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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan produk perawatan kecantikan, khususnya *skincare* telah menembus pasar global. Pada tahun 2012 hinggal 2017 penjualan *skincare* menjadi salah satu sumber utama dari *world's value sales* sebanyak 51%. *Facial* menjadi salah satu produk terbanyak yang digunakan dalam perawatan *skincare*, dengan tingkat konsumsi serta inovasi pada kawasan ASEAN mencapai 63% dari total penjualan. (Morganti et al., 2019) Indonesia menjadi penyumbang kedua terbesar dalam pertumbuhan pasar *skincare* secara global, sebesar 2 miliar dolar AS pada tahun 2019 bersama dengan India. (Euromonitor, 2015)

Generasi muda Indonesia berusia 18 – 29 tahun kerap menjadi konsumen utama dalam penggunaan *e-commerce*, dengan jumlah sebanyak 52.4% menyatakan akan tetap menggunakan layanan *e-commerce* dalam enam bulan mendatang terhitung sejak Juni 2021. (databoks, 2021) Salah satu kategori produk yang mengungguli transaksi penjualan di *e-commerce* yaitu kategori kecantikan sebesar 46.8 % pada awal tahun 2021, dengan nilai total mencapai angka 40 miliar. ("Data Penjualan Kosmetik Wajah: *Brand* Lokal Kuat Bersaing", 2021) Berdasarkan data penelitian produk kecantikan terlaris di *e-commerce* Indonesia pada tahun 2020, produk *facial*, khususnya *face mask* memiliki tingkat penjualan yang signifikan. Produk *face mask* berada di peringkat 10 teratas, yaitu dengan angka penjualan sebesar 4,5 juta (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, "Data Produk Kecantikan Terlaris di *e-commerce*", 2020),

Terdapat beragam jenis *face mask* yang diperjualbelikan dalam pasar, salah satunya yaitu merupakan *sheet mask*. Bentuk formulasi dari *face mask* ini menjadi medium untuk menyalurkan zat aktif terhadap permukaan kulit wajah dengan tujuan utama untuk meningkatkan kualitas penampilan wajah seseorang. *Sheet*

mask berbahan dasar dari tisu yang dapat dikategorikan dalam beberapa jenis kain berbeda, seperti kapas, *non-woven*, *hydrogel*, *bio-cellulose*. (Morganti et al., 2019)

Akan tetapi, penggunaan *sheet mask* ini juga bersifat sekali pakai, sehingga ketika penggunaan sudah selesai, *sheet mask* akan berubah menjadi salah satu penyumbang limbah kecantikan. (Brucculieri, 2019) Brianne West, seorang *biochemist* menyatakan dalam bahwa salah satu yang berkontribusi menyumbang sampah tersebut berasal dari bahan *sheet mask* itu sendiri, yaitu kapas. Kapas merupakan salah satu bahan baku yang diproduksi dengan pestisida dan air, serta sulit didaur ulang. Selain itu, menurut Rutterford dan Minarovic, beberapa sheet mask mengandung plastik film yang tertera pada masker itu sendiri. (Bennett, 2019) Dilansir dari lifestyle.kompas.com, ahli perawatan kecantikan dan *facialist* Abigail James menambahkan bahwa ketika mengonsumsi produk *sheet mask* yang mahal sekalipun, biaya yang dikeluarkan (kemasan, bahan *sheet mask*, dan bahan kimia yang terkandung) tidak berbanding lurus dengan efek dari produk terhadap kondisi kulit seseorang. *Sheet mask* yang berbahan dasar *compostable* sekalipun cenderung dijual dengan harga yang lebih mahal dibandingkan *sheet mask* dengan bahan dasar sintetis, sehingga mendorong masyarakat untuk cenderung mengonsumsi *sheet mask* berbahan sintetis. (Skelley, 2019)

Penggunaan *sheet mask* ini juga bersifat sekali pakai, sehingga ketika penggunaan sudah selesai, *sheet mask* akan berubah menjadi salah satu penyumbang limbah kecantikan. (Brucculieri, 2019) Dilansir dari situs tirto.id (2019) industri kosmetik merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap permasalahan limbah lingkungan. Menurut data yang dipaparkan oleh Katadata (2019), diperkirakan bahwa Indonesia menghasilkan sebanyak 64 juta ton sampah setiap tahunnya. Dari sampah tersebut, terdapat tiga jenis pengelolaan sampah yang dilakukan di seluruh Indonesia, yaitu dikelola di tempat pembuangan akhir (TPA) sebanyak 69%, melakukan *illegal dumping* sebanyak 24%, dan didaur ulang sebanyak 7%. Kapasitas daur ulang sampah ini masih terbatas terhadap sampah plastik saja dikarenakan proses pemilahan sampah yang masih belum dilakukan secara optimal dari sumber yang bersangkutan. Hal ini dinyatakan oleh Ahmad

Nuzuluddin selaku anggota dari Indonesian Plastic Recyclers (IPR). Sampah yang tidak terkelola dengan baik ini akan berakhir di lautan dan dapat membahayakan ekosistem yang ada (Widyaningrum, 2020).

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, masalah penggunaan *sheet mask* sekali pakai dalam perawatan kecantikan belum sepenuhnya menjadi perhatian masyarakat Indonesia. Masih kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia akan bahaya dari penggunaan *sheet mask* dapat berdampak besar terhadap lingkungan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk merancang sebuah kampanye interaktif yang diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menghindari dan mengsubstitusi pemakaian produk *sheet mask* sekali pakai dengan produk *facial* lainnya yang bersifat lebih ramah lingkungan dan mudah untuk diolah dalam proses daur ulang sampah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1) Bagaimana merancang kampanye interaktif yang mampu meningkatkan kesadaran serta kepedulian masyarakat untuk mensubstitusi pemakaian *sheet mask* ke *face mask* yang lebih ramah lingkungan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, penulis menentukan batasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1) Demografis

a) Jenis Kelamin : Wanita

Global Business Indonesia (2016) menyatakan bahwa perempuan merupakan pengguna produk kecantikan terbesar, dengan jumlah populasi di Indonesia mencapai 126.8 miliar penduduk. Menurut Soenke, direktur utama Jebsen & Jessen, perempuan masih menjadi sasaran utama pasar kosmetik yaitu mencakup sebesar 80% (Primus, 2018).

b) Usia : 18 – 25 tahun (Remaja akhir, Depkes RI 2009 dalam Amin et al., 2017)

c) Tingkat Ekonomi : SES A-B

d) Tingkat Pendidikan : SMA – Sarjana

2) Geografis

DKI Jakarta (primer), luar DKI Jakarta (sekunder)

3) Psikografis

a) Rutin menggunakan produk *skincare* untuk perawatan wajah, khususnya *sheet mask* dan peduli dengan penampilan dan kesehatan kulit.

b) Peduli dengan efektivitas penggunaan *facial mask.*

c) Memiliki keinginan untuk beralih ke produk *skincare* yang lebih *sustainable*

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang kampanye interaktif yang mampu meningkatkan kesadaran serta kepedulian masyarakat untuk mensubstitusi pemakaian *sheet mask* dengan *face mask* yang lebih ramah lingkungan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1) Bagi Penulis

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan manfaat dalam manajemen waktu, mendapatkan wawasan yang lebih luas dan mendalam mengenai topik permasalahan yang diangkat, serta melaksanakan proses perancangan desain secara runtut dan sistematis dalam memenuhi syarat kelulusan.

2) Bagi Pembaca

Diharapkan penulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan *insight* mengenai topik permasalahan yang diangkat, serta menjadi motivasi pembaca untuk mengembangkan keterampilan dalam merancang solusi desain berdasarkan permasalahan nyata.

3) Bagi Universitas

Tugas Akhir ini dapat disimpan dalam arsip repositori Universitas Multimedia Nusantara, yang kemudian dapat diakses dan dijadikan referensi dasar dalam penulisan Tugas Akhir lainnya yang akan dijalankan pada masa mendatang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA