



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.

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENGUNAAN KOSMETIK *CRUELTY FREE* PADA
WANITA DI JAKARTA**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Andhita Wahyu Putri
NIM : 14120210322
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andhita Wahyu Putri

NIM : 14120210322

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGGUNAAN KOSMETIK

CRUELTY FREE PADA WANITA DI JAKARTA

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Januari 2018



Andhita Wahyu Putri

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**Perancangan Kampanye Sosial Penggunaan Kosmetik
Cruelty Free Pada Wanita di Jakarta**

Oleh :

Nama : Andhita Wahyu Putri

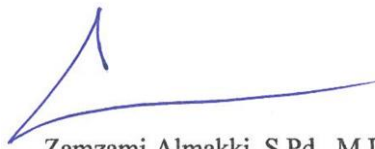
NIM : 14120210322

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 22 Januari 2018

Dosen Pembimbing



Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji



Fransisca Retno S.R., S.Ds., M.Sn.

Ketua Sidang



Joni Nur Budi K., S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan inspirasi bagi tugas akhir ini. Alasan dari penelitian ini dilakukan yaitu masih banyak orang yang belum paham terhadap *cruelty free makeup* yang merupakan solusi dari pelanggaran etika pengujian hewan dan penggunaan bahan-bahan tidak ramah satwa. Tujuan dari penelitian ini yaitu membuat perancangan kampanye sosial dalam merubah kebiasaan penggunaan kosmetik *non cruelty free* ke kosmetik *cruelty free* pada wanita di Jakarta.

Seorang aktivis penyelamat hewan berkata “Hewan hadir di dunia tidak untuk melengkapi kehidupan manusia. Lingkungan, hewan, tumbuhan bisa hidup normal tanpa manusia. Tetapi manusia tidak dapat hidup normal tanpa lingkungan yang baik”. Manusia yang diberikan akal oleh Tuhan wajib menjaga lingkungannya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung berlangsungnya penelitian ini :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.
2. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.
3. Doni Herdaru Tona
4. Shyafira Haberfield
5. Eka Dina Lilishanti

6. Clarista Tan

7. Hatta Shani

8. Dokter Meyfi

9. Dita

10. Keluarga dekat dan teman-teman

Tangerang, 17 Januari 2018



Andhita Wahyu Putri

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAKSI

Cruelty free makeup merupakan sebuah solusi berupa produk yang terbentuk dari adanya pelanggaran dalam praktek pengujian hewan untuk kosmetik. Produk-produk *cruelty free makeup* kemudian mulai menjadi bagian hidup bagi beberapa orang namun belum banyak masyarakat yang menyadari hal ini. Salah satu solusi yang dapat dilakukan dalam bidang komunikasi visual yaitu menggunakan kampanye sosial. Rumusan masalah yang dijabarkan yaitu tentang bagaimana perancangan kampanye sosial penggunaan kosmetik *cruelty free* pada wanita di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu *mix method*. Perancangan kampanye sosial ini menggunakan konsep malaikat pelindung. Konsep malaikat pelindung dipilih untuk menggambarkan sifat pengguna *cruelty free makeup*. Strategi yang digunakan yaitu *storytelling*. Perancangan ini menghasilkan desain visual kampanye sosial yang akan berlangsung selama 6 bulan dengan acara puncak pada bulan Oktober. Desain menggunakan media *online* maupun *offline* yaitu iklan media sosial, *social media post*, tampilan website, poster, *flyer*, *x-banner*, stiker dan gantungan kunci. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan pesan untuk menggunakan *cruelty free makeup* pada masyarakat.

Kata kunci : kampanye sosial, *makeup*, *cruelty free*

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

Cruelty free makeup is a product which exists because of pinalties in animal testing procedures. This idea not only remains in a product but also became a lifestyle for a few people but the problem was not many people knew about this. This research try to solved the problem with social campaign to use cruelty free cosmetics especially women in Jakarta. Mix method was used for research methodology. The concept which used is guardian angel. Guardian angel was choosen because it represents characteristics of cruelty free makeup users and associate with benefit of cruelty free makeup. This research used storytelling strategy. Online and offline medias was used in this research which proceed for 6 months. The medias used in this campaign are social media ad, social media posts, website, posters, flyers, stickers, x-banner and keychains. This research hoped to be helpful for spreading message and changing people's behaviour with this idea.

Keywords : social campaign, makeup, cruelty free

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Teori Kosmetik	5
2.1.1. Definisi Kosmetik	5
2.1.2. Sejarah Kosmetik	5
2.1.3. Tujuan Kosmetik.....	6
2.1.4. Penggolongan Kosmetik	6
2.1.5. Kosmetik dan Kulit	7
2.2. Teori Kampanye Sosial	8
2.2.1. Definisi Kampanye.....	8
2.2.2. Fungsi Kampanye	8
2.2.3. Jenis Kampanye	8
2.2.4. Proses / Startegi Kampanye Sosial.....	9
2.3. Teori Perancangan	11
2.3.1. Tahapan Perancangan.....	11
2.3.2. Prinsip Desain	13
2.3.3. Teori Penggunaan Gambar.....	17
2.3.4. Teori Beauty Photography	20

2.3.5.	Teori Warna	20
2.3.6.	<i>Typography</i>	21
2.3.7.	Teori <i>Layout</i>	22
2.3.8.	Teori Media.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1.	Metode Pengumpulan Data	28
3.1.1.	Wawancara.....	28
3.1.2.	Observasi.....	37
3.1.3.	Kuisisioner.....	39
3.1.4.	Dokumen.....	45
3.2.	Metode Iklan Layanan Masyarakat	46
3.2.1.	Model Kampanye PETA.....	47
3.2.2.	Model Kampanye Cruelty Free International	47
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		49
4.1.	Perancangan.....	49
4.1.1.	Big Idea.....	49
4.1.2.	<i>Brainstorming</i>	49

4.1.3.	Persuasion Mapping	50
4.1.4.	<i>Visual brief collage</i>	54
4.1.5.	Konsep	55
4.1.6.	Perancangan Logo	67
4.1.7.	Perancangan Copywriting	68
4.2.	Analisis	73
4.2.1.	Iklan Sosial Media.....	73
4.2.2.	Postingan Instagram	75
4.2.3.	Facebook <i>Post</i>	77
4.2.4.	Website.....	79
4.2.5.	Poster.....	81
4.2.6.	<i>Flyer</i>	86
4.2.7.	<i>X-Banner</i>	87
4.2.8.	Stiker	89
4.2.9.	<i>Merchandise</i>	90
4.3.	Anggaran dan <i>media planning</i>.....	91
BAB 5	PENUTUP.....	94

5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	xcvii
LAMPIRAN A	c
LAMPIRAN B	ciii
LAMPIRAN C.....	cvi
LAMPIRAN D.....	cxiv
LAMPIRAN E	cxvi
LAMPIRAN F	cxix
LAMPIRAN G.....	cxxiii
LAMPIRAN H.....	cxxvii
LAMPIRAN I	cxxviii
LAMPIRAN J.....	cxxix
LAMPRAN K	cxxx
LAMPIRAN L	cxxxi
LAMPIRAN M	cxxxii
LAMPIRAN N	cxxxiii

LAMPIRAN O	cxxxiv
LAMPIRAN P	cxxxv
LAMPIRAN Q	cxxxvi
LAMPIRAN R	cxxxvii



UMMN

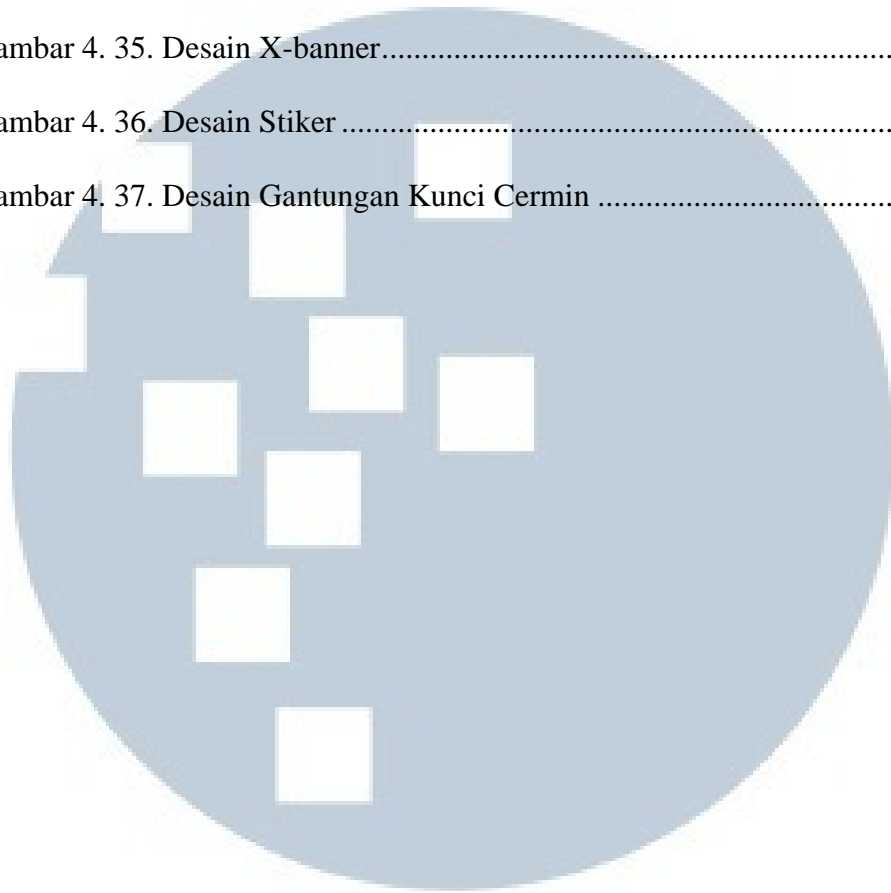
**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Bilangan Fibonacci	16
Gambar 2. 2. <i>Golden Ratio</i>	17
Gambar 2. 3. Penerapan Golden Ratio Pada Foto.....	17
Gambar 2. 4. Contoh Penerapan <i>Visual Continuity</i> pada Poster Kampanye	19
Gambar 2. 5. Penempatan lampu pencahayaan <i>flat</i>	20
Gambar 2. 6. Penerapan warna dalam periklanan.....	21
Gambar 2. 7. Contoh <i>grid</i> pada InDesign	23
Gambar 3. 1. Contoh Produk <i>Cruelty Free Makeup</i> di Indonesia	38
Gambar 3. 2. Logo Penanda <i>Cruelty Free</i>	38
Gambar 3. 3. Model Kampanye PETA	47
Gambar 3. 4. Model Kampanye Cruelty Free International.....	48
Gambar 4. 1. Pemetaan masalah	51
Gambar 4. 2. Pemetaan Target.....	52
Gambar 4. 3. Pemetaan kata kunci 1	52
Gambar 4. 4. Pemetaan kata kunci 2.....	53
Gambar 4. 5. Pemetaan kata kunci 3.....	53
Gambar 4. 6. <i>Visual Brief Collage</i>	55
Gambar 4. 7. Sketsa 1	58
Gambar 4. 8. Sketsa 2	59
Gambar 4. 9. Sketsa 3	59
Gambar 4. 10. Sketsa 4	60
Gambar 4. 11. Sketsa 5	60

Gambar 4. 12. Sketsa 6	61
Gambar 4. 13. Gambar Visual 1.....	62
Gambar 4. 14. Contoh Kegiatan Ekskavasi Oleh Arkeolog	63
Gambar 4. 15. Gambar Visual 2.....	64
Gambar 4. 16. Visual 3	64
Gambar 4. 17. Visual 4	65
Gambar 4. 18. Visual 5	66
Gambar 4. 19. Visual 6	67
Gambar 4. 20. Logo Bety.....	68
Gambar 4. 21. Iklan Sponsor Facebook.....	74
Gambar 4. 22. Iklan Sponsor Instagram.....	75
Gambar 4. 23. Varian Instagram <i>Post</i>	76
Gambar 4. 24. Contoh Penempatan Desain dalam Halaman Instagram	76
Gambar 4. 25. Varian Facebook <i>Post</i>	79
Gambar 4. 26. Contoh Penempatan Desain pada Halaman Facebook.....	79
Gambar 4. 27. Desain Website.....	81
Gambar 4. 28. Poster 1	83
Gambar 4. 29. Poster 2	83
Gambar 4. 30. Poster 3	84
Gambar 4. 31. Poster 4.....	85
Gambar 4. 32. Poster 5	85
Gambar 4. 33. Poster 6.....	86
Gambar 4. 34. Flyer	87

Gambar 4. 35. Desain X-banner.....	88
Gambar 4. 36. Desain Stiker	90
Gambar 4. 37. Desain Gantungan Kunci Cermin	90



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Skema Model Difusi Inovasi.....	10
Tabel 3. 1 Tabel Frekuensi Pemakaian Makeup	40
Tabel 3. 2 Tabel Jenis Kulit Responden	41
Tabel 3. 3 Brand makeup yang digunakan.....	41
Tabel 3. 4 Tabel Faktor Pertimbangan Pembelian Makeup.....	41
Tabel 3. 5 Kategori Makeup yang Banyak Digunakan	42
Tabel 3. 6 Pengetahuan Tentang <i>Cruelty Free Makeup</i>	42
Tabel 3. 7 Tabel Pengetahuan Pengertian <i>Cruelty Free Makeup</i>	43
Tabel 3. 8 Tabel Merek <i>Cruelty Free Makeup</i>	43
Tabel 3. 9 Kekurangan <i>cruelty free makeup</i>	44
Tabel 3. 10 Kelebihan <i>cruelty free makeup</i>	44
Tabel 3. 11 Tabel Kategori Koleksi Produk yang <i>Cruelty Free</i>	45
Tabel 4. 1. Tabel Perencanaan Media dan Anggaran.....	91
Tabel 4. 2. Tabel Perencanaan Media Berdasarkan Bulan.....	93

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