

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dunia kecantikan saat ini memiliki fokus baru, yaitu kondisi kulit yang sehat merupakan idaman semua wanita, tujuan utama yang ingin dicapai untuk perawatan kulit adalah memiliki kulit yang sehat merupakan keinginan semua orang, sehingga berbagai cara dilakukan oleh semua orang khususnya perempuan seperti menggunakan obat-obatan kimia, *skincare* yang berbagai macam kandungannya hingga perawatan ke dokter.

Produk yang selalu digunakan oleh perempuan untuk merawat kulit wajah atau mempercantik diri adalah kosmetik. Kosmetik adalah zat yang biasa digunakan untuk seluruh tubuh bagian kulit luar. Kosmetik bagi perempuan adalah salah satu alat yang sangat penting sehingga perempuan selalu menggunakan kosmetik untuk merawat wajah agar terlihat cantik dan memiliki kulit yang sehat.

Selain menggunakan kosmetik sendiri ada juga yang merawat diri langsung ke tempat perusahaan perawatan kulit yang biasa disebut *skincare*. Menurut artikel laite.co.id Pengertian *Skincare* dan Mengenali Jenisnya mengungkapkan bahwa “*Skincare* merupakan suatu usaha untuk melakukan perawatan kulit dengan menggunakan alat atau produk tertentu agar kulit yang dimiliki tetap dalam keadaan yang sehat dan dalam kondisi baik”.

Kulit adalah organ terluar dari tubuh yang melapisi tubuh manusia. Berat kulit diperkirakan 7% dari berat tubuh total. Pada permukaan luar kulit terdapat pori-pori (rongga) yang menjadi tempat keluarnya keringat. Kulit adalah organ yang memiliki banyak fungsi, diantaranya adalah sebagai pelindung tubuh dari berbagai hal yang dapat membahayakan, sebagai alat indra peraba dan pengatur suhu tubuh (Sulastomo, 2013).

Gangguan kulit lebih sering dialami oleh para remaja salah satunya adalah jerawat. Deta Yuliani Oka dalam *channel* Youtube Halosehat (2019) Pubertas

akan dialami oleh remaja, dengan adanya ciri perubahan hormon dan produksi kelenjar minyak meningkat sehingga jerawat dan komedo mudah tumbuh.

Natasha *Skincare* adalah sebuah perusahaan terkemuka di Indonesia di bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang sehat. Natasha *Skincare* menyadari bahwa setiap individu memerlukan penanganan yang berbeda terutama untuk kulit pada usia remaja, sehingga Natasha *Skincare* mengembangkan produk-produk yang spesifik untuk kategori *teen, man and woman*. Natasha *Skincare* selalu memberikan hasil yang optimal dan aman, salah satu produk dari Natasha *Skincare* adalah NOX *Coffee Serum*. NOX *Coffee Serum* adalah serum wajah dengan kandungan ekstrak kopi. Kopi memiliki efek antioksidan, stimulan dan asam *Chloro Genat Acid* yang dapat membantu kulit dalam mengatasi jerawat.

Untuk mengetahui apakah produk NOX *Coffee Serum* diketahui khalayak, penulis melakukan penyebaran kuisioner kepada perempuan yang ada di kota Bandung khususnya, hasilnya yaitu rata-rata banyak yang belum mengetahui tentang produk NOX *Coffee Serum*, dikarenakan minimnya promosi. Natasha melakukan promosi menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook tetapi Natasha *skincare* belum optimal dalam mempromosikan produknya salah satu produk yang belum banyak dipromosikan adalah produk NOX *Coffee Serum*, sehingga perlu dibuatkan perancangan promosi NOX *Coffee Serum* untuk memperbanyak promosi produk NOX *Coffee Serum* di media sosial Instagram Natasha.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- Natasha *Skincare* sudah mempunyai promosi di media sosial Natasha, tetapi masih sedikit promosi untuk produk NOX *Coffee Serum*.
- Kurangnya penyebaran promosi yang tersebar kepada khalayak, sehingga ada yang belum mengetahui produk NOX *Coffee Serum*.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah yang didapat adalah, Bagaimana cara meningkatkan promosi supaya penjualan produk Natasha *Skincare* semakin meningkat.

I.4 Batasan Masalah

Karena luasnya permasalahan yang didapat, maka perancangan ini difokuskan pada promosi produk NOX *Coffee Serum* mengenai manfaat kopi kepada khalayak.

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

Setelah dipaparkannya latar belakang hingga batasan masalah, maka muncul sebuah tujuan dan manfaat dibuatnya perancangan, berikut ini adalah tujuan dan manfaat dari perancangan tersebut adalah:

I.5.1 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan sebagai berikut:

- Mempromosikan produk Natasha *Skincare* lebih luas kepada khalayak.
- Meningkatkan penjualan produk NOX *Coffee Serum*

I.5.2 Manfaat perancangan

Adapun manfaat perancangan sebagai berikut:

- Khalayak dapat mengetahui lebih luas tentang produk kecantikan Natasha *Skincare*.
- Masyarakat dapat mengetahui ada produk kecantikan dari Natasha *skincare* berbahan ekstrak kopi.
- Meningkatnya penjualan produk Natasha *Skincare*.