



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Soeratri (1993), tabir surya atau *sunscreen* adalah produk yang digunakan pada permukaan tubuh dengan kandungan senyawa yang berfungsi untuk menyerap sinar Matahari. Indonesia sendiri merupakan negara tropis yang terletak pada garis khatulistiwa, di mana potensi sinar Matahari di Indonesia cukup tinggi. Dilansir dari kompas.com (2020) menurut BMKG, Indonesia memiliki Indeks UV atau tingkat paparan radiasi sinar Matahari yang cenderung tinggi. Pada kota besar seperti Jabodetabek, UV indeks dapat mencapai angka 11 (*extreme*), yang berarti memiliki risiko bahaya yang ekstrim terutama bagi kulit, seperti perubahan tekstur kulit, penuaan dini, dan kanker kulit. Maka dari itu diperlukanlah pemakaian *sunscreen*, sebab selain mencegah bahaya sinar matahari bagi kulit, *sunscreen* dapat menjaga warna kulit tetap rata dan awet muda, dan memberikan kelembapan.

Pada usia 17 tahun, remaja mengalami lonjakan hormon yang mengakibatkan timbulnya jerawat-jerawat, sehingga mulai mencari tahu tentang perawatan kulit. Hal itu dapat dibuktikan dari survei yang dilakukan oleh ZAP Beauty Index 2020, dari 6.460 responden sebanyak 45,5% memakai *skincare* untuk merawat kulit dari usia di bawah 19 tahun. Dilansir dari artikel kompas.com dan antaranews.com, sebelum memasuki usia 25 tahun, yaitu usia remaja akhir (18-24 tahun) disarankan untuk memulai perawatan kulit secara rutin, sebab umumnya pada usia 25 tahun kesehatan kulit mengalami penurunan. Menurut data dari laman meetdoctor.com, wanita dinyatakan lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan dengan pria sebab sebanyak 70% yang melakukan konsultasi kesehatan adalah wanita (Sasongko, 2014). Selain itu, menurut survei dari ZAP Beauty Index (2020), wanita pada generasi Z hampir menggunakan seluruh pendapatannya untuk perawatan kulit dan kecantikan (Pramita, 2020).

Pada 2020 terjadi peningkatan penjualan yang besar terhadap *sunscreen* hingga mencapai 55,2% dan diperkirakan akan terus meningkat. Namun, masih banyak masyarakat kurang mengerti bagaimana cara penggunaan *sunscreen* yang benar (Anggita, 2021). Dilansir dalam merdeka.com (2017), ahli kosmetik, Mamie McDonald menyatakan bahwa *sunscreen* merupakan *skincare* atau perawatan kulit terpenting yang harus dipakai dengan benar dan tepat, karena apabila kita tidak menggunakan *sunscreen*, perawatan lainnya akan sia-sia. Dalam artikel berjudul “7 *Sunscreen Mistakes That Hurt Your Skin*” dalam *everydayhealth.com* yang diakses pada 8 September 2021, dikatakan bahwa kebanyakan orang tidak memakai *sunscreen* walaupun di dalam ruangan dan hanya dipakai berpergian. Selain itu, *sunscreen* dipakai dalam jumlah yang terlalu sedikit sehingga penggunaan manfaat SPF (*Sun Protection Factor*) jadi berkurang. *Sunscreen* juga tidak diratakan dengan baik ketika pengaplikasian dan beberapa spot dalam wajah, seperti kelopak mata, sering dilupakan ketika pemakaian *sunscreen* padahal area tersebut memiliki resiko kanker kulit tertinggi. Pengaplikasian ulang atau *reapply* jarang dilakukan, di mana hal itu merupakan kunci utama dalam pemakaian *sunscreen*. Beberapa orang bahkan tidak memperhatikan tanggal kadaluarsa pada *sunscreen* sehingga efektivitas SPF menjadi berkurang dan mengakibatkan kerusakan kulit (Lawler, 2021).

Dalam artikel pada laman *thebrightside.supergoop.com* terdapat beberapa pembahasan dengan memberikan bukti nyata dari pengalaman pemakaian *sunscreen* dengan tepat. Berdasarkan pengalaman dari pemakaian *sunscreen* dengan tepat, mereka merasakan bahwa dengan memakai *sunscreen* setiap hari dan melakukan *reapply* setelah memakai *skincare*, kulit terlihat menghasilkan perubahan yang lebih baik dibandingkan dengan memakai *skincare* saja, seperti tidak lagi berjerawat, lembap, warna kulit menjadi rata, dan menghilangkan bercak pada kulit.

Berdasarkan data-data yang dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa masyarakat tidak memiliki pemahaman akan pemakaian *sunscreen* dengan benar sehingga mengakibatkan masalah-masalah kulit. Hal tersebut dapat terjadi karena

kurangnya informasi dan edukasi yang luas kepada masyarakat. Menurut Jackson (dalam Ruslan, 2008), kampanye dapat memberikan materi, informasi, serta tujuan kampanye secara lengkap agar dapat mengedukasi publik dan menjangkau target secara luas. Maka dari itu, penulis melakukan perancangan kampanye untuk mengajak serta mengedukasi masyarakat, terutama wanita untuk memakai *sunscreen* dengan benar.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ditemukan adalah

1. Bagaimana perancangan kampanye untuk membangun kesadaran akan pemakaian *sunscreen* yang benar pada wanita 17-24 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan kampanye ini dibatasi pada:

- a. Geografis :
Kota/kabupaten : Jabodetabek (wilayah urban dengan tingkat UV indeks yang tinggi)
- b. Demografis :
Usia : 17 – 24 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan (lebih peduli kesehatan)
SES : B-B+
- c. Psikografis :
Sikap : Perempuan dengan kesadaran tinggi terhadap kesehatan kulit dan perawatan diri
Perilaku : Sering membeli dan memakai *skincare*, melakukan perawatan kecantikan, sering beraktifitas (produktif), dan memiliki mobilitas yang tinggi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan ini adalah membuat kampanye untuk memberikan kesadaran kepada wanita mengenai pemakaian sunscreen yang benar agar dapat memahami dan mengetahui pemakaian *sunscreen* dengan tepat

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan kampanye untuk membangun kesadaran pemakaian *sunscreen* dengan benar pada wanita memiliki manfaat yang berbeda sesuai dengan penerimanya. Manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat Bagi Penulis

Manfaat perancangan kampanye ini bagi penulis adalah dapat memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai *sunscreen* terutama manfaatnya. Perancangan kampanye ini merupakan sebuah bentuk implementasi terhadap pembelajaran yang selama ini dipelajari pada masa perkuliahan. Perancangan ini juga menjadi media bagi penulis untuk memenuhi syarat kelulusan.

2. Manfaat Bagi Orang Lain

Manfaat perancangan kampanye ini bagi orang lain adalah dapat memberikan pengetahuan yang lebih dalam mengenai *sunscreen* serta memberikan kesadaran untuk lebih merawat kulit dengan baik dan benar.

3. Manfaat Bagi Universitas

Manfaat perancangan kampanye ini bagi universitas adalah dapat menjadi referensi serta tolok ukur mahasiswa mahasiswi tingkat selanjutnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A