

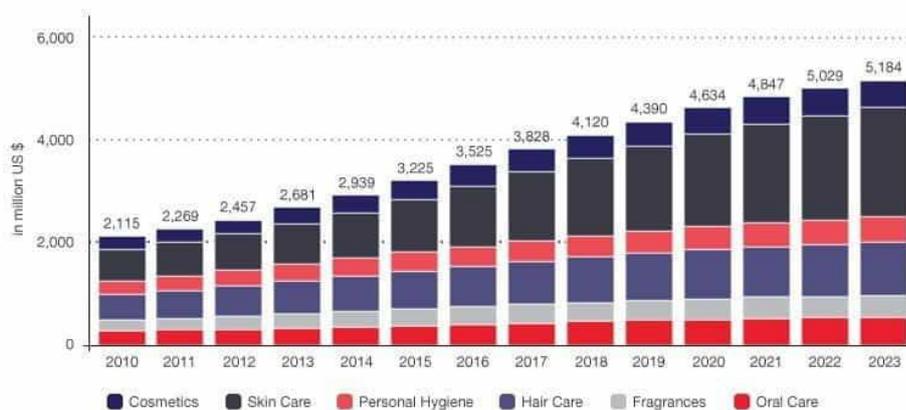
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peningkatan kesadaran akan kepentingan kecantikan dan kesehatan kulit belakangan ini telah menjadi perhatian yang lebih di kalangan masyarakat. Memahami konsep kecantikan bagi wanita adalah topik yang tidak akan habis untuk dibahas. Standar kecantikan bagi wanita di Indonesia sangatlah beragam. Setiap wanita memiliki pandangannya masing-masing mengenai apa itu definisi ‘cantik’ menurut pandangan mereka. Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh (Zap Beauty Index, 2019) pada 17.889 wanita di seluruh Indonesia, sebanyak 73,1% dari wanita di Indonesia memandang bahwa ‘cantik’ berarti memiliki kulit yang cerah dan *glowing*. Sementara itu, bagi 40,9% wanita lainnya, ‘cantik’ adalah dengan memiliki tubuh yang sehat dan bugar. Dengan semakin bervariasinya standar kecantikan menurut wanita di Indonesia, mendorong para wanita memiliki caranya masing-masing untuk mewujudkan kecantikan dirinya.

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kecantikan dan kesehatan kulit, wanita mengadopsi berbagai macam cara untuk mencapai standar kecantikan yang diinginkan (Zenius blog, 2022). Produk perawatan kulit menjadi salah satu pilihan utama, di mana pada masa kini, penggunaannya telah menjadi kebutuhan esensial bagi hampir semua individu dan bahkan menjadi bagian integral dari identitas diri wanita. Sebagai respons terhadap permintaan yang terus meningkat, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri ini, baik skala lokal maupun internasional, berlomba-lomba untuk menyediakan beragam jenis dan variasi produk yang sesuai dengan jenis dan kondisi kulit para konsumennya (Purnomo et al., 2021).



Gambar 1.1 Pertumbuhan Skincare di Indonesia, 2023
(Sumber: cekindo.com)

Perkembangan produk perawatan kulit juga sejalan dengan penggunaan internet menjadikannya sebagai sarana yang mempermudah akses informasi terkini tentang produk perawatan kulit, sehingga menjadikan para wanita dapat dengan mudah mengakses informasi terhadap produk perawatan kulit yang mereka butuhkan. Dampak positif dari kemudahan akses informasi ini adalah dengan semakin banyaknya data dan informasi yang dapat mengedukasi terkait keaslian produk, kandungan produk, serta legalitas produk tersebut. Sehingga akan dapat meningkatkan kesadaran terhadap penggunaan produk perawatan kulit yang aman.

Menurut informasi dari (cekindo.com), dalam gambar 1.1 yang menggambarkan perkembangan industri kosmetik di Indonesia, terlihat peningkatan yang konsisten dan signifikan dari waktu ke waktu. Produk perawatan kulit menjadi yang paling dominan dalam pasar, dengan penjualan tertinggi dibandingkan dengan produk kosmetik dekoratif, pembersih, perawatan rambut, parfum, dan produk perawatan mulut lainnya. Dari sini dapat disimpulkan bahwa industri kecantikan dan perawatan tubuh memiliki peran yang besar dalam membentuk konsep kecantikan yang diterima oleh masyarakat.

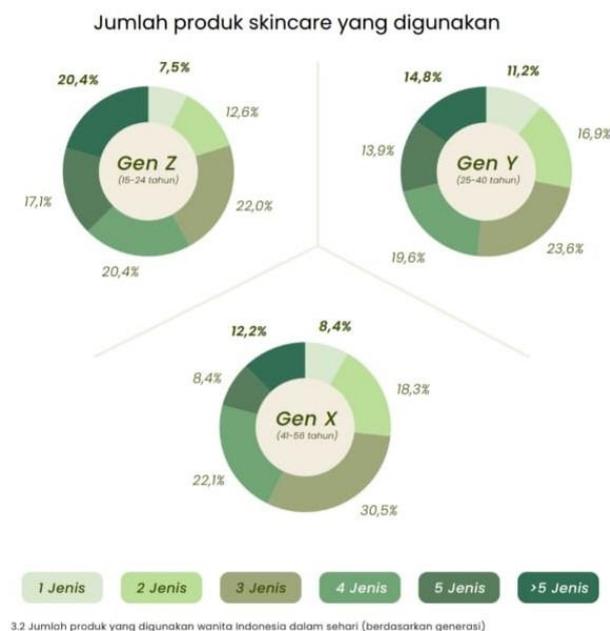
Selain itu, kemudahan akses informasi terkait produk perawatan kulit juga telah berdampak pada perubahan dan perluasan standar kecantikan wanita di Indonesia yang kini semakin dipengaruhi oleh standar kecantikan dari berbagai negara lain, termasuk Korea Selatan. Dengan popularitas budaya K-pop yang meluas di seluruh dunia, Korea Selatan sering kali diakui sebagai "kiblat" kecantikan global oleh masyarakat (Santoso et al., 2018). Pengaruh ini tercermin dalam pilihan produk perawatan kulit yang digunakan oleh wanita di Indonesia, yang tidak hanya terbatas pada produk lokal tetapi juga mencakup produk dari Korea Selatan. Faktanya, Korea telah menjadi produsen produk perawatan kulit yang paling diminati, yang sebagian besar dikaitkan dengan popularitas tren K-pop dan K-drama yang merajalela.

Namun, popularitas produk Korea ini juga membuka peluang bagi diproduksinya produk tiruan dari Korea Selatan yang mencoba meniru produk aslinya dengan iming-iming harga yang lebih terjangkau. Dengan demikian, maraknya produk palsu ini juga akan meningkatkan risiko penggunaan produk perawatan kulit berbahaya yang memiliki kandungan bahan kimia berbahaya, sehingga penting bagi produk-produk ini untuk menjalani uji coba dan memenuhi standar yang telah ditetapkan (Syauki et al., 2020).

Hal ini sejalan dengan regulasi izin produk yang beredar di dalam negeri. Banyak produk perawatan kulit dari luar negeri tidak memiliki legalitas, sehingga dapat dianggap sebagai produk ilegal. Perbedaan dalam komposisi produk perawatan kulit juga menjadi hal yang sangat penting karena setiap merek memiliki standar yang berbeda dalam penggunaan

bahan-bahan mereka. Begitu pula, tiap negara memiliki peraturan dan standar yang berbeda terkait penggunaan bahan-bahan tertentu dalam produk perawatan kulit mereka.

Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh (Zap Beauty Index, 2020) menunjukkan bahwa 74,3% wanita mengatakan jika produk perawatan kulit telah menjadi sangat penting bagi mereka. Mayoritas wanita mengonsumsi produk perawatan kulit sejak usia 18-22 tahun karena di usia tersebut wanita mulai merasa harus merawat diri karena tuntutan dari standar kecantikan yang berlaku, bahkan 23,8% wanita menggunakan produk perawatan kulit sebelum berusia 15 tahun. Permasalahan seperti kulit kering, kulit berminyak, kulit kusam, jerawat dan bekasnya menjadi beberapa alasan utama wanita menggunakan produk perawatan kulit. Menurut survei yang sama, 20,4% wanita generasi Z di Indonesia menggunakan 5 jenis produk perawatan kulit setiap harinya. Beberapa jenis produk yang umum digunakan oleh para wanita di antaranya adalah *Body lotion*, *face wash*, *moisturizer*, dan *sunscreen*.



Gambar 1.2 Jumlah produk skincare yang digunakan wanita Indonesia setiap harinya, 2023 (Sumber: Zap Beauty Index)

Dengan semakin meningkatnya penggunaan produk perawatan kulit di kalangan wanita Indonesia, diperlukan upaya yang sejalan untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang keamanan produk kecantikan kulit serta pentingnya menghindari penggunaan produk ilegal. Melalui pendekatan ini, diharapkan para wanita dapat lebih teredukasi tentang pentingnya memilih produk perawatan kulit yang telah teruji dan terjamin keamanannya. Langkah-langkah edukasi serta penyampaian informasi yang tepat juga perlu diterapkan untuk memastikan bahwa

konsumen memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuat keputusan yang bijaksana dalam memilih produk perawatan kulit yang sesuai dengan kebutuhan dan standar keamanan.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, yang bertindak sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas pengawasan produk obat, makanan, dan juga produk perawatan kulit, telah menetapkan kriteria-kriteria untuk mengidentifikasi produk perawatan kulit yang ilegal. Kriteria-kriteria tersebut mencakup produk perawatan kulit yang tidak memiliki izin edar resmi, produk yang mengandung bahan-bahan berbahaya, dan juga produk perawatan kulit yang merupakan barang palsu.

Menurut (BPOM, 2023), terdapat 13 produk perawatan kulit yang mengandung merkuri yang masih beredar secara ilegal di Indonesia. Data ini termasuk dalam 1.541 kasus produk kosmetik ilegal yang terdeteksi selama pengawasan pada tahun 2022 (CNN Indonesia, 2023).



Gambar 1. 3 Produk Kosmetik Ilegal yang Banyak Ditemukan di Indonesia, 2023
(Sumber: Instagram @bpom.ri)

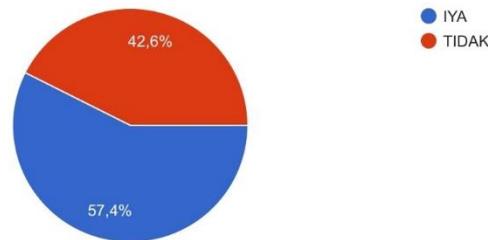
Selain adanya produk perawatan kulit palsu, penjualan krim pemutih ilegal atau produk *skincare* abal-abal semakin menjadi permasalahan umum di pasar. Sulitnya menghentikan peredaran produk ini telah menyebabkan penyebarannya yang luas. Faktor-faktor seperti harga yang terjangkau dan janji akan hasil instan menjadi daya tarik utama bagi masyarakat dalam memilih untuk membeli produk perawatan kulit ilegal.

8. Apakah anda pernah membeli/menggunakan salah satu produk perawatan kulit (skincare) di bawah ini:

Salin

1. Palsu
2. Mengandung bahan berbahaya
3. Ilegal

101 jawaban



Gambar 1. 4 Kuesioner pembelian produk perawatan kulit *skincare*, 2023
(Sumber: dokumen pribadi)

Berdasarkan data kuesioner dari 101 responden, 57,4% wanita di Indonesia pernah membeli atau menggunakan produk perawatan kulit palsu, mengandung bahan berbahaya, dan ilegal. Alasan mereka menggunakan produk tersebut adalah 54,5% dari mereka tidak menyadari bahwa produk yang mereka beli dan gunakan adalah produk perawatan kulit palsu, mengandung bahan berbahaya, dan ilegal. Selain itu, 23,8% dari mereka tergiur efek instan yang ditawarkan seperti memutihkan kulit, menghilangkan jerawat dan *flek* hitam juga membuat kulit tampak *glowing*. Sedangkan 11,9% dari mereka hanya coba-coba atau penasaran karena terbawa tren yang sedang beredar di media sosial.

12. Apa alasan anda membeli/menggunakan produk perawatan kulit (skincare) palsu, mengandung bahan berbahaya atau ilegal tersebut?

Salin

101 jawaban



Gambar 1. 5 Pie chart alasan pembelian produk perawatan kulit palsu, mengandung bahan berbahaya, dan ilegal, 2023
(Sumber: dokumen pribadi)

Berdasarkan pengamatan yang didapatkan, 80,2% wanita mengatakan bahwa sangat penting untuk memeriksa komposisi, keaslian dan izin produk perawatan kulit sebelum membeli atau menggunakannya. Meskipun demikian, sebagian dari mereka belum sepenuhnya mengetahui bahan-bahan berbahaya lainnya yang ada dalam produk perawatan kulit selain

merkuri. Dampak dari penggunaan merkuri dalam produk perawatan kulit dapat mencakup perubahan warna kulit, munculnya bintik-bintik hitam, reaksi alergi, iritasi, dan pada dosis yang tinggi, dapat menyebabkan kerusakan permanen pada organ seperti otak dan ginjal, serta gangguan perkembangan janin. Bahkan, paparan merkuri dalam dosis tinggi dalam jangka pendek dapat menyebabkan gejala seperti muntah, diare, dan kerusakan paru-paru, dan merkuri juga dianggap sebagai zat karsinogenik (Hidayati et al., 2018). Selama tidak mengalami dampak yang langsung terlihat pada kulit, mereka tidak berhenti menggunakan produk tersebut. Mereka juga tidak menyadari konsekuensi jangka panjang yang dapat timbul akibat penggunaan produk *skincare* yang mengandung bahan berbahaya. Selain itu, maraknya produk *skincare* palsu yang beredar membuat mereka sering kali tidak sadar membeli atau menggunakan produk palsu yang sudah pasti merupakan produk ilegal.

Dalam menghadapi tantangan terkait penyebaran produk perawatan kulit ilegal, terutama di kalangan wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia, penting untuk merancang solusi edukasi yang efektif. Media sosial telah menjadi platform yang mudah diakses dan sangat populer di kalangan remaja. Selain itu, menurut penelitian oleh (SF Triananda et al. 2021), media sosial memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk gaya hidup remaja. Berdasarkan hal ini, kampanye melalui media sosial merupakan langkah efektif yang dapat diambil untuk memberikan edukasi tentang penggunaan produk perawatan kulit yang aman kepada wanita berusia 17-25 tahun. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan X (Twitter) menjadi sumber informasi yang populer bagi kalangan remaja, media sosial tersebut menjadi media yang tepat untuk dijadikan sarana kampanye edukasi terkait produk *skincare* yang aman, karena umumnya dapat mendukung konten berupa foto dan video (Oktafiana & Kristiana, 2021).

Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman audiens tentang pentingnya memilih produk perawatan kulit (*skincare*) dengan cerdas dan bijak. Melalui media sosial, kampanye ini akan menyampaikan informasi terkait keaslian, bahan-bahan berbahaya, dan legalitas produk perawatan kulit. Dengan memberikan edukasi yang mudah diakses dan informatif, diharapkan wanita dalam rentang usia tersebut dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan memahami dampak dari produk yang mereka gunakan secara lebih sadar. Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa para wanita akan menjadi lebih proaktif dalam memilih produk perawatan kulit yang aman dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam merancang kampanye ini, penulis akan bekerja sama dengan pihak lain berupa organisasi/komunitas yang akan menjadi *stakeholder* untuk mendukung perancangan

kampanye ini. Perancangan ini akan didukung oleh Komunitas Girl Boss Indonesia yang merupakan wadah di mana perempuan Indonesia dapat berkembang dan melatih diri mereka untuk meraih masa depan yang lebih cerah. Komunitas ini didirikan oleh Michelle Florence A. pada bulan Agustus 2022. Sebagai wadah daring, Girl Boss Indonesia terbuka untuk perempuan di seluruh Indonesia yang memiliki tekad untuk meningkatkan nilai dan potensi pribadi mereka. Dengan visi dan misi yang sejalan dalam memberikan edukasi kepada perempuan di Indonesia, penulis dan Komunitas Girl Boss Indonesia akan bekerja sama untuk merealisasikan kampanye ini.

Dengan demikian, diharapkan perancangan kampanye yang dilakukan oleh penulis akan berjalan dengan efektif dan memberikan dampak positif bagi target audiensnya, yaitu para wanita Indonesia berusia 17-25 tahun. Melalui kampanye ini, diharapkan akan tercipta pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya memilih produk perawatan kulit yang aman, serta meningkatnya kesadaran akan dampak produk yang digunakan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diringkas menjadi identifikasi masalah, berikut di bawah ini adalah identifikasi masalah:

1. Berdasarkan data dari BPOM RI pada 2023 ditemukan 13 produk perawatan kulit ilegal mengandung merkuri yang masih beredar di Indonesia. Data tersebut termasuk dalam 1.541 kasus kosmetik ilegal yang ditemukan pada saat pengawasan pada tahun 2022.
2. Berdasarkan hasil dari kuesioner, 57,4% Wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia pernah membeli atau menggunakan produk perawatan kulit palsu, mengandung bahan berbahaya, dan ilegal serta 44,6% dari mereka mengalami efek samping dari penggunaan produk tersebut dari 101 responden.
3. Berdasarkan hasil dari kuesioner, 71,3% wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia tidak mengetahui jenis kandungan berbahaya dalam produk perawatan kulit selain merkuri dari 101 responden.
4. Berdasarkan hasil dari kuesioner, 51,5% wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia masih kesulitan membedakan produk perawatan kulit asli dan palsu dari 101 responden.
5. Berdasarkan hasil dari kuesioner, 50,5% wanita berusia 17-25 memilih ragu-ragu terkait kemudahan dalam mengakses informasi terkait produk perawatan kulit ilegal yang beredar di Indonesia dari 101 responden.

1.3. Rumusan Masalah

“Bagaimana merancang Kampanye Edukasi Cerdas Memilih Produk Perawatan Kulit Untuk Wanita Usia 17-25 yang efektif dan informatif?”

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah fokus pada upaya memberikan edukasi kepada wanita di Indonesia. Agar tidak meluas, maka batasan masalah yang akan digunakan dalam permasalahan ini adalah:

6. Perancangan kampanye edukasi cerdas dalam memilih produk perawatan ini ditujukan untuk wanita usia 17-25 tahun.
7. Perancangan ini membahas edukasi tentang cara menghindari produk perawatan kulit palsu, mengandung bahan berbahaya, dan ilegal serta bahaya dan dampak menggunakan produk tersebut dalam jangka panjang bagi kesehatan.
8. Perancangan ini membahas jenis bahan berbahaya yang terkandung di dalam produk perawatan kulit.
9. Perancangan ini hanya membahas produk perawatan kulit, tidak termasuk produk perawatan rambut, kosmetik, dan *beauty tools*.
10. Perancangan ini dibuat untuk wanita di Indonesia untuk cerdas dalam memilih produk perawatan. Karena itu, dibutuhkan penggunaan media visual yang menarik untuk meningkatkan pemahaman wanita di Indonesia tentang produk perawatan kulit yang aman bagi kesehatan.

1.5. Tujuan Perancangan

Melalui rumusan masalah akan terbentuknya sebuah tujuan perancangan, di antaranya:

1. Memberikan kesadaran kepada wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia agar bijak memilih produk perawatan kulit yang aman bagi kesehatan.
2. Memberikan edukasi terkait cara memeriksa keaslian, kandungan, dan legalitas produk perawatan kulit serta dampak dari pemakaian produk tersebut kepada wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia.
3. Memberikan edukasi terkait jenis bahan berbahaya yang terkandung dalam produk perawatan kulit kepada wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia.
4. Memberikan wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia edukasi berupa petunjuk untuk membedakan produk perawatan kulit asli dan palsu.
5. Memberikan kemudahan kepada Wanita berusia 17-25 tahun di Indonesia untuk mengakses informasi terkait produk perawatan kulit ilegal berdasarkan data terpercaya.

1.6. Manfaat Perancangan

a. Bagi Penulis

Memanfaatkan ilmu atau teori yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa desain komunikasi visual serta mengetahui proses perancangan kampanye edukasi cerdas memilih produk perawatan kulit.

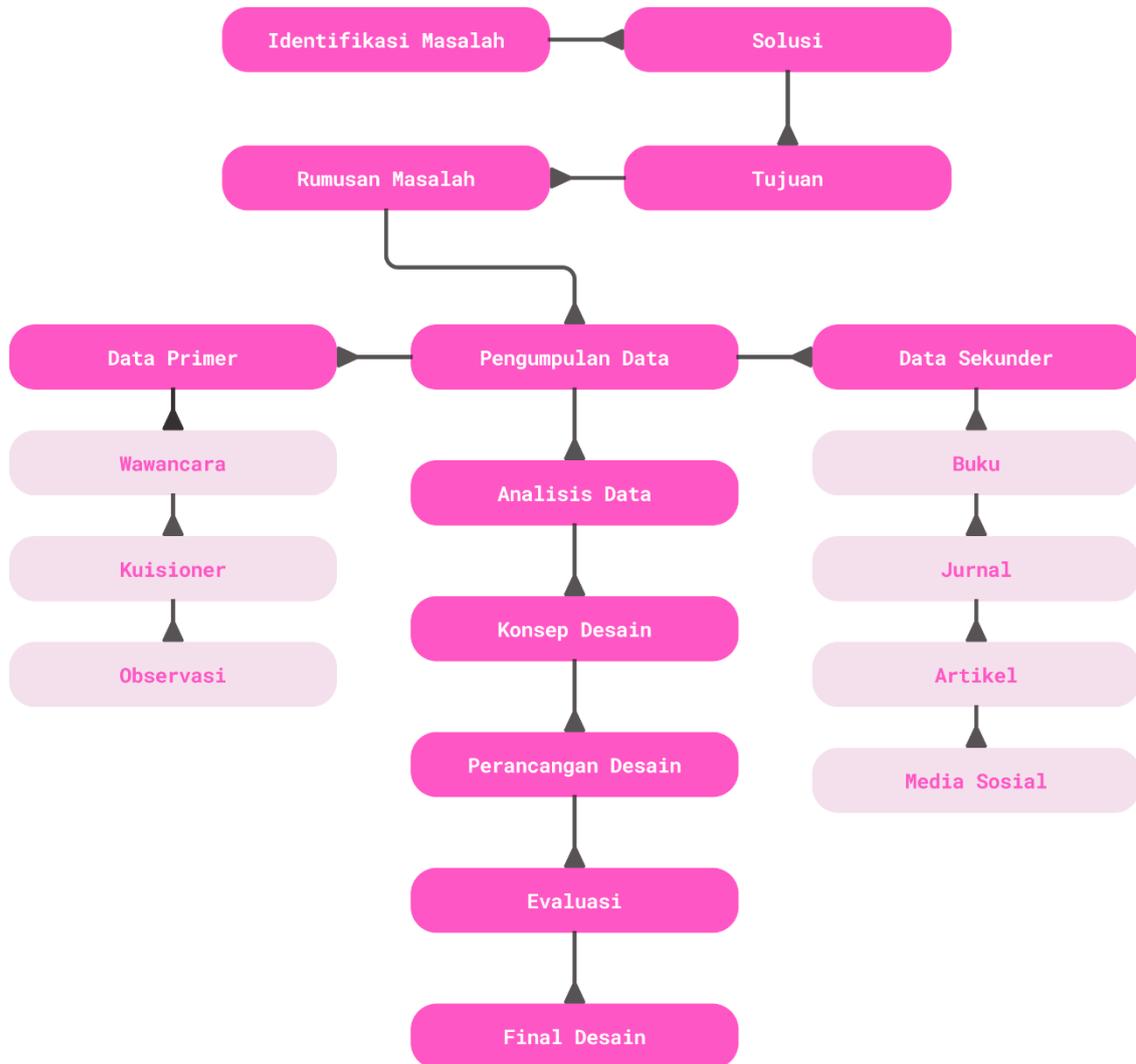
b. Bagi Khalayak

Perancangan ini diharapkan meningkatkan *awareness* terhadap penggunaan produk *skincare* yang aman bagi kulit dalam jangka panjang. Khalayak akan menyadari bahwa memeriksa keaslian, kandungan berbahaya, dan legalitas sebelum membeli atau menggunakan produk perawatan kulit (*skincare*) adalah hal yang penting bagi khalayak.

c. Bagi Universitas

Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat menciptakan sebuah karya yang efektif dan memberikan solusi yang berguna. Selain itu, karya ini dapat berfungsi sebagai sumber referensi bagi pihak perpustakaan dan menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca.

1.7. Kerangka Berpikir



Gambar 1. 6 Kerangka Berpikir, 2023
(Sumber: Dokumen pribadi)