

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak orang di Indonesia, terutama di kalangan perempuan, mengaitkan warna kulit yang lebih putih dengan kekayaan dan gaya hidup yang terkini. Penampilan merupakan tuntutan nyata yang utama untuk menentukan kelas sosial di masyarakat. Wanita beranggapan kecantikan dan daya tarik fisik sangat penting bagi individu karena adanya dukungan sosial, popularitas, pemilihan teman dan karir yang dipengaruhi oleh daya tarik seseorang, terutama penampilan fisik (Hurlock, 1993). Pandangan masyarakat tentang kecantikan yang ideal diperkuat dengan iklan-iklan di berbagai media. Karena itu, banyak wanita di Indonesia menggunakan produk-produk pemutih kulit dalam segala bentuk tetapi terkadang justru sangat membahayakan kesehatan. Mulai dari menggunakan lotion pemutih, sabun yang mengandung pemutih, krim-krim pemutih, bahkan banyak yang melakukan suntik vitamin C untuk memutihkan kulit secara instan yang selama ini dikira aman. Dokter Spesialis Kulit, Titi Moertolo, dengan tegas mengatakan bahwa kebanyakan bahan pemutih kulit mengandung hidrokuinon, bahan pemutih yang menghambat pembuatan melanin, sehingga pelindung alami kulit terhadap radiasi ultraviolet (UV) yang merusak berkurang. Hidrokuinon, sebagai zat yang paling banyak ditemui dalam produk-produk tersebut, meresap ke kulit dan dapat menyebabkan kerusakan yang tak dapat diperbaiki pada jaringan ikat. Akibatnya adalah penuaan dini. Bahan kimia tersebut dapat juga menyebabkan kanker kulit. Banyak juga bahan pemutih yang mengandung merkuri dan rhodamin B, yang juga beracun. Penggunaan produk-produk semacam itu secara terus-menerus juga dapat menimbulkan ruam, bercak-bercak besar yang merusak penampilan, dan kerapuhan kulit sehingga tidak dapat dijahit jika terluka. Dan jika bahan-bahan kimia ini meresap ke dalam aliran darah, dapat merusak hati, ginjal, atau otak, bahkan kegagalan organ tubuh. Menurut Brand Manager Biotherm,

Eddy Hadisaputro, whitening artinya mencerahkan, bukan memutihkan. Beliau juga mengatakan, jika ada produk pemutih kulit, itu hanya berlangsung selama produk tersebut digunakan, dan jarang ada yang 100% aman untuk kulit.

Sebagai desainer yang dituntut untuk peka dan berpikir kritis, maka dirasakan perlunya untuk menyadarkan masyarakat Indonesia untuk mencintai warna kulit sendiri dan lebih menghargai warna kulit yang alami. Oleh karena itu dirasakan adanya keperluan untuk melakukan kampanye untuk berpuas pada warna kulit sendiri. Bidang DKV diharapkan bisa menjalankan bagiannya sehingga kampanye memiliki konsep yang baik dan terstruktur dengan baik.

Penulis memilih topik ini sebagai topik Tugas Akhir, karena penulis merasa bahwa fenomena ini dianggap hal yang wajar dalam mempercantik diri oleh kebanyakan orang namun sebenarnya bisa memberikan dampak yang cukup fatal bagi kesehatan tubuh. Penulis tertarik dengan topik ini dan merasa tertantang untuk bisa membuat suatu kampanye yang bisa merubah persepsi masyarakat tentang kulit yang cantik dan sehat, karena hal itu tidak mudah dilakukan. Dengan banyaknya model-model iklan berkulit putih dan promosi produk-produk pemutih kulit yang sangat diminati di masyarakat Indonesia, hal ini menjadi suatu *image* yang kuat untuk masyarakat Indonesia, namun penulis merasa diperlukannya perubahan yang berdampak positif bagi negara Indonesia. Maka dari itu penulis memilih untuk membuat sebuah kampanye untuk berpuas pada warna kulit sendiri.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

- Bagaimana mensosialisasikan rasa cinta akan warna kulit sendiri kepada wanita berusia 17-25 tahun melalui kampanye sosial ini?

Permasalahan yang akan dibahas adalah berupa pembuatan kampanye sosial tentang berpuas pada warna kulit sendiri, yang akan menjawab permasalahan di atas.

Kampanye ini akan dilakukan dengan dengan topik yang menyangkut “tuntutan” masyarakat Indonesia untuk tampil cantik dengan kulit putih. Penulis akan melakukan riset mengenai meningkatkan rasa percaya diri akan tubuh sendiri dan mengenai berbagai macam cara memutihkan kulit dan efek sampingnya terhadap kesehatan guna mendukung kampanye ini. Setelah data-data yang diperlukan terkumpul, penulis akan memilih konsep yang cocok untuk kampanye ini, yang tentunya mengacu pada keperluan dan data-data yang terkumpul sehingga dapat menjadi konsep yang matang dalam proses pembuatan kampanye yang sesuai dengan kebutuhan dan lingkup masalah.

1.2.2 Ruang Lingkup

Segmen utama dari kampanye ini adalah wanita muda dan dewasa yang berumur 17-25 tahun. Penulis memilih segmen ini karena dinilai paling potensial untuk menerima pesan dari kampanye. Berdasarkan tingkat sosial, penulis akan memilih kalangan menengah ke atas dan kalangan atas di kota Bandung sebagai target utama dari kampanye ini. Penulis memilih mereka karena mereka yang lebih mengutamakan penampilan biasanya diidentikkan dengan golongan masyarakat yang memiliki kemampuan lebih, karena penampilan dan kecantikan tubuh sebenarnya bukanlah hal yang primer. Masyarakat yang tidak enggan mengeluarkan dana untuk memutihkan kulit, suntik vitamin C misalnya, kita bisa mengatakan mereka sebagai masyarakat dengan kelas sosial menengah ke atas. Maka dari itu jika penulis bisa membuat mereka mengubah persepsi mereka, diharapkan agar masyarakat bisa lebih berhati-hati dalam memilih tindakan untuk merawat kecantikan kulit tanpa membahayakan kesehatan.

Penulis akan memilih media apa saja yang cocok untuk kampanye ini setelah mendapatkan konsep dan segmen dari kampanye, sehingga pesan dari kampanye bisa sampai dan berguna, serta diterapkan dalam kehidupan mereka. Kampanye akan dilakukan dengan waktu 1 tahun karena memerlukan waktu yang cukup untuk membuat masyarakat menyadari dan mempertimbangkan jenis-jenis perawatan kulit untuk tampil sempurna.

Kampanye akan disesuaikan secara strategi agar biaya yang dikeluarkan efektif.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok masalah yang telah dipaparkan, maka didapatkan tujuan:

- Mensosialisasikan rasa cinta akan warna kulit sendiri kepada wanita berusia 17-25 tahun melalui kampanye sosial

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Guna mendapatkan data yang sesuai maka penulis akan mencari data kepada ahli psikolog dan dokter-dokter spesialis kulit berdasarkan topik yang masih berhubungan dengan kesehatan kulit. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan cara:

1. Studi literatur, melalui buku-buku yang berhubungan dengan kulit dan bahan kimia pemutih kulit. Selain itu juga dari situs-situs yang bersangkutan.
2. Melakukan wawancara langsung dengan sumber yang kompeten di bidang kecantikan kulit.
3. Melakukan survey kepada wanita berumur 17-25.

1.5 Skema Perancangan

