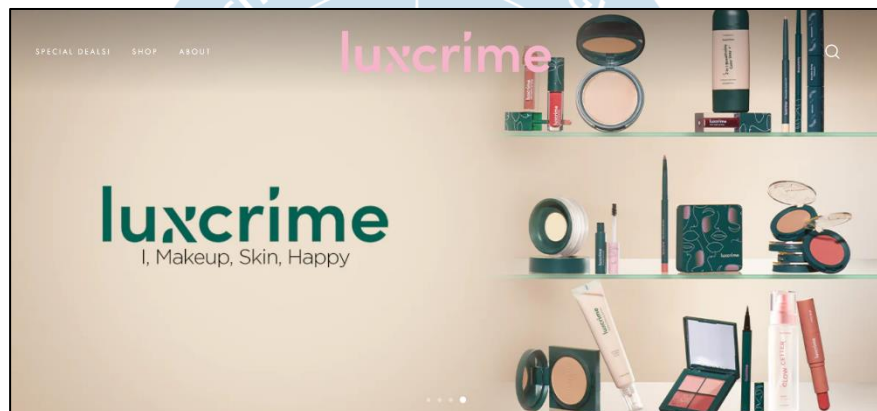


## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Merek Luxcrime

Luxcrime merupakan perusahaan kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia yang didirikan pada Desember 2015 oleh Achmad Nurul Fajri. Penghargaan yang telah diraih Luxcrime diantaranya Official Award oleh Beautyfest Asia, Female Daily Award, juga Sociolla Awards dan telah bergabung dalam Hypefast pada tahun 2020 (Catriana & Djumena, 2022).



Gambar 3: Logo, Tagline, dan Produk Luxcrime (Luxcrime, n.d)

“I, Makeup, Skin, Happy” merupakan *tagline* yang menjadi semangat dan citra Luxcrime. Dengan ditempatkan di semua kampanye dan *platform* penjualan, *tagline* tersebut bermakna bahwa Luxcrime menyediakan produk perawatan kulit hingga kosmetik dalam rangkaian lengkap. Harapan yang terkandung di dalamnya ialah agar konsumen mampu mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan berbahagia saat melihat, menyentuh, hingga menggunakan produk Luxcrime. Kemasan hingga formula produk-produk Luxcrime disajikan dengan menarik dan berkualitas tinggi.

Selain itu, nilai yang dibanggakan dalam formulasi produk adalah dengan menghindari bahan kimia serta tidak melakukan *animal testing* (Luxcrime, n.d.). Target pemasaran produk Luxcrime yaitu konsumen produk kosmetik berusia 23—34 tahun. *Market* usia 23 tahun ke atas dituju karena dikategorikan sebagai *young worker* ataupun professional, sedangkan batas usia 34 tahun ditentukan berdasarkan batas usia kategori pekerja awal (Salsabila, 2023).

## B. Profil Kampanye Luxcrime #BeautyDiQuity



Gambar 4: Kampanye #BeautyDiQuity (Luxcrime, 2023)

Luxcrime selalu melakukan kampanye dengan mengangkat isu yang berbeda setiap tahunnya. Di tahun 2023, isu sosial diambil sebagai landasan diselenggarakannya kampanye pada bulan Maret, bertepatan dengan Hari Perempuan Internasional. Melihat masih banyaknya ketimpangan dan diskriminasi yang dialami perempuan penyandang disabilitas, Luxcrime menghadirkan kampanye bertajuk #BeautyDiQuity (*Beauty in Diversity & Equity*) yang mengusung nilai kecantikan dalam keberagaman dan kesetaraan (Mone, 2023). Kampanye ini dijalankan untuk menunjukkan bahwa setiap perempuan memiliki keunikan masing-masing. Makna kecantikan pun beragam, bukan hanya berpatok pada warna kulit yang putih atau

bentuk tubuh yang ramping (Dhia, 2023). Founder Luxcrime, Ahmad Nurul Fajri (dalam Mone, 2023), berkeinginan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa setiap perempuan, apapun latar belakang dan keterbatasannya, tetap memiliki kekuatan tersendiri. Setiap perempuan memiliki keindahan dengan ciri khasnya masing-masing. “Karena bagi Luxcrime, *where there is a woman, there is magic*”, tegasnya.



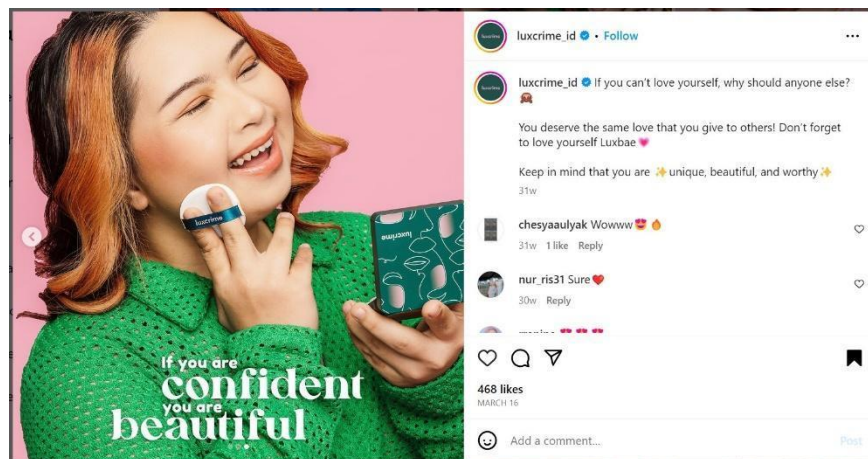
Gambar 5: Kampanye #BeautyDiQuity (Luxcrime, 2023)



Gambar 6: Kampanye #BeautyDiQuity (Luxcrime, 2023)

Tujuan dari kampanye #BeautyDiQuity adalah untuk menyuarakan pesan bahwa semua perempuan memiliki hak untuk merasa cantik dan menarik dalam kondisi apapun. Perempuan perlu menyadari bahwa dirinya memiliki jiwa yang kuat serta

berhak dicintai dan dihargai. Pesan-pesan tersebut akan mendorong rasa percaya diri perempuan akan kapabilitas dan kualitas yang dimilikinya. Luxcrime hadir sebagai solusi dan ingin memberi pengaruh besar dengan meningkatkan kesadaran tentang hak-hak perempuan (Dhia, 2023). Dengan demikian, masyarakat yang sadar akan keberagaman dan kesetaraan diharapkan telah mampu untuk saling mendukung.



Gambar 7: Kampanye #BeautyDiQuity (Luxcrime, 2023)



Gambar 8: Kampanye #BeautyDiQuity (Luxcrime, 2023)

Sebagai wujud nyata, Luxcrime menjadikan perempuan difabel sebagai model dari berbagai jenis produk kecantikannya. Program kampanye ini dilakukan dengan menggandeng dua komunitas disabilitas yang berada di Yogyakarta, yakni Unique

Project Theater dan Nalitari. Unique Project Theater merupakan komunitas seni teater yang memberi wadah berkarya bagi penyandang Achondroplasia atau tubuh mini. Komunitas kedua adalah Nalitari, sebuah komunitas seni inklusi yang mendorong kebebasan eksplorasi diri melalui seni tari. Rangkaian kegiatan kampanye dilakukan pada bulan Maret 2023 bertepatan dengan Hari Perempuan Internasional. Aktivitas pemasaran pada program ini adalah menghadirkan promo penjualan produk paket khusus donasi pada 12 Maret 2023 hingga 23 Maret 2023, sedangkan puncak kegiatan dilaksanakan di Pendhapa Art Space Yogyakarta pada 24 Maret 2023. Sebanyak 10% dari hasil penjualan didonasikan bagi Unique Project Theater dan Nalitari sebagai dua komunitas mitra penyelenggaraan kampanye (Dhia, 2023).



Gambar 9: Kampanye #BeautyDiQuity (Luxcrime, 2023)

Puncak dari kampanye ini adalah dengan menyuguhkan pertunjukan seni tari sebagai sarana mengekspresikan isu perempuan, serta aktivitas sosial pemberdayaan perempuan sebagai wadah unjuk kreativitas. Kegiatan tersebut merupakan bagian dari *giving back to society* perusahaan Luxcrime serta apresiasi terhadap perempuan yang berperan di berbagai aspek kehidupan. Dalam kampanye ini, aspek keberagaman yang



Gambar 10: Puncak Kampanye #BeautyDiQuity (Palit dalam HighEnd Magazine, 2023)



Gambar 11: Puncak Kampanye #BeautyDiQuity (Palit dalam HighEnd Magazine, 2023)

dimaksud ialah bahwa nilai kecantikan seseorang tidak hanya terbatas pada penampilan fisiknya, namun juga kreativitas, keahlian, bahasa, budaya, serta perbedaan lainnya (Dhia, 2023). Sedangkan aspek kesetaraan dapat dimaknai bahwa penyandang disabilitas berhak mendapat perlakuan adil serta kesempatan yang sama untuk mengembangkan potensi diri, salah satunya dengan mampu menjadi model iklan kecantikan.

### C. Profil Narasumber

Narasumber-narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lusya Beta Amorrissa

Pembeli produk paket Luxcrime khusus donasi berusia 26 tahun, seorang *trainer* dan fasilitator Anak Berkebutuhan Khusus (ABK), berkecimpung di bidang psikologi saat studi hingga profesi HR, kerap mengangkat diskusi perihal produk perawatan dan kecantikan melalui akun Instagram @amorrissabeta dengan 2.023 pengikut, dan merupakan konsumen Luxcrime sejak tahun 2021.

2. Klaudia Juniarsih Gayatri

Pembeli produk paket Luxcrime khusus donasi berusia 26 tahun, seorang *Make Up Artist* (MUA) bersertifikasi, memiliki bisnis MUA & Salon, memasarkan usaha dan produk kecantikan melalui akun Instagram @klaudiagayatri dengan 1.243 pengikut, akun @makeup\_klaudiagayatri dengan 1.508 pengikut, dan akun @kilaurambutmu, serta menggunakan produk Luxcrime sejak tahun 2019 sebagai konsumsi pribadi maupun riasan *client*.