

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah kulit wajah merupakan isu kompleks yang dihadapi remaja wanita Indonesia. Masalah ini telah menjadi salah satu penyebab utama yang membuat mereka merasa *insecure* atau kurang percaya diri. Beberapa permasalahan kulit yang umumnya dihadapi oleh remaja wanita ini meliputi kulit kusam yang terjadi karena proses di kehidupan sehari-hari yang terpapar polusi di udara, paparan sinar matahari, serta pola hidup yang tidak sehat dapat menyebabkan kulit menjadi kusam dan tidak cerah. Kemudian komedo dan pori-pori besar dapat membuat kulit terlihat tidak rata dan kasar. Kondisi kulit seperti ini membuat wanita merasa tidak nyaman dan cemas akan penampilan mereka. Berdasarkan survei dari ZAP Beauty Index (ZBI) 2023, permasalahan kulit wajah berada di posisi teratas sebesar 50,1% sebagai penyebab wanita Indonesia merasa *insecure*.

Masalah terkait *insecurity* kulit wajah pada remaja wanita di Indonesia juga berkaitan dengan *mindset* yang ada mengenai standard kecantikan yang tidak realistis (Kumarahadi et al., 2020). Remaja wanita di Indonesia telah terpengaruh oleh standar kecantikan yang seringkali dipromosikan dalam media sosial, iklan, dan industri kecantikan. Standar kecantikan ini menggambarkan bahwa definisi cantik hanya dapat diperoleh jika memiliki wajah yang sempurna, mulus, bersih, cerah, dan *glowing* (Milenia, 2021).

Dalam upaya untuk mengatasi masalah-masalah ini, banyak remaja wanita mencari solusi dalam produk perawatan kulit dan *skincare*. Namun, survei ZAP Beauty Index (ZBI) 2023 juga telah mencatat bahwa wanita yang tidak melakukan perawatan di klinik kecantikan juga tergolong tinggi dengan persentase sebesar 64,8%. Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari kuesioner yang telah dibagikan, alasan remaja wanita tidak pergi ke klinik kecantikan dikarenakan beberapa alasan seperti, biaya yang relatif tinggi dengan persentase sebesar

68.6%. Selain itu, takut akan efek samping (51.4%) dan takut ketergantungan (48.6%) serta merasa melakukan *skincare* saja sudah cukup (42.9%).

Para remaja gen Z yang secara perilaku berada di era digital memiliki kebiasaan yang menghabiskan waktu di dunia maya sehingga mempengaruhi pencarian sosok panutan dalam dunia kecantikan (Pambudy, 2023). Hal ini disebabkan karena kemudahan dalam mencari informasi. Menurut ZAP Beauty Index 2023, 78% wanita Indonesia lebih tertarik pada *beauty influencer* lokal sebagai inspirasi mereka dalam membeli produk dan layanan kecantikan. *Beauty influencer* memegang peranan penting dalam pembuatan keputusan pemilihan para remaja wanita padahal, mereka bukan dokter kecantikan atau dokter kulit.

Berdasarkan wawancara dengan dr. Cindy Caroline, yang menyatakan bahwa remaja lebih mudah mengakses informasi dari melalui media sosial. Namun, untuk menyelesaikan satu permasalahan kulit, informasi yang disampaikan dalam media sosial terlalu banyak dan tidak terstruktur, sehingga sulit untuk mengetahui mana informasi yang benar dan yang salah. Selain itu, solusi yang ditawarkan pada media sosial belum tentu sesuai dengan permasalahan dan jenis kulit yang dimiliki setiap orang.

Selain itu, penulis juga telah melakukan FGD dengan 5 orang peserta yang memiliki *profiling insecure* akan kulit wajah dan melakukan *skincare*. Dalam FGD tersebut, penulis memperoleh data bahwa para remaja lebih percaya *beauty influencer* karena akses yang mudah melalui media sosial dan adanya keterbatasan biaya pergi ke dokter kecantikan. Para peserta juga menyatakan bahwa mereka sering melakukan uji coba terhadap kulitnya dengan menggunakan berbagai *skincare* yang direkomendasikan *beauty influencer*.

Kesalahan dalam menerima informasi tanpa diklarifikasi kebenaran dari media digital dan bukan dari sumber yang tepat dapat menimbulkan dampak pemeliharaan kulit wajah yang tidak baik. Melalui survei Beauty mass di tahun 2018, tumbuhnya bidang industri kosmetik di Indonesia meningkat dengan penjualan tertinggi pada produk *skincare* sebesar 31,7%. Pertumbuhan brand kecantikan belum tentu menandakan adanya pemahaman rasa percaya diri yang baik terutama dalam mengatasi permasalahan kulit wajah.

Masalah kulit wajah pada remaja wanita memerlukan solusi yang informatif dan edukatif. Penting untuk disadari bahwa setiap orang, terutama remaja wanita memiliki kulit yang berbeda dan perawatan yang berbeda terutama mengikuti saran orang lain di media sosial yang memungkinkan untuk tidak memberikan hasil yang diinginkan. Hal ini juga didukung dengan fakta bahwa remaja gen Z lebih percaya dengan *beauty influencer* dibanding pakar kecantikan atau dokter kulit.

Berdasarkan pemaparan masalah dan data yang penulis peroleh, maka dibutuhkan sebuah perancangan media informasi digital yaitu *e-book* dimana media ini akan membantu meluruskan misinformasi yang terjadi terkait perawatan kulit pada remaja wanita. Media ini ditujukan agar mencegah dampak buruk pada kesehatan fisik dan mental, termasuk stres, kecemasan, dan depresi, serta perbandingan sosial yang merugikan. *E-book* merupakan buku yang ditampilkan di layar komputer atau perangkat elektronik yang dipegang di tangan (Press, n.d.). Penulis berharap dengan pembuatan media informasi *e-book*, remaja wanita dapat memiliki panduan dan batasan informasi dalam merawat kulit yang tepat dengan akses yang mudah melalui komputer ataupun ponsel. Maka berdasarkan pernyataan itu, penulis menawarkan solusi yang dihadapi remaja wanita di Tangerang berupa media informasi yang melibatkan pendekatan informatif dan edukatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penulis merancang menemukan masalah sebagai berikut:

1. Remaja wanita lebih percaya *beauty influencer* dibanding ahli kecantikan.
2. Remaja melakukan uji coba untuk permasalahan kulit wajahnya.
3. Remaja mengalami *insecurity* akan permasalahan kulit wajahnya.
4. Kesalahan informasi dapat menimbulkan dampak pemeliharaan kulit wajah yang tidak baik.

Masalah-masalah ini kemudian penulis rumuskan menjadi
Bagaimana perancangan media informasi untuk menanggulangi masalah kulit wajah pada remaja wanita usia 17-22 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan media informasi untuk menanggulangi masalah kulit wajah pada remaja wanita akan dibatasi berdasarkan batasan masalah berikut:

1.3.1 Demografis

- a. Umur : 17-22 tahun
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. Status : Menikah dan belum menikah
- d. Tingkat ekonomi : SES B-A
- e. Etnis dan agama : Semua etnis dan agama
- f. Bahasa : Bahasa Indonesia dan Inggris
- g. Pekerjaan : Pelajar, dan mahasiswa.

1.3.2 Geografis

- a. Negara : Indonesia
- b. Provinsi : Banten
- c. Kota : Jakarta dan Tangerang

1.3.3 Psikografis & Behavioural

- a. Remaja wanita yang memiliki kekhawatiran akan masalah kulit wajahnya.
- b. Remaja wanita yang sering melakukan upaya untuk memperbaiki kulit wajah.
- c. Remaja wanita yang ingin memperoleh kulit yang sesuai dengan standar kecantikan
- d. Seringkali membandingkan penampilan diri sendiri dengan orang lain
- e. Remaja wanita yang merasa tidak percaya diri dan tidak pernah puas dengan kondisi kulit wajahnya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah merancang media informasi untuk menanggulangi masalah kulit wajah untuk remaja wanita dengan memahami jenis kulit, perawatan serta penerimaan diri.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

Manfaat perancangan tugas akhir ini dibagi menjadi tiga bagian:

1. Bagi penulis

Menjadi individu yang memiliki pengetahuan mengenai *insecurity* kulit wajah. Penulis dapat menambah pengalaman dalam membuat media informasi serta memberikan kesempatan bagi penulis untuk menjadi individu yang dapat berdampak positif bagi masyarakat.

2. Bagi orang lain

Pembaca memperoleh informasi dan pemahaman akan *insecurity* kulit wajah dan mengetahui cara mengatasi kondisi tersebut.

3. Bagi universitas

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan referensi bagi Universitas Multimedia Nusantara mengenai *insecurity* terkait kulit remaja wanita.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA