



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seorang *makeup artist* bernama Bobbi Brown (2008) mengatakan bahwa, “Saya menemukan bahwa wanita tergelitik atau penasaran terhadap kosmetik, tetapi mayoritas tertarik untuk belajar mengenai *makeup* dan bagaimana caranya *makeup* mengubah wajah”. *Makeup* pada jaman dahulu menggunakan bahan-bahan alami seperti arang, abu dan lain sebagainya. Sekarang bahan-bahan pada *makeup* berkembang menggunakan percampuran bahan alami dan bahan kimia (www.vemale.com, 2015).

Penggunaan bahan kimia pada *makeup* menimbulkan reaksi yang berbeda pada setiap orang. *Makeup* harus melalui pengujian dahulu sebelum dikatakan layak untuk digunakan. Pengujian ini juga berguna untuk meminimalkan efek samping dari bahan-bahan yang digunakan pada *makeup*. Pengujian kosmetik dengan menggunakan tes pada hewan telah ditentukan dalam KBPOM nomor 7 tahun 2014 yakni hanya pada marmut, kelinci, tikus putih dan mencit. *Makeup* yang belum diuji ini dipakaikan pada hewan-hewan percobaan tersebut. Hasil dari pengujian tersebut tidak selalu baik. Hewan uji coba tersebut kemudian dibunuh setelah percobaannya dinyatakan gagal.

Hal ini kemudian menimbulkan masalah, karena terjadi pelanggaran dalam prakteknya. Masalah ini berupa pelanggaran kode etik pada prosedur *Draize Test*

seperti yang dikemukakan PETA dalam artikelnya yang berjudul Trading Standards Asked to Investigate Cosmetics Brands for Possible Illegal Marketing Following Animal Test (2017). PerKBPOM no 7 tahun 2014 menyatakan bahwa hewan yang digunakan dalam pengujian harus dikorbankan atau di anestesi terlebih dahulu. Sementara itu hal yang bertentangan terdapat dalam prosedur Draize Test seperti yang tertulis dalam buku Pengantar Ilmu Pengetahuan Kosmetik (2007).

Setelah mengetahui permasalahan yang ada, masyarakat juga harus mengetahui kondisi idealnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan melalui sosial media resmi beberapa *brand makeup*, Sariyu, Wardah, NYX dan The Body Shop tidak lagi menggunakan uji hewan dan bahan-bahan hewani dalam produknya. Produk ini kemudian disebut sebagai produk *Cruelty Free Makeup*. Idealnya gerakan Cruelty Free Makeup yang sudah berkembang di dunia internasional sudah mulai diterapkan di Indonesia. Seorang *beauty vlogger* Indonesia bernama Pita sudah mulai menggunakan produk Cruelty Free Makeup. Hal ini dikemukakan dalam video miliknya yang berjudul Makeup Brand Yang di Test ke Hewan (Youtube, 7 September 2017). Berdasarkan observasi, produk-produk *Cruelty Free Makeup* juga tentunya menguntungkan bagi wanita Indonesia karena harganya yang relatif terjangkau. Keberadaan Cruelty Free Makeup juga berkontribusi dalam kemajuan sains dan teknologi, terutama dalam pencarian bahan-bahan dan metode pengujian alternatif.

Salah satu solusi dari permasalahan yang telah dijabarkan yaitu dengan kampanye sosial. Oleh karena itu perlu dilakukan kampanye sosial mengenai *Cruelty Free Makeup*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pejabaran diatas maka menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye sosial penggunaan kosmetik *cruelty free* pada wanita di Jakarta ?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah ditentukan melalui penyederhanaan teori Kottler dan Keller (2009) tentang segmentasi pasar lewat tabel identifikasi khalayak. Batasan masalah yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Geografis	Provinsi	: DKI Jakarta
Demografis	Usia	: 20-30 tahun
	Gender	: Perempuan
	Kebangsaan	: Indonesia
	Pendidikan	: Minimal SMA
	Kelas Ekonomi	: Kelas A-B
Psikografis	Ketertarikan	: Tertarik atau pengguna makeup
	Gaya Hidup	: Sederhana
	Sikap / attitudes	: Bergaya casual, butuh bukti

untuk percaya, milenials

Media yang sering digunakan : Media Sosial

Media yang jarang digunakan : Televisi

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan umum tugas akhir ini yaitu untuk membuat perancangan kampanye sosial penggunaan kosmetik *cruelty free* pada wanita di Jakarta.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini yaitu :

1. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi Universitas.
2. Sebagai sarana edukasi bagi masyarakat.
3. Membantu dalam proses kelulusan pendidikan strata 1 bagi penulis.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA