

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kosmetik adalah sebuah produk yang digunakan pada bagian kulit atau luar tubuh manusia dengan fungsi meningkatkan penampilan seseorang menjadi lebih rapi, bersih, dan *presentable*. Menurut sumber data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2021, industri kosmetika di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 9,61% dan meningkat menjadi 83%. Peningkatan penggunaan kosmetik dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga yang lebih terjangkau, kualitas kosmetik lokal yang baik, kepedulian masyarakat terhadap kesehatan kulit meningkat, dan kandungan bahan yang aman untuk digunakan pada usia pertumbuhan. Melalui survey dari Databoxs pada tahun 2022, dari 500 orang, penggunaan kosmetik paling banyak ada di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebesar 42%. Survey yang diselenggarakan oleh ZAP Beauty Index pada 2020 dengan 6.460 responden memberikan data bahwa 45,4% responden sudah menggunakan kosmetik sebelum berusia 19 tahun. Selain itu, Gen Z juga menggunakan hampir seluruh *income* mereka untuk membeli perawatan kulit seperti kosmetik.

Remaja atau usia 12-18 tahun adalah sebuah masa peralihan dari anak-anak hingga menuju dewasa dimana terjadi perubahan hormon secara signifikan. Perubahan tersebut menjadi salah satu alasan remaja mulai menggunakan produk kosmetik selain mengikuti tren yang beredar dan ingin terlihat lebih dewasa. Penggunaan kosmetik pada remaja juga disebabkan oleh masalah kulit remaja seperti komedo dan jerawat menurut sebuah artikel yang dikeluarkan oleh Avoskin. Menurut artikel yang dikeluarkan oleh *website* Halodoc, usia 12 tahun adalah usia yang tepat untuk memperkenalkan penggunaan *skincare* dan kosmetik. Survey dari sebuah situ bernama *Nuyoo* membuktikan bahwa 66% dari 852 perempuan memakai kosmetik mulai dari usia 13-15 tahun karena mengalami tuntutan untuk

menampilkan diri dengan baik. Sehingga pemilihan jenis kosmetik yang dapat dipakai serta bahan yang terkandung oleh remaja menjadi hal yang penting. Melalui aspek kesehatan, kosmetik yang lebih aman untuk digunakan oleh remaja yang masih mengalami perubahan hormon adalah kosmetik *vegan*.

Gaya hidup *vegan* menjadi sebuah tren yang diminati oleh masyarakat karena dampaknya terhadap lingkungan. Menurut *Vegan Society of Indonesia*, tingkat popularitas mengenai *vegan* semakin meningkat hingga mencapai 700 juta orang. Kosmetik *vegan* adalah kosmetik yang tidak mengandung unsur hewani, tidak melalui proses *animal testing*, dan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan. Kosmetik berbahan *vegan* menggunakan bahan dasar tumbuhan atau *natural* sehingga lebih aman digunakan untuk kulit sensitif (Vogue,2022). Penjualan kosmetik *vegan* juga mengalami peningkatan sebanyak 38% dalam setahun dan mencapai angka 20.8 miliar dolar menurut lembaga riset *Grand View Research* pada tahun 2025 yang akan mendatang.

Beberapa unsur hewani pada kosmetik dapat menyebabkan kulit wajah iritasi, sedangkan kosmetik *vegan* memiliki risiko kecil karena kaya akan kandungan seperti vitamin, antioksidan, dan memiliki tingkat kelembapan tinggi. Kosmetik *non-vegan* memiliki kandungan yang lebih keras dan memiliki beberapa kandungan kimia yang dapat membuat wajah remaja semakin sensitive dan iritasi. Limbah yang dihasilkan dari kosmetik *vegan* juga mudah didaur ulang dan ramah lingkungan.

Pentingnya pemilihan penggunaan kosmetik yang sudah *vegan* saat ini kurang disosialisasikan oleh masyarakat. Saat ini media informasi yang membahas mengenai kosmetik *vegan* secara *general* belum tersedia dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Sehingga penulis memutuskan untuk membuat media informasi berupa buku digital karena memiliki tingkat waktu keterbacaan yang baik, dapat menjangkau audiens yang lebih luas, dan memiliki biaya produksi yang lebih murah. Melalui hasil wawancara dan *focus group discussion*, remaja lebih menyukai bentuk ilustrasi untuk menggambarkan produk kosmetik.

Penulis melakukan kerja sama dengan salah satu organisasi yang melakukan manifestasi dalam meningkatkan kelestarian alam dan lingkungan yaitu UMN ECO. UMN ECO peduli dengan masalah yang dibahas pada tugas akhir ini sehingga penulis membuat perancangan media informasi mengenai pentingnya penggunaan kosmetik vegan untuk usia 12-18 tahun.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan media informasi mengenai pentingnya penggunaan kosmetik *vegan* untuk usia 12—18 tahun?

## 1.3 Batasan Masalah

Sebuah perancangan dan penelitian perlu memiliki beberapa batasan agar dapat tercapainya target audiens yang sesuai dengan topik. Hal ini dapat berguna untuk proses perancangan media informasi dengan batasan masalah sebagai berikut:

### 1. Demografis

#### a. Usia

Usia target perancangan ini adalah usia 12–18 tahun yang dikategorikan sebagai usia remaja. Usia ini adalah usia yang tepat untuk memperkenalkan penggunaan kosmetik pertama kali (Carol Tuttle, 2015). Usia ini ditujukan untuk remaja yang sudah bisa membeli kosmetik sendiri.

#### b. Jenis Kelamin

Jenis kelamin untuk target perancangan ini adalah perempuan sebagai jenis kelamin yang paling banyak menggunakan kosmetik.

#### c. Tingkat Ekonomi

Status ekonomi yang dibatasi oleh SES adalah B Jabodetabek dengan indeks literasi digital lebih tinggi dibandingkan tingkat SES lainnya. Melalui penghasilan dan pengeluaran SES B, remaja diberikan

tanggung jawab untuk dapat memilih kosmetik *vegan* dengan varian harga mulai dari Rp70.000,- karena memiliki jumlah pengeluaran mulai dari Rp3.000.000,- hingga Rp5.000.000,-.

2. Geografis

Batasan melalui geografis dari perancangan media informasi ini adalah di Indonesia dengan area spesifiknya kota Jabodetabek.

3. Psikografis

Remaja yang peduli dengan penampilan, mengikuti tren, dan tertarik dengan industri kecantikan.

4. *Behavior*

Remaja yang memiliki *variety seeking behavior* yaitu mencari produk-produk kosmetik yang beragam dan bervariasi. Remaja memiliki sifat yang lebih eksploratif sehingga ingin mencoba produk-produk dengan varian yang berbeda. Aktivitas remaja adalah memulai harinya dengan mempersiapkan diri sebelum pergi ke sekolah dengan mandi, menggunakan beberapa kosmetik, dan beraktivitas di sekolah.

#### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media informasi mengenai pentingnya penggunaan kosmetik *vegan* untuk usia 12—18 tahun.

#### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan serta tugas akhir yang dibuat oleh penulis memiliki beberapa manfaat bagi penulis, pembaca, dan universitas:

1. Manfaat bagi penulis

Perancangan ini memberikan manfaat berupa pengetahuan serta wawasan lebih dalam pemilihan penggunaan kosmetik *vegan* serta dampaknya untuk lingkungan. Sebagai seseorang yang menggunakan kosmetik dalam kesehariannya, perubahan dalam penggunaan kosmetik non-*vegan* menjadi *vegan* dapat berperan dalam pengurangan limbah kosmetik yang dapat mencemari lingkungan. Perancangan media informasi ini juga menjadi

implementasi dari pembelajaran yang didapatkan oleh penulis selama pembelajaran dalam universitas dan untuk memenuhi syarat kelulusan.

## 2. Manfaat bagi pembaca

Perancangan ini dapat memberikan *awareness* pada pembaca mengenai pentingnya penggunaan kosmetik *vegan* sejak dini dan dampaknya terhadap lingkungan. Sejak usia 12 tahun atau usia mengenal penggunaan kosmetik, pembaca diajak untuk memilih kosmetik berbahan *vegan* yang aman untuk digunakan saat hormon masih belum stabil serta aman untuk lingkungan.

## 3. Manfaat bagi universitas

Perancangan ini memberikan manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara dengan bentuk kerja sama dengan salah satu organisasi di lingkungan universitas yaitu UMN ECO. Perancangan ini dapat memberikan *awareness* organisasi serta gerakan yang dilakukan upaya melestarikan lingkungan bagi calon mahasiswa yang akan memasuki Universitas Multimedia Nusantara. Perancangan ini juga dapat menjadi referensi serta dokumen tambahan untuk mahasiswa-mahasiswi selanjutnya yang akan membuat laporan, skripsi, ataupun tugas akhir.

