banyak hal yang bisa dieksplor dan penasaran untuk mencoba banyak tantangan baru. Dengan banyaknya aktivitas di luar ruangan yang sangat memungkinkan terpapar sinar UV dalam kurun waktu yang lama, sehingga kulit menjadi kurang terawat dan muncul permasalahan kulit. Menurut Hujjah dan Siahaan (2022), sebanyak 95,2% dari 63 responden mengetahui bahwa sinar UV dapat memberikan dampak buruk terhadap kulit tetapi belum tahu kapan harus menggunakan *sunscreen* dan merasa tidak nyaman ketika menggunakan *sunscreen*. Dari masalah tersebut, *sunscreen* membuat kulit terasa lengket, berminyak dan produk *makeup* lebih sulit untuk dibaurkan.

Beberapa masalah yang mungkin dialami oleh remaja yang tidak rutin menggunakan *sunscreen*, yaitu peningkatan risiko kanker kulit di kemudian hari termasuk melanoma yang merupakan jenis kanker kulit yang paling ganas, penuaan dini pada kulit remaja seperti garis-garis halus dan kehilangan elastisitas kulit, hiper-pigmentasi pada kulit remaja, dan merusak DNA kulit yang dapat mengakibatkan mutasi genetik dan kerusakan sel yang berkontribusi pada pengembangan kanker kulit dan masalah kulit lainnya.

Sunscreen merupakan bagian penting di perawatan kulit dalam kehidupan sehari-hari. Jika kulit terkena paparan sinar matahari dapat membuat kulit terbakar dan mempercepat penuaan kulit yang akan terlihat di 5-10 tahun mendatang. *Sunscreen* SPF 50 efektif melindungi kulit dari sinar UV B yang menyebabkan kulit terbakar dan kerusakan kulit jangka panjang. *Sunscreen* SPF 50 memberikan perlindungan sekitar 97% dari sinar UV B jika digunakan dengan benar. Menurut Clara Insaniputri di Konferensi Kecantikan Cosmax *Innovation Conference* 2024 di Jakarta, penggunaan *sunscreen* dengan SPF 50 sudah bisa melindungi kulit orang Indonesia dari bahaya sinar UV (Pratiwi, 2024). Maka dari itu, remaja membutuhkan produk *sunscreen* yang aman digunakan dan mudah diaplikasikan pada kulit, dengan perlindungan yang efektif dari sinar UV.

Dikarenakan banyaknya permasalahan kulit yang disebabkan oleh paparan sinar UV maka remaja memerlukan produk perawatan kulit yang dapat melindungi dari paparan sinar UV yaitu salah satunya *sunscreen*. Oleh karena itu, brand Emina hadir untuk menawarkan banyak pilihan produk perawatan kulit dengan harga yang terjangkau dan populer di kalangan remaja Indonesia. Produk Emina memiliki produk yang berkualitas dan formula produk yang bersahabat dengan kulit remaja Indonesia. Salah satu produk Emina yang populer di Indonesia adalah Emina *Sun Battle* SPF 50PA++, sebuah produk *sunscreen* atau tabir surya dengan tekstur yang ringan, diperkaya dengan *pentacinamide*, waster *lavender*, dan *centella asiatica* yang memberikan perlindungan kulit untuk melawan kulit kusam, mengurangi produksi melanin, menenangkan kulit yang terhidrasi, dan merawat *skin barrier*.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan diatas, dapat dikatakan bahwa pentingnya penggunaan *sunscreen* dalam kehidupan sehari-hari di kalangan remaja

putri perlu ditingkatkan. Perlunya perancangan strategi kampanye sosial dan perancangan media visual yang tepat agar remaja putri lebih sadar akan pentingnya penggunaan *sunscreen* untuk kesehatan kulit dan mencegah penyakit kulit yang disebabkan dari paparan sinar UV. Serta memperkenalkan produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA+++ sebagai produk *sunscreen* dengan formula yang cocok untuk kulit remaja, bertekstur ringan dan dapat melindungi kulit dari paparan sinar UV dalam penggunaan sehari-hari.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya kesadaran remaja mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* dalam kehidupan sehari-hari
2. Kurangnya kampanye sosial mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* bagi kesehatan kulit
3. Kurangnya edukasi manfaat penggunaan *sunscreen* bagi kesehatan kulit

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang pesan komunikasi kampanye sosial mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* bagi kesehatan kulit pada remaja putri usia 16-21 tahun bersama produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA+++?
2. Bagaimana merancang visualisasi dan media kreatif kampanye sosial mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* bagi kesehatan kulit pada remaja putri usia 16-21 tahun bersama produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA+++?

1.4 Ruang Lingkup

Untuk menghindari bahasan yang terlalu luas, maka penelitian ini difokuskan pada :

1. Perancangan strategi kampanye pada produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA+++
2. Proses penelitian dilakukan sejak bulan Februari tahun 2024

3. Target audiens dari perancangan strategi kampanye pada produk Emina *Sun Battle* SPF 50 PA++ adalah remaja putri berusia 16-21 tahun dan kalangan kelas sosial menengah ke bawah
4. Perancangan kampanye sosial pada produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA++ berada di kota Jakarta
5. Remaja tepat dianggap sebagai objek perancangan kampanye sosial ini, dimana mereka belum memiliki edukasi yang tepat mengenai produk *sunscreen*
6. Perlunya kampanye sosial dengan pembuatan media visual yang tepat agar pesan dapat tersampaikan dengan baik

1.5 Tujuan Perancangan

Dari rangkaian kerangka diatas, penulis dapat menentukan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Perancangan pesan komunikasi kampanye sosial yang tepat mengenai kesadaran pentingnya penggunaan *sunscreen* bagi kesehatan kulit pada remaja putri usia 16-21 tahun bersama produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA+++.
2. Perancangan visualisasi dan media kreatif kampanye sosial mengenai kesadaran pentingnya penggunaan *sunscreen* bagi kesehatan kulit pada remaja putri usia 16-21 tahun bersama produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA+++.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah cara untuk pengumpulan data dengan pencarian data melalui dokumen-dokumen baik dokumen tertulis, gambar, foto-foto maupun dokumen elektronik (Sugiyono, 2005:83).

Di penelitian ini, studi Pustaka dilakukan terhadap internet, *e-book*, buku-buku, dan jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian seperti teori perancangan, pemasaran, promosi dan media promosi.

2. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data langsung yang dilakukan melalui suatu pengamatan. Data yang di observasi dapat berupa gambar tentang sikap, perilaku, kelakuan, dan tindakan interaksi antar manusia (Fatoni, 2011:104).

Observasi dilakukan dengan kampanye sosial yang pernah terlebih dahulu dilakukan.

3. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi interaksional antara dua pihak, paling tidak salah satu pihak mempunyai satu tujuan antisipasi dan serius serta biasanya termasuk tanya jawab (Stewart and Cash, 2000).

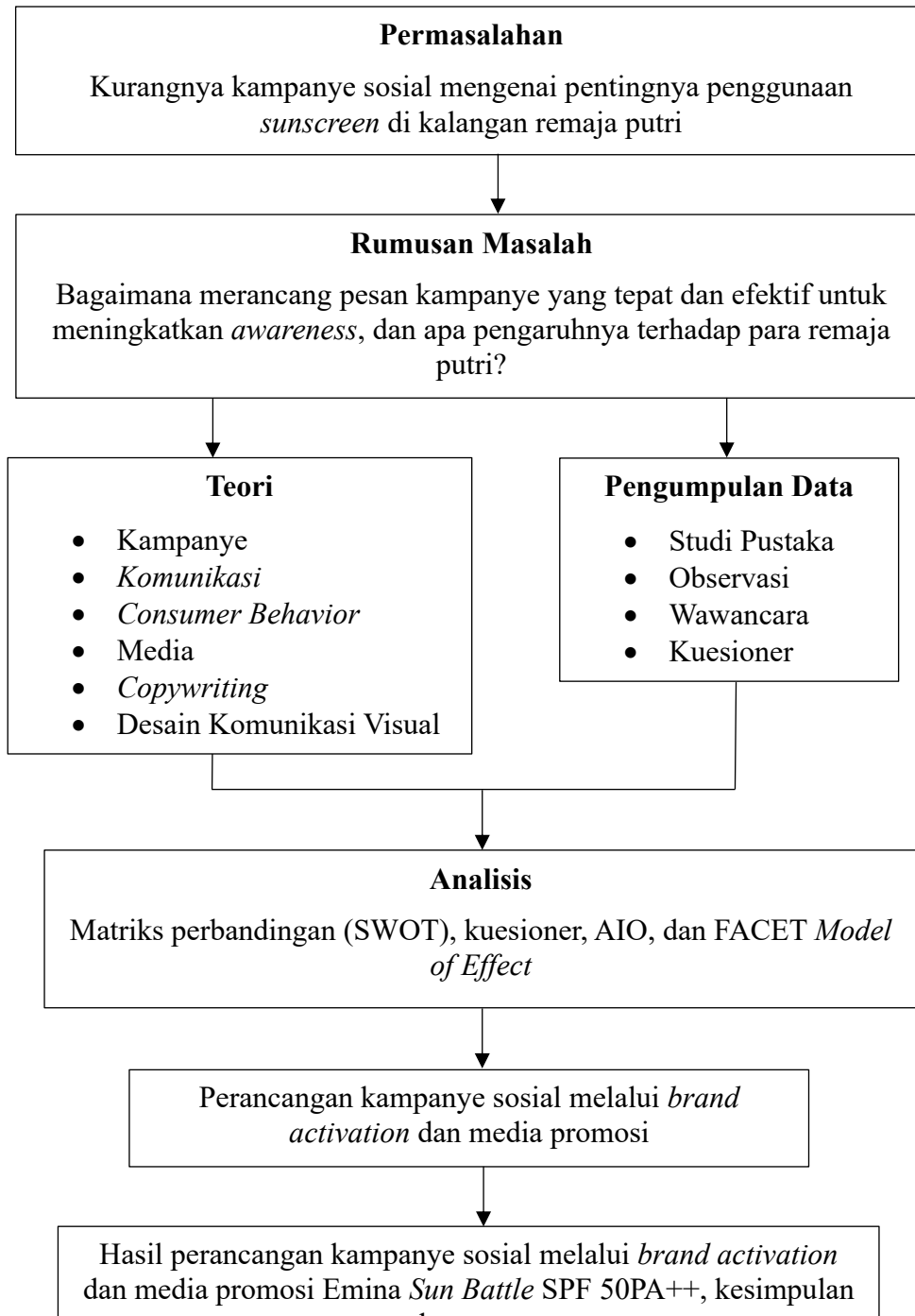
Di penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan dokter spesialis kulit yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu pentingnya penggunaan *sunscreen* di kalangan remaja putri.

4. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data yang berisi daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau suatu bidang dalam waktu yang relatif singkat, karena sekaligus banyak orang dapat diminta mengisi pilihan jawaban tertulis yang disediakan (Soewardikoen, 2019:60).

Kuesioner akan disebar kepada remaja putri di kota Jakarta secara *online* dengan seperangkat pertanyaan tentang ketertarikan konsumen untuk penggunaan produk Emina *Sun Battle* SPF 50PA++.

1.7 Kerangka Perancangan



1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan akan membahas serta menjelaskan latar belakang studi, yaitu terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, cara pengumpulan dan analisis data dan kerangka perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian dasar pemikiran ini membahas mengenai teori yang bersumber pada buku antara lain, teori kampanye, teori komunikasi, teori *consumer behavior*, teori media, teori *copywriting* dan teori desain komunikasi visual.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bagian ini membahas tentang penjabaran analisis data, baik dari kuesioner, wawancara, observasi, analisis internal dan eksternal, analisis SWOT serta penarikan kesimpulan untuk perancangan kampanye sosial.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bagian ini menjelaskan mengenai konsep desain perancangan media visual dan identitas visual yang sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan. Hasil perancangan menjelaskan keseluruhan konsep yang dilakukan dalam menjawab tujuan dari perancangan kampanye sosial pada produk Emina *Sun Battle SPF 50PA++*.

BAB V PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan akhir mengenai hasil perancangan yang telah dilakukan, karya yang telah dihasilkan dan rekomendasi dan saran untuk perancangan kedepannya.