

Design Catalog



dkv

desain
komunikasi
visual
universitas
multimedia
susantara



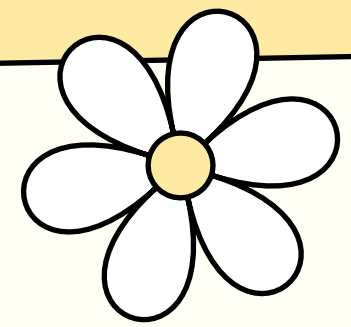
Perancangan Konten Edukasi Digital mengenai Bahan

Bakuchiol

sebagai Skincare untuk Kulit Sensitif

Joanna Young - 00000075670



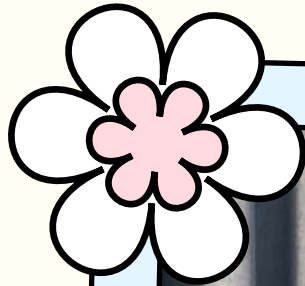


Daftar Isi

Desainer	2
Pendahuluan	3
Creative Brief	5
Ide & Konsep	14
Media Attention	21
Media Interest	25
Media Desire	31
Media Action	34

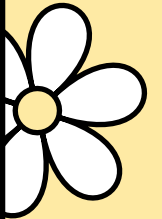


Designer



Joanna Young

Pendahuluan





Latar Belakang

Skincare merupakan produk perawatan kulit yang digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan seperti jerawat, flek hitam, kulit kusam, dan tanda penuaan dini, sehingga semakin banyak digunakan oleh perempuan maupun laki-laki. Namun, meskipun banyak produk diklaim cocok untuk semua jenis kulit, pemahaman konsumen mengenai kandungan skincare masih terbatas, terutama bagi pemilik kulit sensitif yang lebih rentan mengalami iritasi, kemerahan, dan reaksi alergi. Sejumlah bahan seperti alkohol, parfum, AHA, sulfat, paraben, pewarna, serta vitamin A dan C bahkan perlu dihindari karena dapat memicu respons iritatif. Kondisi ini mendorong penggunaan bahan alami yang lebih aman, salah satunya bakuchiol, senyawa dari tanaman *Psoralea corylifolia* yang memiliki sifat antibakteri, antiinflamasi, antioksidan, dan antiaging serupa retinol. Meskipun beberapa brand lokal telah memproduksi skincare berbahan bakuchiol, penjualannya masih rendah dibandingkan produk berbahan kimia seperti AHA. Minimnya konten edukasi mengenai manfaat dan keamanan bakuchiol membuat konsumen kurang memahami keunggulannya, sehingga mereka cenderung memilih produk berbahan kimia yang sebenarnya berpotensi menimbulkan efek negatif pada kulit sensitif. Hingga kini, informasi mengenai penggunaan bakuchiol sebagai bahan alami untuk perawatan kulit masih terbatas.

Masalah

Sosial: Penggunaan produk skincare berbahan dasar kimia lebih sering digunakan oleh kulit sensitif sehingga rentan memberikan efek negatif yang mengiritasi kulit.

Desain: Minimnya konten edukasi visual yang membagikan informasi seputar bahan bakuchiol sebagai skincare bahan alami yang aman untuk kulit.

Solusi

Perancangan konten edukasi digital untuk membagikan informasi mengenai bahan bakuchiol sebagai bahan skincare alami yang aman untuk kulit sensitif.



Creative Brief



Segmentasi

Geografis

JABODETABEK

Demografis

Jenis Kelamin: Perempuan (Primer) & Laki-laki (Sekunder)

Usia: 23-30 tahun

Pendidikan terakhir: SMA

SES: A-B

Psikografis

Dewasa yang menggunakan skincare secara rutin dalam sehari-hari yang tertarik mempelajari skincare berbahan alami sebagai produk perawatan untuk kulit sensitif.



What is Our Challenge?

Goal

Menyediakan informasi yang mengedukasi mengenai bakuchiol sebagai bahan alami dalam skincare yang bersifat lembut namun efektif, khususnya untuk perawatan kulit sensitif.

Desire Outcome

Audiens dewasa memperoleh pengetahuan dan pemahaman mengenai keberadaan dan manfaat bakuchiol sebagai bahan skincare yang lembut dan efektif, dengan risiko iritasi yang rendah, sehingga dapat digunakan dengan aman untuk kulit sensitif.

What is Our Challenge?

Demografis:

Jenis kelamin: Perempuan (Primer) & Laki-laki (Sekunder)

Usia: 23-30 tahun

Pendidikan: Minimal SMA

Kelas ekonomi: SES A-B

Geografis:

Jabodetabek

Psikografis:

1. Dewasa yang menggunakan skincare dalam sehari-hari.
2. Dewasa yang mementingkan kesehatan kulitnya.
3. Dewasa yang tertarik untuk mempelajari kandungan dalam skincare.
4. Dewasa yang menggunakan media sosial sebagai tempat pencarian informasi.



Who is the Audience's Perception of the brand or group?

Dewasa kurang mengetahui keberadaan bakuchiol sebagai bahan skincare untuk merawat berbagai masalah kulit dengan risiko iritasi yang sangat rendah, bahkan untuk kulit sensitif.

What Would You Like the Core Audience to Think and Feel?

Think

Dewasa mengenal dan memahami bahwa bakuchiol merupakan bahan alami dalam skincare yang menawarkan manfaat perawatan kulit dengan lebih lembut dibanding beberapa bahan kimia tertentu, sehingga menjadi pilihan yang lebih ramah untuk kulit sensitif.

Feel

Informasi dan edukasi yang diperoleh mendukung dewasa merasa lebih aman, yakin, dan penasaran untuk memahami bahkan mencoba bakuchiol sebagai solusi skincare yang lembut untuk kulit sensitif.



What Specific Information and Thought Will Assist in This Change?

Memberitahu bahwa bakuchiol digunakan oleh dokter kecantikan karena keamanannya.

What is the Key Emotion That Will Build a Relationship with the Core Audience?

Aware (Kesadaran)

Dewasa menyadari keberadaan bahan bakuchiol dan memahami manfaatnya dalam merawat kulit sensitif secara lembut dan efektif.

Empathy (Empati)

Dewasa merasa aman dan percaya terhadap edukasi mengenai bakuchiol sebagai bahan alami yang lembut namun efektif untuk kulit sensitif, sehingga mereka merasa dimengerti dan penasaran untuk mengetahui lebih dalam manfaat bakuchiol dalam skincare.



CYNTHIA PRISCILLIA

Usia: 26 tahun
Gender: Perempuan
Pekerjaan: Baker
Pendapatan: 5.000.000 - 8.000.000
SES: SES B-A
Status: Single
Lokasi: Gading Serpong

ACTIVE

BUSY

DISCIPLINE

ABOUT

Cynthia adalah perempuan dewasa berusia 26 tahun yang berprofesi sebagai baker di daerah Tangerang Selatan, Gading Serpong. Ia memiliki kulit sensitif yang mudah mengalami kemerahan dan berjerawat dikarenakan skin barrier-nya yang mengalami kerusakan. Pekerjaannya yang padat membuatnya kurang memiliki waktu untuk mencari bahan skincare yang tepat untuk kulitnya, sehingga ia lebih sering membeli skincare berdasarkan tren saja tanpa mengetahui terlebih dahulu apakah skincare tersebut cocok atau tidak untuk kulitnya yang sensitif.

NEEDS

- Bahan skincare yang gentle agar dapat mengatasi permasalahan kulitnya tanpa mengiritasi.
- Skincare yang tidak mengandung bahan kimia.

FRUSTATION

- Sulit menemukan bahan skincare yang cocok agar tidak membuat kulitnya iritasi.
- Sulit menemukan konten informasi seputar bahan skincare yang aman untuk kulit sensitif.

GOALS

- Menemukan bahan skincare yang aman untuk kulit sensitif agar dapat mengatasi masalah kulitnya sehingga tidak harus mengunjungi klinik kecantikan.

PERSONALITY



MOTIVATION

Memiliki kulit yang sehat dan glowing dengan hanya menggunakan skincare yang cocok dengan kulit sensitifnya



Persona

User



JASON YOUNG

Usia: 23 tahun
Gender: Laki-Laki
Pekerjaan: Pengusaha
Pendapatan: 8.000.000 - 10.000.000
SES: SES A
Status: Single
Lokasi: Jakarta

HARD
WORKER

INDEPENDENT

FIRM

ABOUT

Jason, seorang laki-laki berusia 23 tahun adalah seorang pengusaha di Jakarta Barat. Ia memiliki tipe kulit kering dan sensitif. Kondisi ini membuatnya sering mengalami kulit mengelupas karena belum menemukan skincare yang tepat untuk melembapkan kulitnya. Aktivitasnya yang padat membuat ia cenderung membeli skincare yang sedang populer tanpa memahami kandungannya dan dampaknya terhadap kulit sensitifnya. Akibatnya, ia kerap menggunakan produk dengan bahan kimia yang justru membuat kulitnya semakin terkelupas dan terasa perih.

NEEDS

- Skincare yang tidak mengandung bahan kimia untuk melembapkan kulitnya.
- Informasi seputar bahan skincare yang aman untuk kulit sensitif.

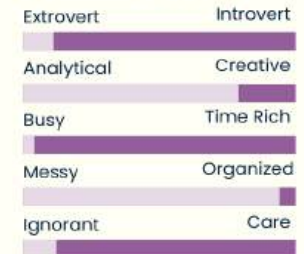
FRUSTATION

- Sulit menemukan bahan skincare gentle yang dapat melembapkan kulitnya secara maksimal.
- Tidak menemukan tempat tersedianya informasi seputar bahan skincare yang aman untuk kulit sensitif.

GOALS

- Menemukan bahan skincare alami yang aman untuk melembapkan kulit sensitifnya agar tidak mudah terpengaruh oleh iklan saja

PERSONALITY



MOTIVATION

Memiliki kulit yang lembap dan sehat dengan skincare berbahan alami.

Strategi Komunikasi

Model AIDA

Attention

Perancangan konten edukasi dibuat untuk menarik perhatian audiens melalui pesan informasi singkat yang didukung dengan elemen visual berupa ilustrasi dan fotografi yang relevan dengan topik bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif.

Interest

Perancangan konten edukasi dibuat untuk membangun ketertarikan audiens dengan mendorong mereka untuk menelusuri lebih jauh informasi mengenai bahan bakuchiol. Hal ini dilakukan melalui penyediaan konten edukasi berbasis data yang valid dan membahas bakuchiol secara lebih mendalam.

Desire

Menyediakan konten yang dapat menumbuhkan rasa ingin tahu dan keinginan audiens untuk memahami informasi dan edukasi seputar bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif melalui bukti yang mendukung.

Action

Menghadirkan konten yang mendorong audiens untuk melakukan tindakan, seperti memberikan komentar, menyimpan konten, berkomentar, hingga membagikannya kepada orang lain. Tindakan-tindakan tersebut diharapkan dapat membangun interaksi serta memperkuat hubungan antara konten edukasi dan audiens.

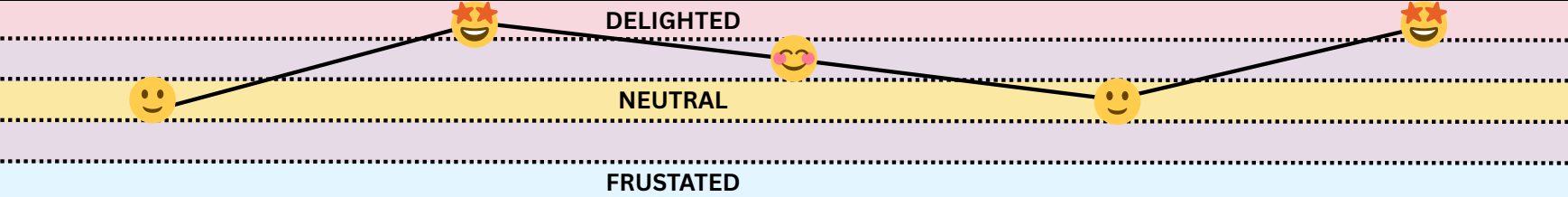
User Journey

Sebelum

	Daily Routine	Social Influence	Lifestyle Habits	Health Awareness Trigger	Ignorant Cycle
User Actions (Activities)	Pakai skincare sehari-hari seperti biasa.	Lihat iklan skincare yang populer digunakan oleh orang-orang di sosial media, membuatnya membelinya.	Menggunakan skincare berbahan kimia untuk merawat kulit sensitif sehari-hari.	Mulai merasa ada yang aneh dengan kulitnya yang semakin hari semakin memburuk.	Mulai sadar kalau sepertinya skincare yang digunakan tidak cocok sehingga mencari skincare yang sedang tren lainnya, berharap memberikan efek positif.
Sentiments (Thought Bubbles)	"Kalau rutin pakai skincare, pasti kulit aku bisa glowing."	"Kalau di orang lain hasilnya bagus, di aku juga pasti bagus."	"Bukannya bikin kulit membaik kok malah bikin kemerahan ya..."	"Mungkin skincare ini ada proses purgingnya makanya kulit aku muncul jerawat."	"Kalau yang sebelumnya gak cocok, mungkin yang kali ini bakal cocok."
Emotions (Mood Meter)	<p>The Mood Meter graph shows a line with five points representing the user's emotional state across the journey stages. The background is divided into three horizontal bands: DELIGHTED (top, pink), NEUTRAL (middle, yellow), and FRUSTATED (bottom, blue). The line starts in the NEUTRAL band, rises to the DELIGHTED band, then falls through the NEUTRAL band into the FRUSTATED band, and finally rises back towards the NEUTRAL band.</p>				
Emotions (Descriptive)	Kurang suka dengan kondisi kulit yang sedang bermasalah.	Tidak sabar mencoba skincare yang sedang populer.	Bingung apa yang salah dengan kulitnya, karena dirasa sudah menggunakan skincare dengan benar.	Bingung dan mencoba berpikir positif.	Tetap melakukan pembelian skincare lain tanpa mencari tahu kandungan didalamnya.
Pain Points (Heavy Burden User)	<ul style="list-style-type: none"> Kurang mempelajari kandungan dari skincare yang digunakan. Berpikir rutin menggunakan skincare = kulit pasti sehat. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak berpikir panjang sebelum melakukan pembelian. Tidak research mengenai kandungan dalam skincare yang sedang populer. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak mengetahui apa kesalahan dari penggunaan produk skincare berbahan kimia. Kulit teriritasi. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak mencari tahu apa kesalahan dari kandungan skincare yang digunakannya. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak ada dorongan untuk mempelajari bahan skincare yang cocok dan yang tidak untuk kulit sensitif.

User Journey

Sesudah

	Daily Routine	Social Influence	Lifestyle Habits	Health Awareness Trigger	New Conscious Cycle
User Actions (Activities)	Mencari kandungan skincare yang aman untuk kulit sensitif di media sosial Instagram.	Menemukan konten edukasi mengenai bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif.	Memahami bahan bakuchiol sebagai bahan alami dalam skincare yang aman untuk kulit sensitif.	Mulai peduli dengan pentingnya memilih kandungan yang sesuai untuk kulit sensitif.	Mulai mencari tahu keberadaan skincare dengan bahan bakuchiol yang aman untuk kulit sensitif.
Sentiments (Thought Bubbles)	"Sebelum beli skincare, aku harus cari tahu dulu nih kandungan apa yang cocok untuk kulit sensitifku."	"Wah, ini bahan skincare apa yah, menarik juga untuk aku cari tahu lebih lanjut."	"Oh.. ternyata bakuchiol bisa jadi skincare yang powerful ya untuk kulit sensitif."	"Kenapa aku baru tau bakuchiol sekarang ya? padahal banyak kelebihanannya."	"Kasih tau temen aku deh, kalau bakuchiol bisa jadi opsi skincare untuk kulit sensitif!"
Emotions (Mood Meter)					
Emotions (Descriptive)	Penasaran apa kandungan dalam skincare yang cocok untuk kulit sensitif.	Tertarik mempelajari bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif.	Terkesima dengan kelebihan bakuchiol sebagai skincare yang aman untuk kulit sensitif.	Muncul keinginan untuk memberi tahu orang sekitar mengenai keberadaan bakuchiol.	Seneng karena menemukan keberadaan bakuchiol dengan informasi yang jelas.
Gains	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki rasa untuk mempelajari kandungan dari skincare yang akan digunakan. 	<ul style="list-style-type: none"> Mengetahui keberadaan kandungan bahan alami bakuchiol dalam skincare. 	<ul style="list-style-type: none"> Mempelajari bakuchiol yang minim mengiritasi kulit sensitif. 	<ul style="list-style-type: none"> Mengajak orang lain mempelajari konten edukasi mengenai bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif. 	<ul style="list-style-type: none"> Menyadari bahwa menggunakan skincare yang tepat untuk kulit sensitif itu wajib.

Brand Mandatory



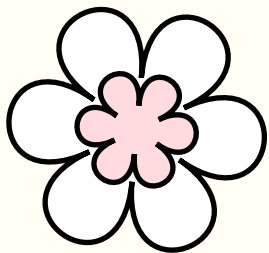
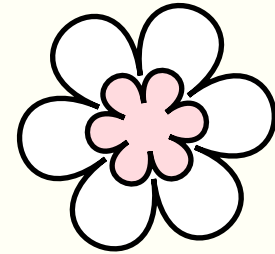
PERDESTI merupakan organisasi yang beranggotakan dokter-dokter IDI (Ikatan Dokter Indonesia) yang memiliki ketertarikan khusus dalam bidang medik estetika. Organisasi ini bersifat multidisipliner dan tidak memberikan predikat keahlian tertentu kepada anggotanya.

Selain itu, PERDESTI bersifat independen, tidak berorientasi pada keuntungan, serta berlandaskan Sumpah Dokter Indonesia dan Kode Etik Kedokteran Indonesia.

Oleh karena itu, penulis menetapkan PERDESTI (Perhimpunan Dokter Estetika Indonesia) sebagai brand mandatory dalam penyebaran konten edukasi.

Akun Instagram resmi PERDESTI, yaitu @perdesti.institute, dipilih sebagai platform untuk mempublikasikan seluruh konten edukasi yang telah dirancang.

Ide & Konsep



mindmap



Key Words

Radiant

Eksklusif

Afirmasi

Big Idea

Selective care to reveal your skin's inner vitality

Big idea ini dipilih sebagai tema utama perancangan konten edukasi untuk menggambarkan konsep perawatan yang selektif membantu kulit tampil lebih radiant dari dalam.

Adapun, bahan bakuchiol dipilih secara eksklusif karena keamanan dan efektivitasnya.

Hal ini, menjadi bentuk afirmasi bahwa merawat kulit dengan cermat dan sadar adalah pilihan terbaik untuk menjaga kesehatan dan vitalitas jangka panjang.

Terpilihnya big idea ini mampu mencerminkan ketiga keyword yang telah ditentukan serta relevansinya dengan fenomena dan kebiasaan yang berkembang pada target audiens.

Concept

Konsep yang diterapkan pada perancangan konten edukasi ini mengadaptasi tema buku pembelajaran. Desain konten akan memanfaatkan elemen-elemen visual seperti buku, kertas, dan folder untuk menciptakan pengalaman seolah-olah audiens sedang membaca materi pembelajaran dalam bentuk buku, namun disajikan secara digital dengan tampilan yang lebih variatif dan tidak monoton. Untuk memperkuat kesan tersebut, elemen stiker digunakan sebagai elemen pendukung, karena secara visual stiker memiliki keterkaitan dengan buku catatan atau buku belajar. Selain itu, karakter ilustrasi juga ditambahkan untuk berperan sebagai penyampai informasi, menyerupai moderator atau guru yang membantu memandu audiens dalam memahami materi. Melalui pendekatan ini, diharapkan konten edukasi yang disajikan dapat terasa lebih dekat, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.



moodboard



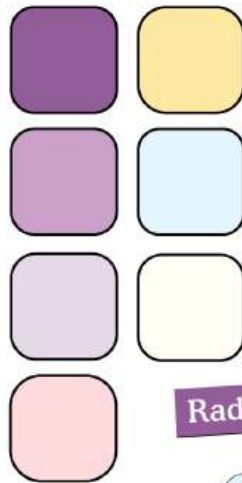
Stylescape

Cooper BT

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Poppins

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz



Radiant

Eksklusif

Afirmasi

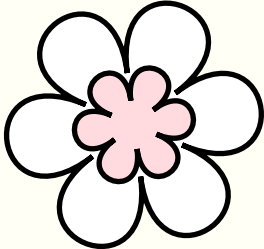
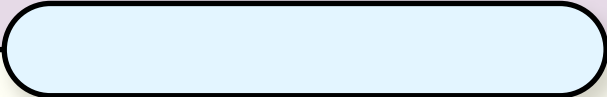
Bakuchiol

Selective care to reveal your skin's
inner vitality

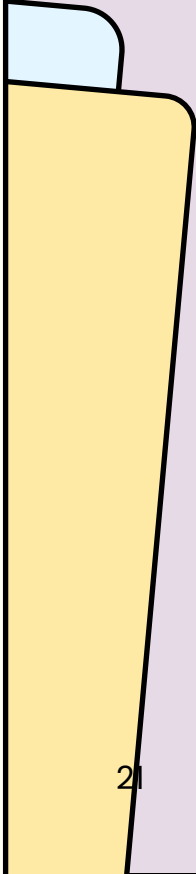
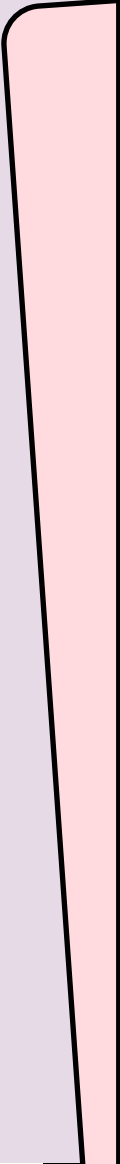


Key Visual





Media Attention



IG Feeds

Utama



Instagram feeds sebagai media utama pada tahap attention bertujuan untuk memperkenalkan bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif dengan informasi singkat.

Ukuran: 1080 x 1350 px

IG Story

Utama



Instagram story pada tahap attention bertujuan untuk bertanya kepada audiens terhadap pengalaman mereka.

Ukuran: 1080 x 1920 px

Instagram story ads pada tahap attention bertujuan mengajak audiens mengunjungi akun Instagram konten edukasi.

Ukuran: 1080 x 1920 px

IG Story Ads

Utama



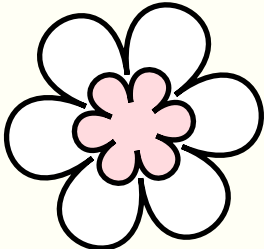

Web Banner

Sekunder

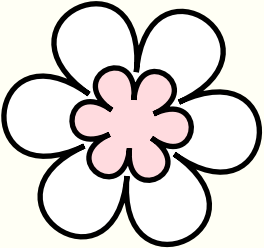


Website banner menjadi media sekunder dalam tahap attention yang akan diaplikasikan pada website resmi PERDESTI untuk mengarahkan audiens menuju informasi yang dibagikan seputar bakuchiol pada website.

Ukuran: 1366 x 768 px



Media Interest



IG Feeds

Utama



Instagram feeds sebagai media utama pada tahap interest bertujuan untuk membagikan informasi dan edukasi mendalam seputar bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif.

Ukuran: 1080 x 1350 px

IG Story

Utama



Instagram story pada tahap interest bertujuan untuk memberikan informasi kepada audiens mengenai pengertian bakuchiol..

Ukuran: 1080 x 1920 px

Instagram story ads pada tahap interest bertujuan mengajak audiens mengunjungi akun Instagram konten edukasi.

Ukuran: 1080 x 1920 px

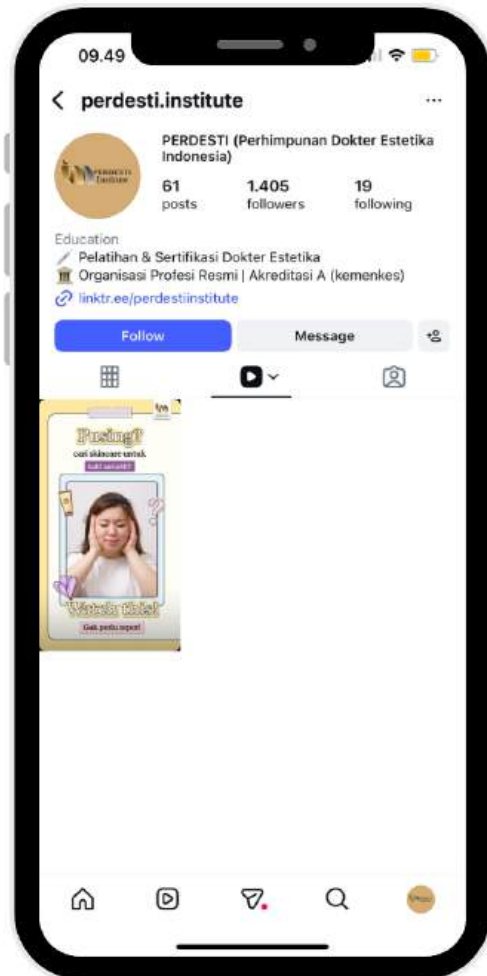
IG Story Ads

Utama



IG Reels

Utama



Instagram reels sebagai media utama pada tahap interest bertujuan untuk membagikan informasi dan edukasi seputar keberadaan bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif yang disampaikan melalui video.

Ukuran: 1080 x 1920 px

IG Carousel

Utama

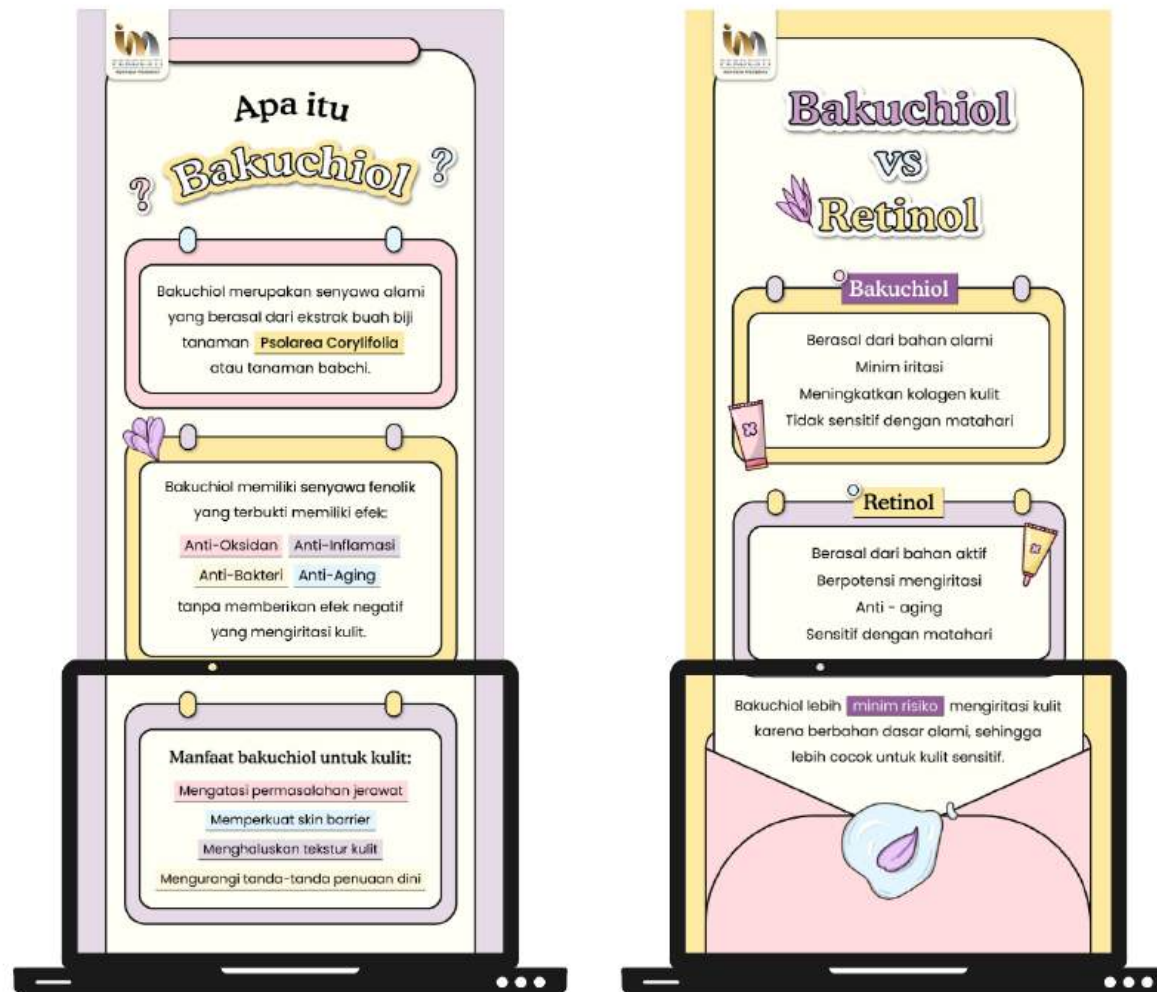


Instagram carousel sebagai media utama pada tahap interest bertujuan untuk membagikan informasi dan edukasi mendalam seputar bahan bakuchiol sebagai skincare untuk kulit sensitif. Carousel berisi 2-3 slide per post.

Ukuran: 1080 x 1350 px

Digital Infografik

Sekunder



Digital infografik sebagai media sekunder pada tahap interest bertujuan untuk membagikan informasi seputar bakuchiol sebagai skincare yang dipublikasikan pada website resmi PERDESTI.

Ukuran: 900x 2000 px



Media Desire



IG Feeds

Utama



Instagram feeds sebagai media utama pada tahap desire bertujuan untuk membagikan hasil nyata dari penggunaan bahan bakuchiol sebagai skincare.

Ukuran: 1080 x 1350 px

IG Story

Utama



Instagram story pada tahap desire bertujuan untuk menjelaskan kepada audiens mengenai bahan bakuchiol yang cocok untuk kulit sensitif.

Ukuran: 1080 x 1920 px

Instagram story ads pada tahap desire bertujuan mengajak audiens mengunjungi akun Instagram konten edukasi.

Ukuran: 1080 x 1920 px

IG Story Ads

Utama



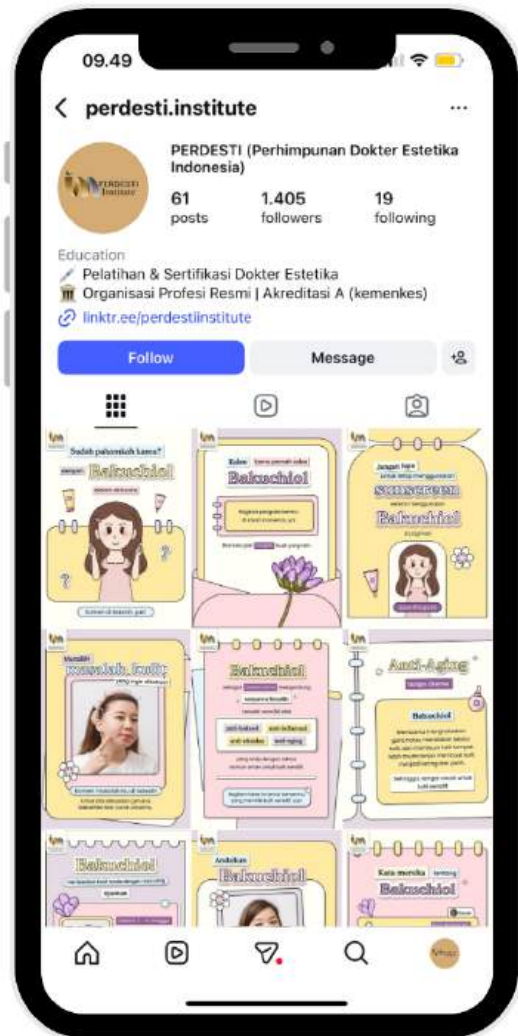


Media Action



IG Feeds

Utama



Instagram feeds sebagai media utama pada tahap action bertujuan untuk mengajak audiens untuk melakukan tindakan komen, share, dan save.

Ukuran: 1080 x 1350 px

IG Story

Utama

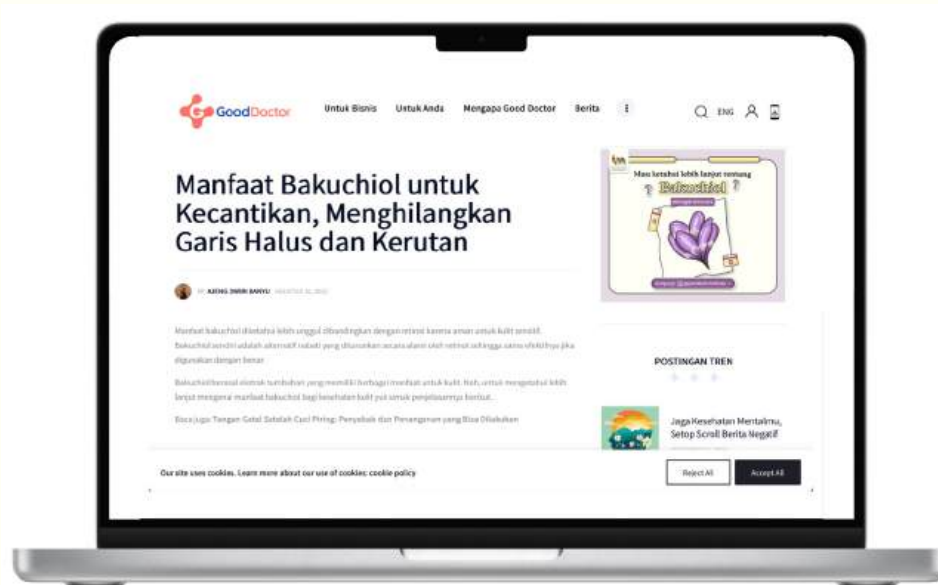


Instagram story pada tahap action bertujuan untuk mengajak audiens bermain games untuk mereview kembali materi yang telah dibagikan.

Ukuran: 1080 x 1920 px

Google Banner Ads

Sekunder



Instagram story pada tahap action bertujuan untuk mengajak audiens yang sedang mencari informasi seputar bakuchiol di internet untuk berkunjung ke akun Instagram PERDESTI.

Ukuran: 336 x 280 px

merchandise

Sekunder



Pouch

Bahan: Mika transparan

Ukuran: 18 x 9 x 5,5 cm



Cermin

Bahan: Kulit

Ukuran: 15,5 x 20,5 cm



Gantungan Kunci

Bahan: Acrylic

Ukuran: 4 x 6 cm

Stiker

Bahan: Vinyl Glossy

Ukuran: A6





Thank You



