

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN MEDIA VISUAL PROMOSI UNTUK KAMPANYE CANTIKA INDONESIA SEBAGAI UPAYA MEMPERKENALKAN CARA-CARA KECANTIKAN KHAS INDONESIA**

**Oleh  
Fabianie  
NRP 1064024**

Indonesia kaya akan tanaman dan rempah-rempah yang beragam. Kekayaan alam yang berlimpah ini dapat digunakan sebagai bahan untuk mempercantik diri para wanita Indonesia, namun semakin berkembangnya jaman, wanita generasi muda Indonesia semakin sedikit yang mengetahui cara-cara mempercantik diri yang alami dan khas Indonesia. Wanita muda Indonesia yang modern ini baik diperkenalkan cara-cara mempercantik diri khas Indonesia untuk mempertahankan jati diri wanita Indonesia.

Tujuan perancangan kampanye ini adalah untuk menyadarkan wanita muda Indonesia khususnya yang berusia 20-25 tahun akan pentingnya kecantikan alami khas Indonesia juga agar wanita muda Indonesia dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai cara-cara perawatan untuk mempertahankan kecantikan khas Indonesia.

Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan media internet seperti *website* yang merupakan media utama, juga memakai media sosial seperti Instagram, Path, Facebook dan Youtube. Selain itu ada *event-event* yang akan diselenggarakan dan dilengkapi oleh gimmick, poster, *xbanner*, *backdrop*, *ticket*, *invitation*, iklan *event*. Melalui media internet dan event ini wanita muda Indonesia akan lebih mengenal serta mempelajari cara-cara perawatan khas Indonesia dan diharapkan untuk menggunakan cara-cara yang alami serta khas Indonesia untuk menjaga kecantikannya sebagai kekayaan Indonesia.

Kata kunci : alami, cantik, etnik, Indonesia, sederhana

## **ABSTRACT**

### **VISUAL MEDIA DESIGN FOR *CANTIKA INDONESIA* CAMPAIGN AS AN EFFORT TO INTRODUCE INDONESIAN WAYS TO BEAUTY**

Fabianie/1064024

Indonesia is rich in a great variety of plants and herbs. These natural resources are used by Indonesian women to beautify themselves. Unfortunately, in this modern age fewer Indonesian women are familiar with beautifying themselves with Indonesian natural resources. Therefore, it is beneficial that Indonesian young women know how to beautify themselves using typical Indonesian resources as a means to preserve the Indonesian women identity.

This campaign aims to make Indonesian young women, especially those aged between 20 and 25 years, become aware of the importance of being beautiful in the Indonesian way, and to give them easy access to know the ways to maintain and preserve their beauty in the Indonesian way.

The method used is using a website as a main medium. In addition, other social media are used, such as Instagram, WhatsApp, Facebook and YouTube. There are also events in which gimmicks and tickets are given out. Posters, banners, backdrops, and event advertisements are used as well.

Through the Internet and this event Indonesian young women will be able to know and learn typical Indonesian way of maintaining beauty. It is hoped that they will use the typical Indonesian way as a national richness to maintain their beauty.

*Keywords: natural, beautiful, ethnic, Indonesia, simple*

## DAFTAR ISI

|                                                |      |
|------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....                             | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                         | ii   |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN..... | iii  |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....              | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                            | v    |
| ABSTRAK.....                                   | vi   |
| DAFTAR ISI.....                                | viii |
| DAFTAR TABEL.....                              | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                             | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xiv  |
| BAB I : PENDAHULUAN.....                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                | 1    |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....        | 3    |
| 1.3 Tujuan perancangan.....                    | 3    |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....    | 4    |
| 1.5 Skema Perancangan.....                     | 5    |
| BAB II : LANDASAN TEORI.....                   | 5    |
| 2.1 Kecantikan berdasar Tradisi Indonesia..... | 6    |
| 2.2 Teori Kecantikan.....                      | 7    |
| 2.3 Teori Komunitas.....                       | 7    |
| 2.4 Teori Psikologis Dewasa Muda.....          | 8    |

|                                          |                                                       |    |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----|
| 2.5                                      | Teori Promosi.....                                    | 9  |
| BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH..... |                                                       | 11 |
| 3.1                                      | Data dan Fakta.....                                   | 11 |
| 3.1.1                                    | Mandatory.....                                        | 11 |
| 3.1.1a                                   | Instansi Terkait.....                                 | 15 |
| 3.1.1b                                   | Sponsor.....                                          | 18 |
| 3.1.2                                    | Data Hasil Kuesioner.....                             | 20 |
| 3.1.3                                    | Tinjauan terhadap Proyek Sejenis.....                 | 26 |
| 3.2                                      | Analisis Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta..... | 27 |
| 3.2.1                                    | SWOT kecantikan khas Indonesia.....                   | 27 |
| 3.2.2                                    | SWOT perancangan komunitas cantik khas Indonesia..... | 27 |
| 3.2.3                                    | STP perancangan.....                                  | 28 |
| 3.2.4                                    | Analisis pemecahan masalah.....                       | 29 |
| BAB IV : PEMECAHAN MASALAH               |                                                       |    |
| 4.1                                      | Konsep Komunikasi.....                                | 31 |
| 4.2                                      | Konsep Kreatif.....                                   | 32 |
| 4.3                                      | Konsep Media .....                                    | 36 |
| 4.4                                      | Hasil Karya.....                                      | 43 |
| BAB V : PENUTUP                          |                                                       |    |
| 5.1                                      | Kesimpulan.....                                       | 58 |
| 5.2                                      | Saran.....                                            | 58 |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA.....      | 60 |
| LAMPIRAN.....            | 61 |
| DATA PENULIS.....        | 67 |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | 68 |

## DAFTAR TABEL

|           |                     |    |
|-----------|---------------------|----|
| Tabel 4.1 | Strategi Media..... | 40 |
| Tabel 4.2 | Budgeting.....      | 42 |

## DAFTAR GAMBAR

|             |                                                                                        |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1  | Skema Perancangan.....                                                                 | 5  |
| Gambar 3.1  | Logo Kemenppa.....                                                                     | 11 |
| Gambar 3.2  | Struktur Organisasi Kemenppa.....                                                      | 15 |
| Gambar 3.3  | Logo Sariayu.....                                                                      | 18 |
| Gambar 3.4  | Diagram batang media sosial yang responden gunakan.....                                | 21 |
| Gambar 3.5  | Diagram batang tempat responden menghabiskan waktu luang...                            | 21 |
| Gambar 3.6  | Diagram batang pendapat responden yang membuat wanita dika-<br>takan cantik.....       | 22 |
| Gambar 3.7  | Diagram batang pendapat responden tentang kecantikan yang per-<br>lu ditingkatkan..... | 22 |
| Gambar 3.8  | Diagram batang kosmetik lokal yang responden gunakan.....                              | 23 |
| Gambar 3.9  | Diagram penyebab kosmetik lokal tidak dipakai oleh responden..                         | 24 |
| Gambar 3.10 | Diagram rekomendasi responden tentang informasi kecantikan....                         | 25 |
| Gambar 3.11 | Logo Rumah Cantik Citra.....                                                           | 26 |
| Gambar 4.1  | Konsep warna.....                                                                      | 34 |
| Gambar 4.2  | Jenis huruf Californian fb.....                                                        | 35 |
| Gambar 4.3  | Jenis huruf Invitation script.....                                                     | 35 |
| Gambar 4.4  | Timeline.....                                                                          | 41 |
| Gambar 4.5  | Logo Cantika.....                                                                      | 43 |
| Gambar 4.6  | Detail logo cantika 1.....                                                             | 44 |
| Gambar 4.7  | Detail logo cantika 2.....                                                             | 44 |

|             |                          |    |
|-------------|--------------------------|----|
| Gambar 4.8  | Elemen estetis.....      | 45 |
| Gambar 4.9  | Websice Cantika.....     | 45 |
| Gambar 4.10 | Cuplikan Video 1.....    | 46 |
| Gambar 4.11 | Cuplikan Video 2.....    | 46 |
| Gambar 4.12 | Cuplikan Video 3.....    | 47 |
| Gambar 4.13 | Cuplikan Video 4.....    | 47 |
| Gambar 4.14 | Desain poster.....       | 48 |
| Gambar 4.15 | Desain majalah 1.....    | 49 |
| Gambar 4.16 | Desain majalah 2.....    | 50 |
| Gambar 4.17 | Desain majalah 3.....    | 51 |
| Gambar 4.18 | Desain E-invitation..... | 52 |
| Gambar 4.19 | Desain event ticket..... | 53 |
| Gambar 4.20 | Desain media sosial..... | 54 |
| Gambar 4.21 | Desain Gimmick.....      | 55 |
| Gambar 4.22 | Desain X-banner.....     | 56 |
| Gambar 4.23 | Desain totebag.....      | 57 |
| Gambar 4.24 | Desain backdrop.....     | 57 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                 |    |
|-----------------|----|
| Lampiran A..... | 60 |
| Lampiran B..... | 61 |