

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beauty Barn merupakan pelopor metode fitoterapi pertama pada produknya di Indonesia. Beauty Barn berdiri pada tahun 2012 oleh Welly Ng. Beauty Barn memproduksi produk *skin care*, *health care*, dan *home care* yang terbuat dari bahan 100% natural, aman, dan aman untuk anak yang memiliki alergi pada kulit. Beauty Barn memiliki tujuan yang mulia yakni melihat anak – anak Indonesia tumbuh sehat, bahagia, dan terbebas dari alergi. Beauty Barn memiliki lebih dari 70 produk tetapi tidak semua produk diminati oleh konsumen (Mulyani, 2020).

Menurut ibu Mulyani selaku *community coordinator* Beauty Barn menyatakan bahwa Sun Shield merupakan produk yang kurang diminati. Sun Shield Beauty Barn memiliki kandungan SPF 30, *water resistant*, menggunakan bahan natural, dan melindungi kulit dari sinar UV. Sun Shield Beauty Barn memiliki dua ukuran yaitu 30 ml dengan harga Rp 85.000 dan 60 ml 125.000. Sun Shield Beauty Barn sangat berperan untuk melindungi kulit dari sinar UV. Sun Shield Beauty Barn berbeda dengan *sun block*. Sun Shield Beauty Barn merupakan bagian dari *sun screen* yang memiliki tekstur dan kandungan yang lebih ringan dengan didukungnya menggunakan bahan natural sehingga cocok untuk kulit sensitif. Berbeda dengan *sun block* yang memiliki tekstur lebih berat pada wajah. Walaupun begitu keduanya memiliki manfaat yang sama yaitu melindungi kulit dari sinar UV. Sinar UV memiliki dampak negatif bagi kulit seperti belang pada kulit, rasa terbakar, gosong, penuaan dini dan dampak

terburuknya yaitu kanker kulit (Isfardiyana, S.H., & Safitri, S.R., 2014). Menurut database Registrasi Kanker Berbasis Rumah Sakit Dr Sardijto, kasus kanker kulit menempati urutan ke – 7 (*Jogja Cancer Registry*, 2018). Di Indonesia kanker kulit dibagi menjadi beberapa kategori dan dari kategori tersebut jenis BBC merupakan yang tertinggi (65,5%), SCC (23%), melanoma maligna (7,9%) (Wardhana, M., Darmaputra, I.G.N., Adhilaksman, I.G.N., Pramita, N.Y.M., Maharis, R.F., Puspawati, M.D., Karmila, I.G.A.A.D., Praharsini, I.G.A.A., Indira, I.G.A.A.E., & Suryawati, N, 2019).

Melihat data yang ada penulis melakukan evaluasi dan ditemukan beberapa masalah jika dilihat melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 100 orang sesuai dengan rumus slovin yaitu Beauty Barn kurang mempromosikan Sun Shield sehingga orang tidak tahu bahwa Beauty Barn memiliki produk Sun Shield mengakibatkan Sun Shield kurang diminati, sebanyak 67,1% tidak mengetahui bahwa Beauty Barn memiliki produk Sun Shield dan 56% tidak membiasakan anak untuk menggunakan *sun screen* dan cenderung menggunakannya saat liburan (seperti ke pantai) saja.

Melihat dari fenomena tersebut penulis melihat perlu diadakan promosi Sun Shield Beauty Barn untuk membujuk orang tua agar peduli terhadap kesehatan kulit anak dengan menggunakan sun shield Beauty Barn. Penulis akan menggunakan iklan sebagai bentuk promosi. Iklan merupakan sebuah pesan yang memiliki tujuan untuk menginformasi, membujuk, mempromosi, dan memotivasi agar orang tertarik pada sebuah merek/produk (Landa, 2010). Promosi merupakan upaya penjual untuk menyalurkan sebuah informasi dan persuasi dengan tujuan

untuk menjual sebuah jasa/produk (Morissan, 2010). Dengan adanya promosi produk sun shield Beauty Barn, diharapkan agar para ibu lebih peduli terhadap kesehatan kulit anak dengan menggunakan produk Sun Shield Beauty Barn sehingga dapat meningkatkan penjualan produk kurang diminati yaitu Sun Shield.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan promosi Sun Shield Beauty Barn melalui perancangan iklan untuk mempersuasi orang tua agar peduli terhadap kesehatan kulit anak?

1.3. Batasan Masalah

A. Demografis

Usia : 20 – 34 tahun

Gender : Wanita

Pendidikan: Minimal pendidikan SMA

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Kelas ekonomi : Ses B – Ses A

B. Geografis

Kota / Kabupaten : JABOTABEK, Surabaya, Medan, Bali, Semarang & Bandung

C. Psikografis

Gaya Hidup : Memiliki anak usia diatas 6 bulan dan peduli kepada kesehatan anak.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Mempersuasi orang tua agar peduli terhadap kesehatan kulit anak dengan menggunakan Sun Shield Beauty Barn.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis, dalam perancangan promosi Sun Shield Beauty Barn penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama waktu perkuliahan, menambah wawasan penulis dengan topik yang diangkat, dan memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds.).
2. Manfaat bagi orang lain, diharapkan dengan perancangan ini dapat meningkatkan penjualan produk Sun Shield Beauty Barn dan meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan kulit anak.
3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara agar sebagai acuan dan referensi bagi calon peneliti generasi berikutnya.