

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan *skincare* telah menjadi bagian dari rutinitas perawatan kulit bagi sebagian besar orang, khususnya perempuan. Dewasa ini, terdapat berbagai macam produk *skincare* dan rutinitas penggunaan *skincare* yang hadir di masyarakat. Rutinitas penggunaan *skincare* tersebut dapat diadopsi dari teman, tontonan video, kondisi finansial, hingga budaya populer. Hal ini diketahui dari studi pendahuluan melalui wawancara singkat yang dilakukan pada rentang 30-31 Agustus 2024 dengan tiga pengguna produk *skincare* yang beragam.

Saat ini, rutinitas penggunaan *skincare* sehari-hari dari para perempuan melibatkan penggunaan 5 hingga 6 produk untuk perawatan pagi dan malam hari (Firdaus, 2024). Namun, menurut Kalwat dan Pięta (2023), penggunaan produk *skincare* yang berlebihan dinilai kurang efektif karena dapat menyebabkan masalah kulit seperti iritasi, *eczema*, hingga alergi (h.4551). Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari Tiffani Afifa, seorang *influencer* yang pernah menerapkan rutinitas tahapan *skincare* kompleks, salah satunya yaitu rutinitas 10 tahapan ala Korea Selatan (CNN Indonesia, 2023). Penerapan rutinitas *skincare* kompleks tersebut justru menimbulkan masalah kulit pada wajahnya, seperti *breakout* dan kehitaman pada beberapa area wajah (CNN Indonesia, 2023).

Dibandingkan menerapkan rutinitas penggunaan *skincare* yang melibatkan banyak tahapan, Arini Astasari Widodo, seorang dokter spesialis kecantikan menyarankan konsep *skin minimalism* (CNN Indonesia, 2023). *Skin minimalism* merupakan konsep perawatan kulit yang menekankan penggunaan produk *skincare* seperlunya agar lebih fokus terhadap kebutuhan dan masalah kulit yang sedang dialami (Kalwat dan Pięta, 2023, h.4451). Hal ini didukung dengan hasil studi pendahuluan melalui wawancara singkat dengan dr. Kartika Lestari pada 2 September 2024, yang menyatakan bahwa perempuan dewasa awal berusia 20 tahun ke atas memang sebaiknya menerapkan rutinitas *basic skincare* yang terdiri

atas *cleansing*, *moisturizing*, dan *sun screen* terlebih dahulu secara konsisten untuk memenuhi kebutuhan utama kulit.

Namun, pengaruh paparan informasi dari internet, seperti media sosial seringkali masih memengaruhi para individu untuk mengikuti tren penggunaan *skincare* yang sedang berkembang (Joshi *et al.*, 2022, h.85). Hal tersebut juga didukung dengan hasil studi pendahuluan dengan dr. Kartika, bahwa paparan informasi tersebut memengaruhi pola pikir dan persepsi masyarakat untuk menerapkan rutinitas perawatan yang kompleks. Apabila rutinitas perawatan kulit yang berlebihan dan rumit terus diterapkan oleh para perempuan, hal tersebut akan menimbulkan perilaku konsumtif dan menyebabkan *skin barrier* pada wajah kehilangan fungsi utamanya (Rahmawaty, 2020, h.7).

Selama ini, masih terdapat anggapan bahwa rutinitas penggunaan *skincare* yang minimalis, seperti *basic skincare*, kurang efektif untuk memenuhi kebutuhan dan masalah kulit. Hal tersebut diketahui dari hasil studi pendahuluan melalui wawancara singkat yang dilakukan pada 30 Agustus 2024 kepada pengguna produk *skincare*. Berdasarkan hasil observasi digital, terdapat salah satu kampanye yang pernah membahas mengenai *skin minimalism*. Namun, topik utama dari kampanye yang diangkat lebih terfokus pada tanggung jawab konsumsi produk *skincare* sebelum membeli produk *skincare* baru, sehingga pembahasan mengenai topik *skin minimalism* pada kampanye tersebut masih terbatas.

Melalui permasalahan dan urgensi yang telah dijelaskan, penulis mengetahui bahwa perancangan kampanye sosial mengenai penerapan *skin minimalism* bagi perempuan dibutuhkan sebagai solusi. Perancangan kampanye sosial berfungsi untuk mengajak dan mendorong para perempuan untuk menerapkan rutinitas penggunaan *skincare* yang terfokus pada masalah dan kebutuhan utama kulit, salah satunya dengan menerapkan *skin minimalism*. Dengan adanya perancangan kampanye sosial tersebut, diharapkan para perempuan dapat memaksimalkan tahapan *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan utama kulit.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada pemaparan latar belakang pada bagian sebelumnya, penulis menarik beberapa rumusan masalah, yakni sebagai berikut:

1. Rutinitas perawatan kulit yang rumit dan penggunaan produk *skincare* berlebihan dapat menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif dan masalah kulit, seperti *skin barrier* yang kehilangan fungsi utamanya.
2. Adanya persepsi di kalangan masyarakat untuk menerapkan rutinitas perawatan yang melibatkan banyak tahapan akibat paparan informasi dari internet mengenai tren penggunaan *skincare* dan pandangan bahwa rutinitas *skincare* minimalis kurang efektif untuk memenuhi kebutuhan dan masalah kulit.
3. Terbatasnya kampanye yang mengangkat topik mengenai *skin minimalism* di Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai penerapan *skin minimalism* bagi perempuan?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan kampanye sosial ini ditujukan kepada perempuan dewasa awal berusia 20 hingga 24 tahun, pendidikan minimal SMA, SES B, berdomisili di daerah Jabodetabek yang merupakan pengguna *skincare* untuk perawatan kulit. Adapun konten perancangan media persuasi yang akan diangkat meliputi pengenalan rutinitas perawatan kulit *skin minimalism*, tahapan untuk menerapkan *skin minimalism*, serta manfaat dari penerapan *skin minimalism*. Adapun perempuan usia 20 hingga 24 tahun dipilih karena rentang usia 18 hingga 24 tahun merupakan masa dewasa awal, sehingga mereka mulai memerhatikan penampilan dan kecantikan diri dengan melakukan perawatan tubuh, khususnya pada wajah (Dewi dan Nursanti, 2022, h.1).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis pada bagian sebelumnya, tujuan yang ditetapkan oleh penulis adalah membuat perancangan kampanye sosial mengenai penerapan *skin minimalism* bagi perempuan berusia 20 hingga 24 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini memiliki beberapa manfaat. Manfaat tersebut terbagi menjadi manfaat teoretis dan praktis.

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat merubah persepsi di kalangan masyarakat bahwa penerapan rutinitas *skin minimalism* yang mengutamakan *basic skincare* lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan utama kulit wajah. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya sebagai referensi bagi para peneliti lainnya yang memiliki ketertarikan untuk membahas materi *skin minimalism*. Selain bagi para peneliti lainnya yang memiliki ketertarikan mengenai *skin minimalism*, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi para peneliti yang ingin mengembangkan media kampanye lainnya.

2. Manfaat Praktis:

Melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan media pembelajaran bagi para peneliti maupun mahasiswa lain yang memiliki ketertarikan pada bidang serupa, yaitu kecantikan. Selain hal tersebut, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan media pembelajaran terkait pilar persuasi dalam Desain Komunikasi Visual, yakni mengenai kampanye. Terakhir, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dokumentasi dan arsip bagi universitas terkait pelaksanaan Tugas Akhir yang dirancang oleh penulis.