



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat penggunaan kosmetik di Indonesia kian berkembang dengan pesat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan penjualan kosmetik sebesar 14 % atau Rp9,76 triliun pada tahun 2012 dari Rp8,5 triliun pada tahun 2011 yang dilansir oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (KEMENPERIN) pada tahun 2012. Menurut lembaga pemasaran Euro Monitor Internasional memprediksikan kenaikan angka pertumbuhan industri kecantikan Indonesia sebesar 20 % dari pertumbuhan rata rata 12 % per tahunnya yang bernilai lebih dari US\$5 miliar di tahun 2014. Hal ini menandakan adanya kepentingan masyarakat Indonesia dalam membeli kosmetik. Soerakoesumah selaku *managing director* Cosmobeaute Indonesia mengatakan bahwa masyarakat Indonesia, khususnya wanita, tidak lagi menganggap kecantikan sebagai hal yang mewah, melainkan kebutuhan.

Terdapat beberapa alasan dibalik mengapa wanita menjadikan *make up* sebagai kebutuhan mereka. Menurut Korichi (2007) *makeup* memiliki 2 fungsi secara psikologis, yaitu sebagai *seduction* dan *camouflage*, fungsi *seduction* adalah fungsi untuk mempercantik penampilan diri, sedangkan fungsi *camouflage* merupakan fungsi untuk menutupi kondisi kekurangan fisik yang ada. Pemakaian *make up* dalam keseharian seorang wanita tidak hanya

memperbaiki estetika, namun juga menciptakan jati diri, emosi, *mood* positif, juga relasi yang baik dengan lingkungan sekitar (hlm. 136).

Salah satu populasi wanita Indonesia yang menggunakan *make up* sebagai kebutuhan sehari – hari adalah wanita karier. Psikolog Celia Bibby menemukan bahwa 70 % wanita karier merasa lebih percaya diri, berkompeten, mudah bersosialisasi, dan dipercaya oleh atasan ketika menggunakan *make up*. *Make up* menjadi bagian dari gaya hidup dalam menunjang penampilan untuk menghasilkan relasi yang positif dengan lingkungan kerja. Gani menyebutkan angka wanita karier Indonesia pada tahun 2016 meningkat 16% dari tahun sebelumnya, hingga mencapai terbanyak keenam di dunia dan 36% diantaranya menduduki posisi senior di perusahaan (<http://karier.cnnindonesia.com>, diakses pada 10 Maret 2014). Oleh sebab itu, peningkatan kebutuhan pemakaian kosmetik terjadi seiring dengan peningkatan angka wanita karier di Indonesia.

Namun, seringkali para wanita karier menemui kendala sewaktu mengaplikasikan *make up* di tengah aktivitas mereka yang padat. Menurut *survey* yang penulis sebarakan kepada 123 orang wanita karier berusia 23-30 tahun di daerah, sebesar 70 % wanita menyatakan butuh pengajaran *make up* yang lebih detail melalui media buku yang mengulas cara *make up* singkat dan cepat, karena 64% diantaranya mengatakan bahwa mereka belum mengetahui teknik *make up* yang cepat yang dapat membantu mereka untuk memanfaatkan waktu secara efektif. Hal ini disebabkan karena mereka hanya mengetahui teknik *make up* secara konvensional serta kurangnya detail *step by step* tutorial yang ada di media internet. Adapun kasus yang disebabkan karena tidak dapat

menggunakan waktu secara efektif untuk *make up* sebagai berikut yaitu 51 % diantaranya memilih untuk mengaplikasikan *make up* di kendaraan umum maupun sambil menyetir mobil agar mempercepat persiapan mereka pada saat bepergian ke kantor. Disamping itu, observasi penulis menemukan bahwa sangat jarang buku yang membahas mengenai tutorial *make up* untuk wanita karier serta belum adanya buku yang mengulas buku mengenai cara *make up* cepat (*makeup hacks*).

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis membuat judul tugas akhir “Perancangan Buku Tutorial *Make upHack* untuk Wanita Karier”. Buku tutorial ini dirancang sebagai media yang informatif dengan tingkat kesulitan yang mudah tentang bagaimana cara mengaplikasikan *make up* dengan cara alternatif yang mempercepat proses *make up* tersebut, serta menjawab permasalahan wanita karier yang memiliki mobilitas yang tinggi. Buku ini juga ditujukan bagi wanita yang baru saja terjun ke dalam dunia pekerjaan dan membutuhkan pengajaran mengenai tampilan *make up* kerja.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang buku tutorial *makeup hack* untuk wanita karier dengan cara yang kreatif, dan mudah dimengerti?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam perancangan visual buku tutorial *makeup hack* untuk wanita karier ini adalah sebagai berikut:

1.3.1. Target dan *Segmenting*

Segmentasi adalah wanita di JABODETABEK yang memiliki penghasilan Rp 3.000.000,00 hingga Rp 6.000.000,00 per bulan, segmentasi ini difokuskan menjadi target sebagai berikut:

1. Geografis : Jakarta

2. Demografis :

Target Utama :

a. Jenis Kelamin : Wanita

b. Usia : 23-30 tahun

c. Pendapatan: > Rp 4.000.000,00 / bulan

d. Psikografis: Wanita kantor. Menggunakan *make up* di dalam kesehariannya, berpenampilan menarik serta terbuka akan hal baru seputar penampilan dan kecantikan.

e. Etnis : Indonesia

f. Kelas sosial: golongan B hingga golongan B+

Target Sekunder:

a. Jenis Kelamin : Wanita

b. Usia : 19 – 22 tahun

c. Psikografis: Mahasiswi, menggunakan *make up* di dalam kesehariannya, berpenampilan menarik, tertarik

akan hal baru dan memiliki pola pikir ke depan mengenai dunia kerja yang akan dihadapinya

- d. Etnis : Indonesia
- e. Kelas sosial: golongan B hingga golongan B+

1.4. Tujuan Tugas akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merealisasikan rancangan buku tutorial *makeup hack* yang kreatif, guna membantu wanita karier dalam mengaplikasikan *makeup* dengan cepat.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam Perancangan Buku Tutorial *Make Up Hack* adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menurut Moleong (2010) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengkaji fenomena berdasarkan apa yang dialami oleh populasi atau sampel tertentu berupa perilaku, motivasi, tindakan, persepsi, dll (hlm. 6). Sedangkan menurut Sugiyono (2012) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berfokus pada populasi atau sampel tertentu untuk menguji fenomena yang ada, serta menggunakan data statistik pada pengumpulan datanya. (hlm 14-15).

1.5.1. Data Primer

1. Kuesioner

Kuesioner dibagikan melalui angket *online* dan *offline* kepada 123 wanita karier yang berusia 23-30 tahun baik sudah menikah maupun belum menikah di daerah urban yaitu Jakarta. Kuesioner ini bertujuan untuk

mengetahui tingkat intensitas waktu yang digunakan wanita karier dalam menggunakan *makeup* serta mengetahui tingkat *awareness* akan kebutuhan buku tutorial *makeup hack*.

2. Studi Literatur

(Zed, 2014) Studi pustaka adalah metode pengumpulan data dari media yang bersifat dokumentasi dan dilakukan dengan tahapan membaca, mencatat serta mengolah bahan penelitian (hlm. 3). Studi literatur diperlukan untuk mempertajam pengetahuan penulis mengenai tema tugas akhir yang diteliti. Penulis menggunakan literatur berupa buku, jurnal, dan dokumen online sebagai landasan pemikiran. Penulis melakukan juga melakukan analisis terhadap buku – buku *makeup* di pasaran yang memiliki topik serupa dengan tugas akhir penulis. Observasi meliputi analisis mengenai kelebihan dan kekurangan buku baik dalam segi konten maupun tampilan visual.

1.5.2. Data Skunder

1. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menambah wawasan penulis mengenai topik yang diteliti selain studi literatur. Narasumber yang akan diwawancara untuk tugas akhir ini adalah *professional makeup artist* dan *illustrator*.

1.6. Metodologi Perancangan

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan eksplorasi terhadap masalah yang berkaitan

dengan topik wanita karier dan *make up*. Pencarian data dilakukan melalui media jurnal, artikel, berita *online*, wawancara, dan kuesioner.

2. Penelitian Pendahuluan terhadap Permasalahan

Penulis melakukan penelitian mengenai tingkat kepentingan terhadap fenomena topik yang diteliti. Survei disebar kepada 123 wanita karier dengan rentang usia 23- 30 tahun.

3. Penelitian Pendahuluan terhadap Target

Melakukan observasi wawancara secara langsung dengan target primer yaitu wanita karier usia 23-30 tahun agar lebih dalam mengetahui pendapat dari masing – masing individu mengenai kebiasaan *make up* mereka sehari – hari.

4. Analisis

Melakukan analisis terhadap hasil survey dan studi pustaka, kemudian mencari fokus permasalahan utama yang dialami oleh wanita karier dalam menggunakan *makeup*.

5. Konsep Desain

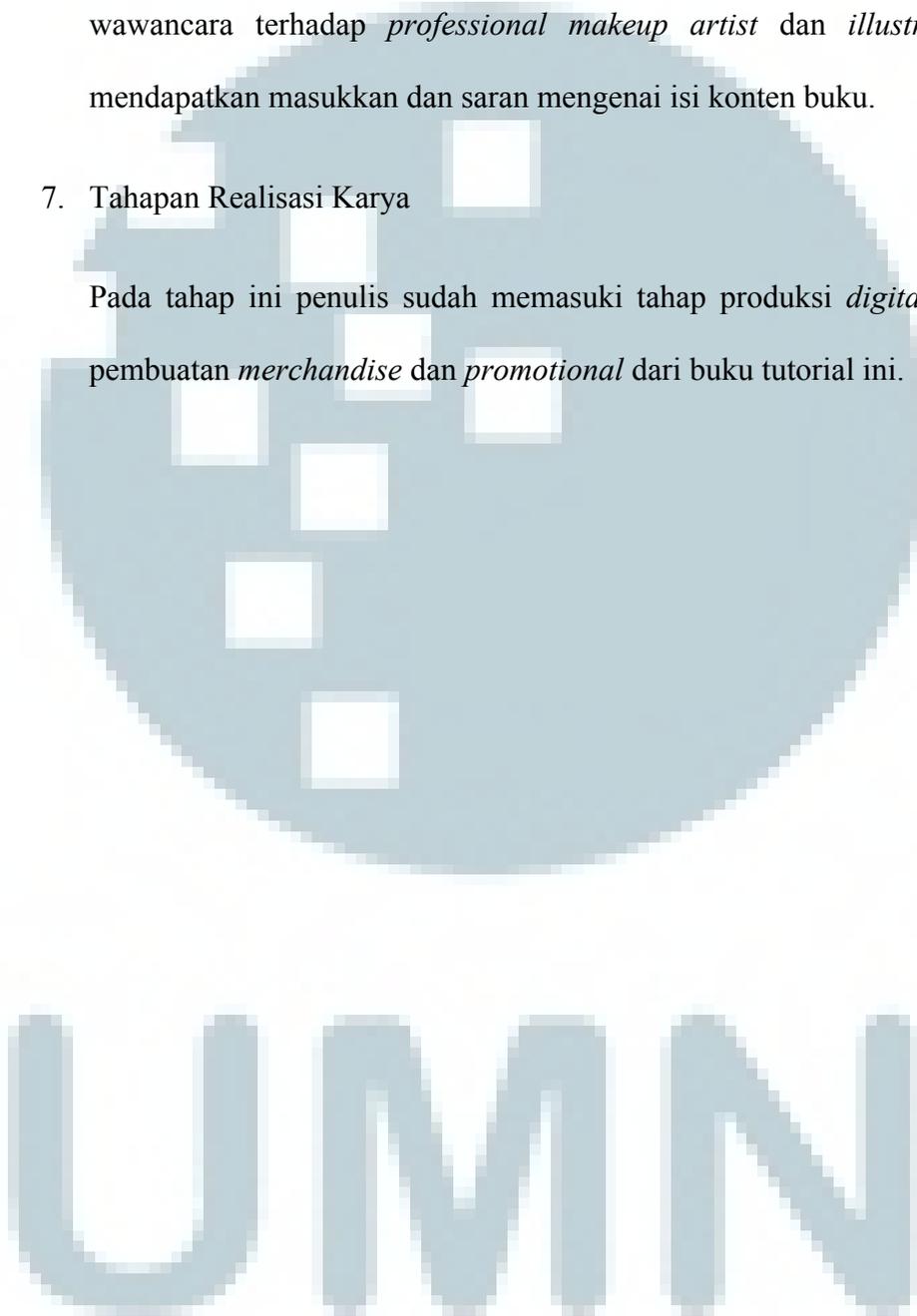
Merancang konsep desain yang sesuai dengan psikografi wanita karier, untuk itu penulis akan menyebarkan kembali kuesioner mengenai ilustrasi yang sesuai dengan selera wanita karier. Konsep desain menggunakan landasan teori dari tinjauan pustaka agar sesuai dengan prinsip desain yang sebenarnya.

6. Mengumpulkan Solusi

Dalam tahap ini penulis mulai merancang konten buku serta mengadakan wawancara terhadap *professional makeup artist* dan *illustrator* agar mendapatkan masukan dan saran mengenai isi konten buku.

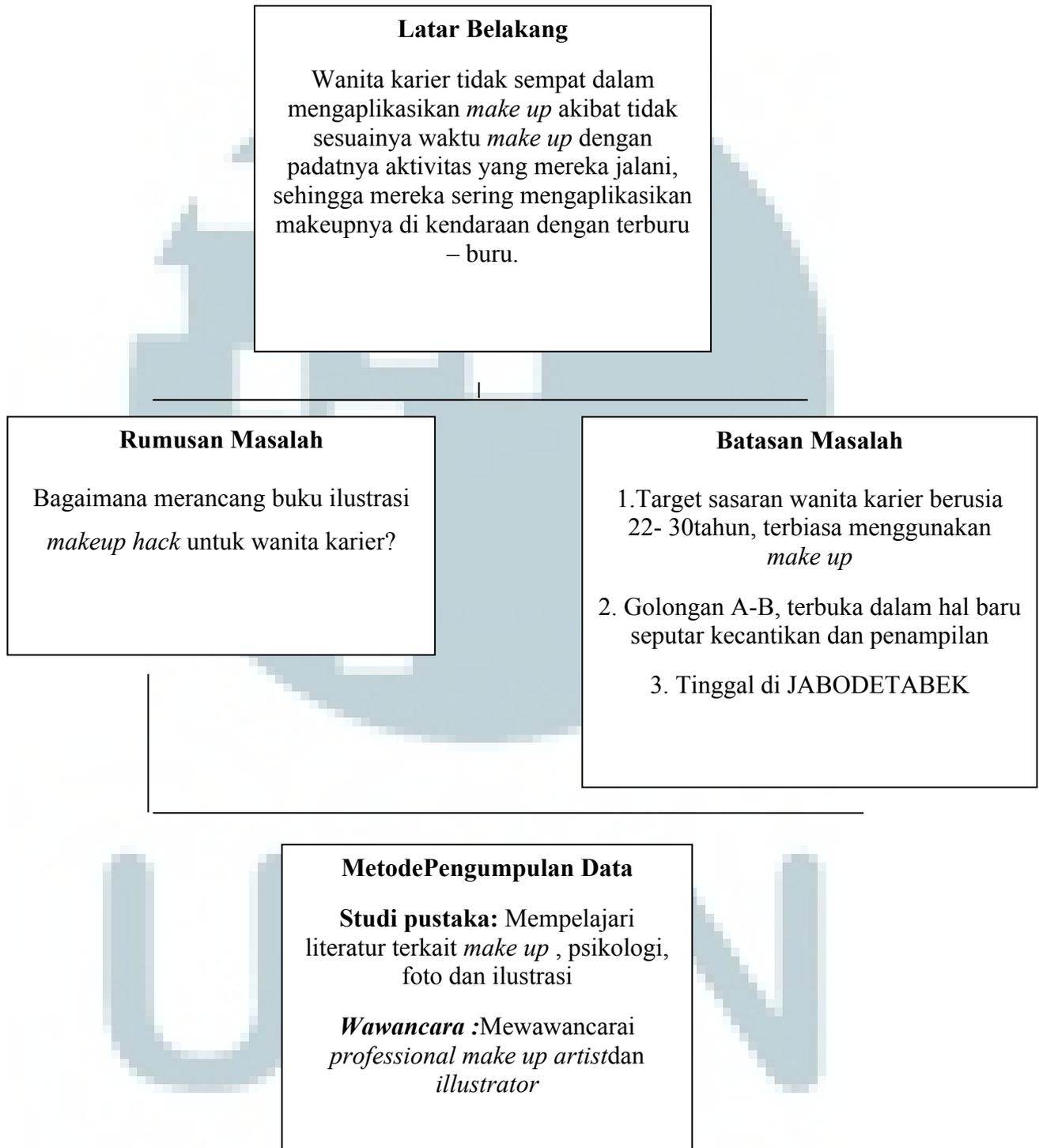
7. Tahapan Realisasi Karya

Pada tahap ini penulis sudah memasuki tahap produksi *digital printing*, pembuatan *merchandise* dan *promotional* dari buku tutorial ini.



UMN

1.7. Skematika Perancangan



Target Sasaran

Kalangan wanita karier Indonesia, berpenghasilan lebih dari 3 juta – 6 juta perbulan dan terbuka akan hal hal baru seputar kecantikan dan penampilan

Insight

Make up bukan menjadi hal yang sulit untuk dilakukan karena dapat dilakukan secara cepat

Konsep Perancangan

Buku tutorial *make up hack* untuk wanita karier yang berisi mengenai tips dan trik *makeup* cepat dengan media alternatif

Tabel 1. 1 Skematika Perancangan

UMMN