

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Wanita merupakan pangsa pasar paling besar saat ini karena keputusan membeli pada wanita biasa terjadi karena besarnya keterlibatan emosional pada produk atau jasa yang ditawarkan, karena wanita biasa lebih terlibat pada produk tersebut (Popcorn, 2004). Peran emosi atau afeksi pada manusia sangat besar dalam membantu memberikan pertimbangan lebih dalam lagi saat memutuskan untuk membeli sesuatu (Sutisna, 2003). Salah satu produk yang saat ini sedang marak di kalangan para wanita adalah kosmetik. Para wanita kerap menggunakan kosmetik dari berbagai merek tanpa memperdulikan kualitas dari kosmetik tersebut karena mereka melakukan keputusan pembelian dengan melibatkan emosi dan dari pengaruh hubungan yang diciptakan dari kelompoknya (Popcorn, 2004). Kosmetik yang digunakan pun bermacam-macam namun dari kebanyakan yang digunakan adalah kosmetik impor dari luar Indonesia yang beragam merek-nya. Kosmetik yang marak digunakan antara lain merek *Etude*, *Tony Moly*, *Face Shop*, *Body Shop*, *Loreal*, dan merk terkenal lainnya saat ini padahal harga yang ditawarkan berbanding jauh dengan kosmetik lokal, namun fenomena yang terjadi sekarang ini adalah ketertarikan masyarakat pada kosmetik impor lebih besar karena promosi yang sering dilakukan dan kosmetik-kosmetik tersebut memiliki kemasan yang menarik. Mereka lebih mementingkan merek dan juga mengikuti tren.

Di tengah ramainya produk perawatan wajah sekarang ini, tidak banyak orang yang mengingat produk tradisional yang sudah teruji khasiatnya seperti contohnya Bedak Dingin Saripohatji yang sudah ada sejak tahun 1927. Bedak ini diracik oleh S. Marijah dengan menggunakan ramuan rempah-rempah tradisional yang terpilih untuk merawat wajah. Bedak ini dapat digunakan sebagai bedak biasa ataupun sebagai masker. Banyak khasiat yang terdapat dalam bedak ini, namun sampai sekarang, bedak Saripohatji yang mempertahankan produknya secara turun temurun tidak mampu bersaing mulai dilupakan dan tidak dikenali lagi sehingga kebanyakan

wanita lebih memilih produk-produk impor yang lebih banyak berpromosi dan mudah ditemukan. Bedak Saripohatji ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang karena bedak ini merupakan salah satu produk kecantikan khas Jawa Barat. Produk ini dapat bersaing dengan kosmetik-kosmetik lainnya dan mengangkat citra produk lokal kembali yang sudah mulai redup karena kalah saing dengan produk-produk impor. Menggunakan produk lokal atau dalam negeri merupakan salah satu wujud cinta kepada tanah air kita.

Karena kurangnya komunikasi dari produk ini kepada masyarakat, maka lewat bidang keilmuan DKV, produk ini dapat dikemas ulang menjadi lebih menarik dan dengan perancangan promosi produk ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat sehingga dapat mengangkat citra produk lokal yang sudah redup.

Penulis mengambil topik tersebut untuk Tugas Akhir karena penulis melihat peluang dari produk ini yang dapat mengangkat citra produk lokal dan memiliki banyak manfaat. Para wanita khususnya pengguna kosmetik, sudah menyadari bahwa dengan menggunakan produk kosmetik lokal merupakan salah satu dari wujud cinta kepada tanah air. Namun banyaknya produk-produk impor yang masuk lebih banyak berpromosi sehingga minat konsumen terhadap produk impor lebih besar.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat *image* Bedak Dingin Saripohatji agar lebih menarik dan tidak dianggap kuno?
2. Bagaimana agar produk ini menarik di kalangan para remaja?

### **1.2.2 Ruang Lingkup**

Pengenalan *image* baru dari Saripohatji ini akan dilakukan di Kota Bandung. Perubahan *image* Saripohatji ini tidak akan dibuat terlalu jauh dari kemasan aslinya untuk menjaga orisinalitas produknya.

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan berdasarkan permasalahan yang ditemui diatas adalah merancang *image* baru dari Bedak Dingin Saripohatji agar lebih menarik dan dikenal oleh masyarakat.

### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, penulis mengumpulkan data dengan :

1. Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada wanita berusia 18-35 tahun dan tinggal di Kota Bandung.

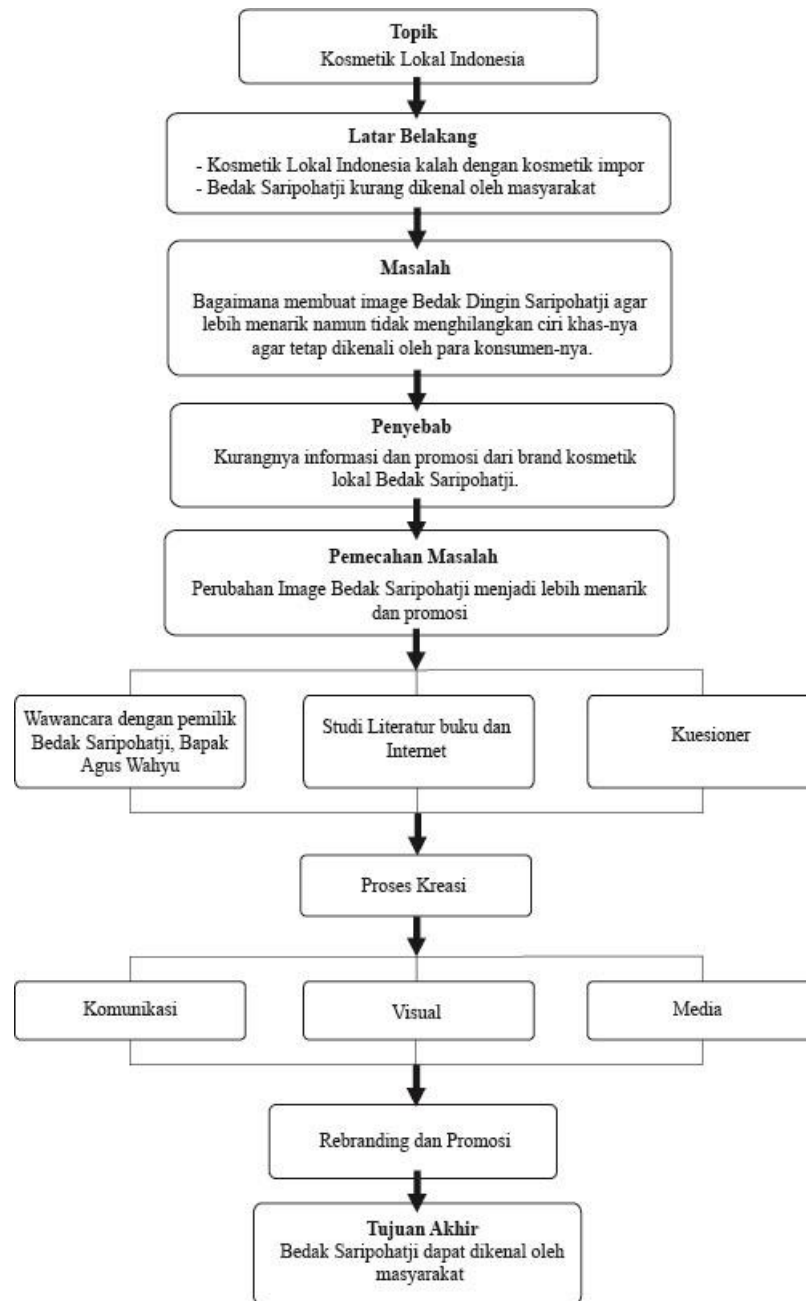
2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemilik Saripohatji yang sekarang yaitu Bapak Agus Wahyu yang merupakan cucu dari almarhumah Ibu S.Marijah, pembuat pertama Bedak Saripohatji.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan penulis untuk mendapatkan data yang akurat yang diambil dari buku dan internet yang digunakan sebagai pendukung teori serta informasi yang dapat disampaikan.

## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan