

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Skincare adalah sebuah kegiatan bertahap merawat kulit untuk mendukung kesehatan dan kecantikan kulit terutama wajah dengan menggunakan produk tertentu, yang bertujuan untuk menjaga kulit tetap sehat dan terawat (Selasia, 2022). Menurut BPOM RI No.23 Tahun 2019, kosmetik adalah produk yang digunakan pada bagian luar tubuh seperti, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar atau gigi untuk membersihkan, mengharumkan dan mengubah penampilan serta memperbaiki bau badan (BPOM, 2019). Semakin berkembangnya zaman ini, standar kecantikan melingkupi beberapa penampilan fisik seseorang, yaitu wajah, tubuh, dan kulit. Banyak orang yang melakukan operasi untuk memenuhi standar kecantikan yang diinginkan, hal mengerikan yang dilakukan adalah pencampuran bahan kimia berbahaya seperti Merkuri dan Hidrokuinon yang terdapat pada produk kecantikan. Pengguna produk kecantikan harus lebih teliti dalam memilih produk yang akan digunakan pada kulit (Selasia, 2022).

Menurut Kementerian Kesehatan RI pada tahun 2018, ketika seorang anak sedang berada di fase perubahan menuju usia remaja terjadi berbagai perubahan, dimulai dengan mental, emosi, fisik, dan cara berpikir. Pergaulan sosial anak menjadi lebih luas dan dapat berinteraksi antara lawan jenis dan sesama. Dengan demikian rasa percaya diri meningkat dan memiliki rasa untuk berpenampilan menarik. Secara psikologis masa remaja, seseorang merasakan keingintahuan yang luas tentang banyak hal, banyak remaja yang selalu ingin mencoba hal-hal baru seperti kosmetik. Dengan menggunakan kosmetik seorang remaja dapat menutupi kekurangan pada dirinya dan terlihat menarik (Singgih, 2004).

dr. Indah Widyasari Sp.KK. pada [kompas.com](https://www.kompas.com) menjelaskan produk kecantikan seperti *skincare* sangat dibutuhkan oleh remaja, hanya saja perlu diperhatikan dan dipilih sesuai jenis kulit dan kebutuhannya. Kemudian menurut

hasil tinjauan dr. Rizal Fadli pada halodoc.com, jika tidak cocok atau salah dalam penggunaan produk *skincare* dapat terjadi macam dampak buruk yang terjadi, seperti infeksi pada kulit. Apabila gangguan tersebut terjadi, maka akan terjadi masalah yang lebih besar sehingga perlu penanganan segera.

Menurut hasil survei dari Bioderma Indonesia terkait dengan permasalahan kulit, sebanyak 80% remaja wanita paling sering mengalami masalah kulit pada wajahnya terutama jerawat, diketahui karena hormon yang tidak seimbang, masa pubertas, dan banyak faktor lingkungan serta genetik. Disisi lain, keamanan produk sangat diperlukan karena menjadi pertimbangan dalam hal penggunaan produk kosmetik. Karena produk kosmetik adalah bahan yang diformulasikan dari bermacam-macam bahan aktif yang akan menimbulkan reaksi yang tidak diinginkan saat diaplikasikan pada kulit (Mulyawan & Suriana, 2013).

Banyak remaja wanita yang sembarangan dan ingin mencoba-coba dalam memilih produk *skincare* dan kosmetik. Hanya saja informasi dan edukasi yang disampaikan hanya umum saja, dan fokus pada penjualan produk (Benedicta, Pranayama & Sutanto, 2022). Kemudian banyak juga buku yang membahas tentang *skincare* dan kosmetik di toko-toko buku, sayangnya buku tersebut kurang menarik dan tidak ada unsur visual, hanya menggunakan warna-warna monoton. Lalu, buku tersebut lebih sering digunakan sebagai media promosi produk atau klinik, sehingga informasi yang disampaikan dikhawatirkan akan bersifat subjektif (Giovanni, 2020).

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, perancangan buku ilustrasi menjadi salah satu media pilihan pada perancangan ini, karena dapat dikaji data secara visual, lalu mampu menjadi solusi agar informasi yang disajikan mudah diingat target audiens. Ilustrasi juga mampu menyampaikan konten dalam bentuk visual yang imajinatif, bersifat menghibur, memberi informasi, menginspirasi, mendorong, memperdaya, dan dapat menjelaskan gambar tentang hal-hal yang berkaitan dengan *skincare* dan kosmetik yang tidak cukup dijelaskan secara verbal (Wigan, 2009).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

Masalah lapangan dan desain:

1. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman remaja terhadap kandungan bahan berbahaya pada produk kecantikan.
2. Kurangnya edukasi *skincare* dan kosmetik pada remaja.
3. Kurangnya media informasi yang tepat terkait bahaya bahan kimia berbahaya pada produk kecantikan.
4. Kurangnya solusi yang diberikan pada media informasi untuk remaja.
5. Kurangnya perbaruan data bahan berbahaya pada produk kecantikan.

Merujuk pada rumusan masalah tersebut, diperlukan penelitian desain dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana perancangan buku ilustrasi mengenai *skincare* dan kosmetik yang aman secara edukatif dan informatif untuk anak usia 14-17 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, batasan masalah pada perancangan ini dibatasi oleh target audiens. Target audiens pada perancangan ini dibagi menjadi target audiens primer dan sekunder. Target audiens primer adalah anak remaja sebagai pembaca buku, dan target audiens sekunder sebagai wali anak yang memastikan pemilihan konten buku. Target audiens dijabarkan sebagai berikut:

1.3.1 Target audiens primer

1) Demografis

- b. Usia 14-17 tahun.
- c. Jenis Kelamin: Perempuan.
- d. Pendidikan: Pelajar SMP-SMA.

Pada remaja perempuan kasus masalah kulit yaitu jerawat sering terjadi dan salah satu faktornya adalah sering menggunakan jenis produk kecantikan pada wajah (Lestari, 2022).

2) Geografis

Target untuk di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang. Karena dipercaya sebagai pusat perekonomian gudang grosir kosmetik terbesar di Indonesia (Purwanto, 2020).

3) Psikografis

Pelajar sekolah yang sudah mengenal produk kecantikan dan yang tertarik dengan dunia kecantikan.

Personality: mudah bergaul dan bersosialisasi, memiliki antusias dalam bidang kecantikan, dan gemar bertukar cerita.

4) Gaya hidup:

- a. Anak yang aktif.
- b. Peduli dengan penampilan.
- c. Senang berpergian.

3.1.2 Target audiens sekunder

1) Demografis

- a. Usia 30-40 tahun.
- b. Jenis Kelamin: Wanita dan pria.
- c. Pekerjaan: Ibu rumah tangga, karyawan.
- d. Tingkat ekonomi: SES A-B dengan pendapatan 5jt-7.5jt perbulan (BPS, 2021).

2) Geografis

Target untuk di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang.

3) Psikografis

Orangtua yang memahami tentang *skincare* dan kosmetik, pernah memiliki pengalaman baik atau buruk terkait produk kecantikan, peduli dengan fisik anak. Orangtua yang memiliki anak dan dapat memenuhi kebutuhan keluarganya.

4) Gaya hidup:

- a. Memperhatikan penampilan.
- b. Memperhatikan anak.
- c. Sering mengajak anak keluar rumah.
- d. Gemar berbelanja.

3.2 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang buku ilustrasi untuk mengedukasi remaja tentang kandungan-kandungan pada *skincare* dan kosmetik yang baik dan tidak baik digunakan. Sehingga mengurangi risiko yang dapat ditimbulkan dari salah penggunaan dasar produk dan praktik *skincare*.

3.3 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir diantaranya:

1) Manfaat bagi penulis.

Menambah *skill*, pengetahuan sehingga dapat menyalurkan atau mengimplementasikan ilmu pada perancangan dan disusun sebagai syarat kelulusan bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

2) Manfaat bagi orang lain.

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman baru mengenai *skincare* dan kosmetik, sehingga dapat digunakan sebagai acuan pertama sebelum menggunakan produk-produk *skincare* dan kosmetik.

3) Manfaat bagi universitas.

Menjadi bahan inspirasi dalam perancangan, menjadi bahan referensi untuk mahasiswa/i yang akan mengambil tugas akhir dengan topik yang serupa.