

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Tradisi penggunaan bahan alam berupa rempah sebagai ramuan tradisional di Indonesia khususnya dalam budaya masyarakat Jawa, telah diakui khasiatnya dan dikenal sebagai jamu. Pemanfaatan ramuan tradisional ini telah umum digunakan diberbagai kalangan masyarakat, biasa digunakan sebagai bahan perawatan maupun obat penyembuh di bidang kesehatan. Fungsi lain dari ramuan tradisional adalah sebagai bahan perawatan kecantikan untuk para wanita. Adanya kepercayaan bahwa kecantikan putri-putri keraton terletak pada rahasia ramuan istimewa yang dipakainya. Kepercayaan ini selalu dijadikan ikon produk kecantikan berbasis ramuan tradisional. Penggunaan ramuan tradisional dalam bidang kecantikan wanita seperti kebiasaan minum jamu, penggunaan lulur adalah bagian dari tradisi memelihara kecantikan yang masih terpelihara hingga kini.

Salah satu kebutuhan dari wanita modern adalah pemeliharaan kecantikan dan kesehatan kulit. Perawatan kulit merupakan serangkaian kegiatan untuk menjaga kesehatan kulit. Perawatan kulit yang baik dapat menghindari dampak negatif dari paparan sinar matahari dan sebagai kebutuhan nutrisi untuk kulit (Perwitasari, 2019). Seiring dengan kesadaran kembali ke alam dan perkembangan dunia kecantikan, produk perawatan kulit dengan bahan alami merupakan salah satu pilihan dalam merawat kesehatan dan kecantikan kulit yang aman dikenal sebagai *Green Beauty*. *Green beauty* istilah yang menunjukkan penggunaan produk perawatan dan kecantikan yang aman bagi diri serta tidak berdampak buruk bagi lingkungan. (Rima dan Kintan, 2019).

Perkembangan produk kecantikan lokal dengan bahan alami dewasa ini sangat tinggi, hal ini ditandai dengan munculnya banyak produk kecantikan dengan klaim berbahan alami. Berdasarkan data Kemenperin (2021) “tercatat perkembangan yang cukup pesat pada industri kosmetik besar, menengah dan kecil dengan jumlah 797, yang sebelumnya adalah 760 perusahaan”. Salah satu merek kosmetik berbahan alam yang merupakan produk perawatan kecantikan kulit dan kesehatannya adalah Roro Mendut.

Roro Mendut merupakan produk perawatan kecantikan kulit, SPA tradisional Yogyakarta yang berdiri sejak 2013. Produk ini diformulasikan dan diadaptasi dari resep tradisional Keraton Yogyakarta, menggunakan bahan-bahan tumbuhan herbal yang merupakan komoditi unggulan Indonesia. Roro Mendut di produksi oleh CV Magic Skin di Jl. Nakulo No. 44 RT 49 RW 10 Kelurahan Ketanggungan, Kecamatan Wirobrajan, Yogyakarta 55252. Produk-produk yang ditawarkan Roro Mendut telah lolos uji dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), dan sertifikat halal dari MUI. Potensi yang dimiliki oleh Roro Mendut Traditional Beauty Skincare tidak hanya sebagai produsen produk kecantikan, juga sebagai satu cara melestarikan budaya khususnya tradisi kecantikan Keraton Yogyakarta dalam merawat diri sebagai suatu kearifan lokal. Di sisi lain produk ini juga memberdayakan komoditas tanaman herbal lokal unggulan untuk meningkatkan perekonomian petani tanaman herbal. Produk ini memang belum dikenal banyak orang dikarenakan pola distribusi yang dilakukan oleh produsen. Pola distribusi secara *offline* produk Roro Mendut ternyata masih terbatas di beberapa daerah, yang meliputi daerah Yogyakarta dan gerai penyedia kosmetik di Jabodetabek.

Persaingan dalam usaha produk perawatan kulit semakin ketat, para pelaku usaha harus mampu mempersiapkan berbagai strategi pemasaran, agar bisa bersaing dengan pasar. Potensi besar pangsa pasar kosmetik lokal di Indonesia, memunculkan persaingan yang semakin tajam dan kalangan produsen saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen. Roro Mendut sebagai salah satu *brand* kecantikan yang masih berkembang memiliki permasalahan produk Roro Mendut kurang luas ada di pasaran. Sejauh ini, Roro Mendut di masyarakat masih kurang dikenal. Hal ini terkait dengan hasil survey kuesioner, yang diadakan pada bulan Juni 2021 terhadap 43 responden 62.8% (27 orang) menyatakan tidak mengetahui produk dan 76.7% sebanyak (33 orang) tidak mengetahui kegiatan promosi Roro Mendut. Berdasarkan latar belakang, terlihat belum optimalnya promosi produk yang bersangkutan. Penganekaragaman media promosi dianggap dapat mempermudah masyarakat untuk mengetahui Roro Mendut, sebagaimana fungsi media promosi. Salah satu upaya untuk mengenalkan produk secara

keseluruhan melalui kegiatan promosi sebagai proses membangun kesadaran akan sebuah *brand* (*brand awareness*) di masyarakat.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, teridentifikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan promosi Roro Mendut yaitu:

- Produk Roro Mendut belum luas ada di pasaran.
- Roro Mendut masih kurang dikenal oleh masyarakat luas.
- Promosi produk Roro Mendut masih terbatas pada beberapa media sosial akun official.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, akar permasalahan dari eksistensi produk Roro Mendut yang kurang dikenal oleh masyarakat, rumusan masalah dalam perancangan ini yaitu:

Bagaimana memperkenalkan Roro Mendut sebagai *brand* produk *traditional beauty skincare* bagi masyarakat luas?

1.4. Batasan Masalah

Agar perancangan ini mendapatkan hasil yang diharapkan, terdapat batas masalah untuk membatasi persoalan sehingga tidak meluas jauh dari sasaran. Batasan objek dalam perancangan ini, berfokus mengenai aspek *brand* Roro Mendut sebagai salah satu *brand traditional beauty skincare* yang menggunakan bahan alami dengan formulasi tradisi keranton. Batasan subjek atau khalayak sasaran adalah usia 19-25 tahun yang merupakan usia peralihan remaja menuju dewasa awal. Batasan wilayah dalam perancangan ini adalah perkotaan dan pinggiran kota (urban) wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, Solo, Semarang, Bandung, Jakarta dan sebagainya. Batasan Waktu penelitian dan perancangan dilakukan pada bulan November 2020 hingga Agustus 2021.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat rancangan promosi Roro Mendut melalui media video iklan untuk memperkenalkan dan membangun kesadaran akan *brand (brand awareness)* Roro Mendut kepada masyarakat yang memiliki kebutuhan akan produk perawatan kulit berbahan dasar alami dengan warisan ramuan rempah tradisi keraton.

I.5.2. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari dilakukannya perancangan ini, antara lain:

I.5.2.1. Manfaat Teoritis

- Tersusunnya rancangan sebagai aplikasi dari teori perancangan promosi suatu produk memberikan informasi ilmiah dalam bidang desain komunikasi visual, mengenai promosi.

I.5.2.2. Manfaat Praktis

- Dihasilkannya rancangan praktis dalam membuat promosi produk.

Untuk masyarakat, memberikan informasi mengenai Roro Mendut yang menjadikan pilihan masyarakat ketika membutuhkan produk perawatan kecantikan kulit.