

## **Bab I Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini masyarakat dituntut untuk memiliki penampilan yang rapi dan bersih, tidak hanya dalam berbusana tetapi memiliki kulit putih dan mulus dijadikan sebagai standar kecantikan untuk diterima dalam masyarakat. Akibatnya, perkembangan kosmetik dan perawatan kulit semakin meningkat sesuai dengan berkembangnya standar kecantikan, mereka menawarkan berbagai macam keunggulan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat terutama wanita. Kosmetik paling mendasar yang digunakan untuk meningkatkan kecantikan kulit yaitu sabun mandi.

Mandi adalah kegiatan sehari-hari yang dilakukan untuk menjaga kebersihan dan sebagai langkah awal perawatan kulit. Sabun mandi yang digunakan bervariasi, tidak hanya digunakan untuk membersihkan tubuh tetapi sabun juga diberi bahan aditif sehingga dapat meningkatkan mutu sabun dan lebih menarik bagi konsumen. Sabun sendiri terbagi menjadi dua yaitu sabun konvensional yang didapat dari proses saponifikasi minyak atau lemak alami dengan larutan alkali, dan sabun detergen sintetis yang menggunakan bahan baku selain minyak dan lemak alami seperti minyak bumi (Adiwibowo, 2020:29).

Bahan alami yang ada pada sabun cenderung memiliki harga yang lebih mahal sehingga muncul berbagai brand sabun yang mengandung bahan kimia dengan harga yang jauh lebih murah dengan berbagai variasi wangi dan jenis. Bahan kimia yang terkandung dalam sabun konvensional dapat berdampak buruk bagi kesehatan masyarakat, terutama kesehatan kulit seperti menimbulkan alergi dan ruam. Tidak hanya kesehatan kulit, dampak buruk penggunaan bahan kimia pada sabun juga dirasakan oleh lingkungan sekitar.

Bahan kimia yang paling banyak dijumpai pada perawatan kulit, terutama pada body lotion dan sabun yaitu, Sodium Lauryl Sulfate (SLS) atau Sodium Laureth Sulfate (SLES) dan paraben. Paraben biasa digunakan oleh produsen sebagai pengawet produk kosmetika karena dapat mencegah kontaminasi bakteri maupun jamur. Paraben sendiri dikenal sebagai xenoestrogen sehingga memiliki efek seperti estrogen pada tubuh. Ketika paraben masuk ke dalam tubuh mereka disimpan sebagai estrogen alami, hal tersebut menyebabkan penumpukan estrogen dalam tubuh yang biasa dikaitkan dengan resiko kanker (Kisworo, 2020).



Gambar 1.1.1 Perairan Kanal Banjir Timur yang tercemar limbah deterjen

Sumber: kompas.com

SLS/SLES biasa ditemukan sebagai campuran dalam sabun, *shampoo*, dan pasta gigi. Bahan kimia ini sering digunakan karena memiliki daya pembersih yang kuat dan dapat menghasilkan banyak busa. SLS yang digunakan pada sabun tidak hanya mengangkat kotoran tetapi juga dapat mengangkat minyak alami kulit (Kompas, 2013). Kisworo (2020) menyebutkan dalam jurnalnya, penggunaan SLS/SLES lebih dari 2% dapat menyebabkan iritasi ringan pada kulit dan mata. Selain itu, limbah deterjen sabun seringkali dialirkan ke kali atau sungai, akumulasi limbah deterjen mengakibatkan munculnya gulungan buih. Konsentrasi tinggi pada deterjen sabun dapat merusak insang ikan, mempercepat pertumbuhan gangga yang melepas banyak racun hasil produksi, serta merusak sistem reproduksi biota air (Aditya Putri, 2019).

Berdasarkan permasalahan diatas, maka Ethereal membuat sabun mandi *eco-friendly* dengan berbagai macam varian aroma, tanpa menggunakan bahan kimia yang dapat merusak lingkungan maupun kulit. Brand Ethereal menasar pada perempuan remaja hingga dewasa yang lebih sering memperhatikan kondisi kulit mereka. Selain sebagai sabun *eco-friendly*, Ethereal juga menawarkan sabun dengan warna dan bentuk yang bisa disesuaikan dengan keinginan pasar karena pembuatannya yang *handmade*.

Sebagai brand baru Ethereal masih belum dikenal banyak orang, selain itu berdasarkan hasil riset wawancara dan survei yang telah penulis lakukan masih banyak orang yang belum paham mengenai apa itu *handmade soap* dan apa benefit yang didapat. Oleh karena itu Ethereal perlu membuat strategi pemasaran, menurut Shimp (2003:5) bentuk-bentuk utama dari strategi pemasaran yaitu periklanan, penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan pemasaran sponsorsip

(*sponsorship marketing*). Tujuan dari komunikasi pemasaran adalah untuk menginformasikan dan mendidik, mempengaruhi untuk melakukan pembelian atau bersifat persuasif, sebagai pengingat untuk melakukan pembelian ulang (Gredi Kristian 2013:19). Dalam membuat strategi komunikasi perlu juga memperhatikan brand expression, yang merupakan suatu cara atau bentuk komunikasi merek melalui proses visualisasi sehingga suatu merek dapat mudah dipahami dan diingat oleh konsumen secara cepat (Imam Budianto, 2020).

Dari problem dan *design approach* yang didapat maka dibuatlah solusi merancang strategi brand communication dengan menggunakan sosial media untuk mengenalkan brand Ethereal sebagai produk ramah lingkungan yang aman untuk kulit. Berdasarkan hasil riset platform manajemen media sosial HootSuite dan agensi *marketing* sosial We Are Social bertajuk "Global Digital Reports 2020", pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta atau 59 persen dari total jumlah penduduk, sehingga komunikasi pemasaran dilakukan secara online dengan menggunakan sosial media dengan membuat konten visual yang menarik dan mengedukasi dengan berbagai *platform* sosial media, tidak hanya di instagram saja.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan dibahas untuk Tugas Akhir ini berdasarkan pemaparan data dari latar belakang masalah yaitu : Bagaimana rancangan brand communication untuk brand Ethereal beserta media promosinya agar dapat dikenal masyarakat dan memberikan informasi kepada konsumen mengenai benefit dari produk Ethereal.

## **1.3. Tujuan Perancangan**

Tujuan penelitian yaitu merancang strategi brand communication beserta media promosinya untuk brand Ethereal yang sesuai bagi perempuan young adult yang memperhatikan kulitnya sehingga dapat dikenal masyarakat sebagai produk yang alami dan memiliki banyak benefit, tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga membantu merawat kulit.

## **1.4. Manfaat Perancangan**

Perancangan yang dibuat memiliki manfaat sebagai berikut:

- a) Menciptakan brand campaign dan strategi promosi yang sesuai dengan target market dan dapat diterima oleh masyarakat

- b) Membangun kesadaran akan pentingnya perancangan brand campaign dalam sebuah bisnis terutama untuk meningkatkan brand awareness
- c) Memperkenalkan brand Ethereal sebagai brand handmade soap yang ramah lingkungan
- d) Turut berkontribusi bagi perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam bidang kecantikan

### **1.5. Batasan Perancangan**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka batasan perancangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Batasan ilmu** yang digunakan antara lain, ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV), ilmu branding dan brand awareness, marketing, dan entrepreneurship
- 2. Batasan waktu** dalam pelaksanaan tugas akhir ini berlangsung dari bulan Agustus 2020 hingga Mei 2021
- 3. Batasan Pengumpulan Data** untuk penelitian ini dilakukan di Jember, Jawa Timur pada bulan Maret 2020 hingga Maret 2021
- 4. Batasan teknologi dan material** yang digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir ini yaitu, Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop untuk desain visual brand dan produk, Adobe Premiere dan After Effect untuk edit video. Batasan material berupa media promosi online dengan menggunakan sosial media, serta Goggle Form untuk mengumpulkan data survei secara online