Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penggunaan produk perawatan kecantikan, khususnya *skincare* telah menembus pasar global. Penjualan *skincare* menjadi salah satu sumber utama dari *world's value sales* sebanyak 51%. *Facial* menjadi salah satu produk terbanyak yang digunakan dalam perawatan *skincare*, dengan Indonesia menjadi penyumbang kedua terbesar dalam pertumbuhan pasar *skincare* secara global. Produk perawatan kecantikan *facial*, khususnya *face mask* berada di peringkat 10 teratas, yaitu dengan angka penjualan sebesar 4,5 juta. Salah satu jenis *face mask* yang memiliki popularitas tinggi dan marak diperjualbelikan dalam pasar yaitu *sheet mask*. *Sheet mask* adalah material berupa lem*bar*an tipis yang mengandung esens atau serum yang bertujuan untuk membantu permasalahan kulit secara spesifik dalam waktu singkat. Penggunaan *sheet mask* ini juga bersifat sekali pakai, sehingga *sheet mask* menjadi salah satu penyumbang limbah kecantikan yang sulit didaur ulang. Pencarian data atas fenomena ini dilakukan oleh penulis melalui wawancara ahli, kuisioner, FGD, serta studi referensi dan literatur. Ditemukan bahwa masalah penggunaan *sheet mask* sekali pakai dalam perawatan kecantikan belum sepenuhnya menjadi perhatian masyarakat Indonesia khususnya generasi muda yang gemar menggunakan produk kecantikan yang dianggap praktis. Masih kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia akan bahaya dari penggunaan *sheet mask* dapat berdampak besar terhadap lingkungan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk merancang sebuah kampanye interaktif yang diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menghindari dan mengganti pemakaian *sheet mask* sekali pakai dengan produk *facial* yang lebih ramah lingkungan, yaitu masker DIY yang dapat dibuat sendiri dan dipersonalisasi sesuai kebutuhan dan selera penggunanya.

Metode perancangan yang digunakan oleh penulis dalam merancang kampanye interaktif yaitu manajemen kampanye oleh Venus dan *Human Centered*

Design oleh IDEO. Tahapan yang diambil oleh penulis dalam perancangan pesan kampanye perencanaan dan pengembangan, sedangkan untuk perancangan visualisasi kampanye ini adalah *inspiration*, *ideation*, dan *implementation*. Ditentukan empat kata kunci, yaitu personal, natural, *sustainable* dan *harmony*, untuk mendasari *big idea* yang ditentukan penulis, yaitu "*Express your beauty with nature and sustainability*". Konsep dari kampanye ini adalah untuk merancang kampanye yang dapat mendorong pengguna *skincare* untuk tertarik mengekspresikan kecantikan wajah dengan istilah dari alam untuk alam, yaitu dengan menggunakan bahan alami akan mendorong adanya rasa tanggung jawab akan *eco-living*. Penyusunan kampanye mulai dari identitas hingga penentuan media-media yang menerapkan strategi AISAS, serta visualisasi aset yang digunakan dan diimplementasikan menjadi sebuah kesatuan *prototype* website dengan menggunakan bantuan aplikasi Figma.

Prototype ini kemudian melalui proses testing dengan dua tahap, yaitu tahap *alpha* dan *beta testing*. Iterasi dilakukan setelah adanya *feedback* pada aspek visual dan interaktivitas yang didapatkan dari peserta *testing*. Hasil perbaikan *prototype* kemudian diberikan kepada target audiens yang telah ditentukan oleh penulis untuk di*testing* kembali. Penilaian dan *feedback* kembali didapatkan penulis, dengan kesimpulan akhir bahwa kampanye berbasis website interaktif ini mampu memberikan informasi edukatif mengenai bahaya sampah *sheet mask*, serta mengajak pengguna secara persuasif untuk beralih ke alternatif produk facial yang lebih ramah lingkungan yaitu masker DIY.

5.2 Saran

Selama proses penelitian dan perancangan ini berlangsung, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dari penulis dalam perihal manajemen waktu proyek tugas akhir ini, sehingga penulis masih membutuhkan dukungan dan pengingat, terutama yang berasal dari orang-orang terdekat penulis. Penulis masih belum sepenuhnya menguasai beberapa aspek dalam perencanaan kampanye dikarenakan penulis harus mempelajari lebih dalam beberapa materi yang bukan sepenuhnya merupakan ranah dari penulis sebelumnya.

Berdasarkan pengalaman pengerjaan laporan serta karya yang dijalankan oleh penulis, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat dipertimbangkan oleh peneliti atau mahasiswa yang akan mengambil tema sejenis untuk penelitian:

1. Menentukan batasan yang jelas dari fenomena atau permasalahan sehingga fokus kampanye lebih dapat dikerucutkan.
2. Pemilihan topik dipertimbangkan dari berbagai aspek, semisal karena topik selaras dengan *passion*, serta seberapa *feasible* tema yang akan diangkat.
3. Melakukan diskusi atau bertukar pendapat dengan orang lain, sehingga dapat mengembangkan ide solusi desain dengan lebih komprehensif dan kreatif, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu pengerjaan.
4. Mengembangkan dan bereksperimen dengan media yang digunakan dalam kampanye, sehingga dapat menyampaikan pesan kampanye yang lebih efektif dan *engaging* terhadap audiens.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA