

ABSTRACT

Sekarang ini, kosmetik telah menjadi bagian dari hidup wanita yang sudah tidak dapat dipisahkan lagi. Penggunaan kosmetik bagi banyak wanita sudah menjadi kebiasaan dan tidak dapat dihindari, bahkan bagi sebagian wanita menggunakan kosmetik merupakan tuntutan pekerjaan. Tapi, penggunaan kosmetik ini dapat menyebabkan masalah kesehatan yang dapat merusak kesehatan kulit wajah tanpa disadari oleh wanita-wanita pengguna kosmetik dan terjadi dalam kurun waktu yang cukup panjang. Masalah ini juga terletak pada ketidaktahuan masyarakat akan bahaya yang disebabkan oleh zat-zat tertentu atau bahan-bahan tertentu pada kosmetik serta cara penggunaan yang benar pada kulit wajah. Padahal kulit wajah yang sehat dan terawat adalah dambaan setiap wanita.

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Orisinalitas Karya.....	iv
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian.....	v
Abstract.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Permasalahan	2
1.2.2 Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Kosmetik	5
2.1.1 Kategori Kosmetik	5
2.1.2 Zat-Zat Berbahaya Pada Kosmetik	7
2.2 Kampanye	9
2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye	10

2.2.2	Model Kampanya Ostergaard	10
2.2.3	Strategi Komunikasi Dalam Kampanye	11
2.2.4	Persuasi Dalam Praktik Kampanye	12
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		
3.1	Data dan Fakta	13
3.1.1	Badan Pengawasan Obat dan Makanan	13
3.1.2	Badan Perlindungan Konsumen Nasional.....	16
3.1.3	Femina Group	18
3.1.4	Tinjauan Terhadap Permasalahan Sejenis.....	19
3.1.5	Data Permasalahan	22
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan	26
3.2.1	Segmentasi	27
3.2.2	Targeting	27
3.2.3	Positioning	28
3.2.4	SWOT	28
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....		30
4.1	Konsep Komunikasi	30
4.2	Konsep Kreatif	30
4.2.1	Gaya Gambar	31
4.2.2	Layout	31
4.2.3	Tipografi.....	31
4.2.4	Warna	33
4.3	Konsep Media	33
4.3.1	Logo	34
4.3.2	Organizer.....	34
4.3.3	Kalender	37

4.3.4	Artikel	41
4.3.5	Poster.....	42
4.3.6	Brosur.....	43
4.4	Budgeting.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		46
5.1	Kesimpulan	46
5.2	Saran.....	47
5.2.1	Bagi Diri Sendiri	47
5.2.2	Bagi Universitas Kristen Maranatha	47
5.2.3	Bagi Wanita Pengguna Kosmetik di Kota Bandung	47
DAFTAR PUSTAKA		48
DAFTAR ISTILAH		49
DATA PENULIS		50
UCAPAN TERIMA KASIH.....		51

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1.5.1	Tabel Jenis Kosmetik Untuk Wajah Yang Banyak Digunakan	24
Tabel	3.1.5.2	Tabel Frekuensi Penggunaan Kosmetik	24
Tabel	4.4.1	Tabel Budgeting	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	3.1.1.1	Logo BPOM RI	13
Gambar	3.1.2.1	Logo BPKN	16
Gambar	3.1.3.1	Logo Femina Group	18
Gambar	3.1.3.2	Majalah CLEO.....	19
Gambar	3.1.4.1	Poster KOSMETIK ‘Ingin Murah Berakhir Mahal’	20
Gambar	3.1.4.2	Poster <i>What’s Going On?</i>	21
Gambar	3.1.4.3	Poster <i>Made in the Image of God</i>	22
Gambar	4.3.1.1	Logo.....	34
Gambar	4.3.2.1	Cover Organizer	35
Gambar	4.3.2.2	Info Pada Organizer.....	36
Gambar	4.3.2.3	Layout Organizer.....	37
Gambar	4.3.3.1	Cover Kalender.....	37
Gambar	4.3.3.2	Info Pada Kalender	39
Gambar	4.3.3.3	Layout Kalender	40
Gambar	4.3.4.1	Ilustrasi Artikel	41
Gambar	4.3.5.1	Poster	42
Gambar	4.3.6.1	Brosur	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Wawancara dengan dr. Natalia Cristyawati, SIP : 455/1030-Dinkes/43-SIP-I-Dum/II/11

Lampiran B : Sketsa visual logo dan media