

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki industri parfum lokal yang dapat dikembangkan. Rizky Ardiprakoso (2023), CEO dan *co-founder* dari HMNS, menyatakan industri parfum Indonesia akan semakin membutuhkan sumber daya manusia dengan kompetensi tinggi dan kapasitas yang memadai akan dibutuhkan untuk mengambil posisi penting di dalamnya. Kepala Puslit Surfaktan dan Bioenergi IPB University, Meika Syahbana Rusli, menyatakan bahwa sumber daya manusia dalam bidang industri parfum memegang peranan penting untuk meracik wewangian berdasarkan kebutuhan. *Perfumer* adalah profesi dimana seseorang memiliki keterampilan untuk meracik dan mengidentifikasi bahan dalam parfum untuk membuat *scent profile* yang kompleks (Grasse Institute of Perfumery, 2019). *Perfumer* berperan dalam membuat formulasi *fine fragrance* dan *functional fragrance*. *Perfumer* memegang peranan penting dalam industri *high fashion* dan kosmetika. Contohnya perusahaan Unilever yang bekerjasama dengan *perfumer* untuk memberikan pengalaman sensorik dalam produk turunan wewangian mereka.

Jumlah *perfumer* di Indonesia masih sangat sedikit. *Artisan perfumer* Riyal Noor menjelaskan bahwa lebih banyak metode tentang pembuatan parfum dibandingkan *perfumer*. Informasi mengenai profesi *perfumer* di Indonesia sendiri masih terbatas (Kilasbisnis, 2023). Keterbatasan jumlah *perfumer* dikarenakan masyarakat Indonesia yang belum mengenali profesi dan potensi yang ada di dalamnya. Dengan mengetahui sebuah profesi, maka mereka dapat lebih mudah memiliki gambaran jenjang karir yang akurat dan realistis (Kleine et al, 2021). Dengan begitu asesment seseorang terhadap kesiapan skill, fisiologis, dan psikologis; pemahaman etika berupa hak dan kewajiban; dan tingkatan kompetensi di dunia *perfumery* dapat dilakukan secara tepat (Bata et al, 2024).

Untuk mendapatkan informasi mengenai profesi *perfumer* ada tiga jalur utama yang dapat ditempuh, yaitu melalui *workshop*, *perfumery school*, dan melalui

perfumery kit yang disediakan oleh *workshop* untuk pembelajaran secara daring. Ketiga jalur tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Kurangnya informasi; biaya yang tidak sedikit; dan keterbatasan akses terhadap bahan baku mengakibatkannya penurunan minat untuk menempuh karir dalam industri parfum. Dibutuhkan media untuk memberikan informasi yang dapat mudah untuk di akses secara umum. Media interaktif bertujuan sebagai sebagai wadah pembelajaran untuk melengkapi wawasan bagi calon *perfumer*.

Berdasarkan masalah tersebut, diajukan solusi berupa media informasi interaktif berupa *game* simulasi. Pemula dapat mengetahui informasi parfum secara mendasar dan mensimulasikan proses pembuatan parfum dan proses kreasi dalam menciptakan citra merek produk yang bernilai tinggi. *Game* simulasi merupakan media pembelajaran yang bersifat interaktif dengan mengintergrasikan pengalaman dari dunia nyata (Dumblekar et al, 2024). *Game* simulasi dapat menstimulasi rasa penasaran, mengasah pemikiran kritis, dan memberikan motivasi akan suatu profesi (Sushkova et al, 2019). *Game* simulasi diharapkan dapat memberikan gambaran dan wawasan untuk menjadi *perfumer* dan persiapan diri yang perlu dilakukan sebelum memasuki industri *perfumery*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, ditemukan beberapa masalah yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Terbatasnya media informasi yang membahas *perfumer* sebagai profesi yang dibutuhkan dalam industri parfum.
2. Informasi yang tersedia bersifat satu arah, sehingga sulit untuk dieksplorasi secara mandiri, terutama pada *trial and error*.

Berdasarkan masalah di atas, rumusan masalah yang diajukan adalah:

Bagaimana perancangan media informasi interaktif berupa *game* simulasi mengenai profesi *perfumer* yang mudah diakses untuk menumbuhkan minat terhadap industri parfum?

1.3 Batasan Masalah

Batasan perancangan media ditujukan kepada masyarakat yang menunjukkan ketertarikan terhadap parfum, terutama mengenai profesi *perfumer*, berusia 15—25 tahun, SES A—B, serta berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Ruang lingkup perancangan dibatasi pada desain media informasi interaktif game simulasi yang memberikan informasi mengenai profesi *perfumer*. Konten yang dimasukkan berupa bagaimana proses kreasi parfum dilakukan dan membangun citra merek pada parfum.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan tugas akhir ini adalah merancang game simulasi mengenai profesi *perfumer*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat generasi muda terhadap profesi *perfumer* melalui media informasi interaktif berupa *game* simulasi. Dengan meningkatkan kesadaran generasi selanjutnya terhadap minat dan bakat mereka di *perfumery*, maka industri parfum Indonesia dapat dimajukan dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan kompeten dalam bidang ini. *Game* simulasi juga dapat digunakan untuk memperlengkap wawasan dan melatih kemampuan kognitif calon *perfumer*.

2. Manfaat Praktis:

Hasil perancangan dapat membantu mengedukasi orang yang memiliki ketertarikan terhadap *perfumery* untuk mampu mempersiapkan diri mereka untuk menekuni profesi *perfumer*. Penelitian juga menjadi arsip dokumen yang dapat diakses oleh civitas Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian-penelitian selanjutnya dapat mengembangkan media informasi interaktif lainnya. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi civitas Universitas Multimedia Nusantara yang mengangkat topik parfum, *perfumer*, dan/atau industri parfum Indonesia.