

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perempuan dan kecantikan merupakan dua hal yang saling berkaitan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, cantik berarti indah dan rupawan dalam bentuknya. Sejak dahulu, kata cantik menjadi impian bagi setiap perempuan. Layaknya sebuah komoditas, kecantikan seperti ladang yang tidak kunjung habis digali. Namun, konsep cantik merupakan sebuah hal yang dinamis, kian berubah seiring dengan berjalannya waktu (Miranti & Sudiana, 2020). Kebutuhan akan kecantikan kemudian menghadirkan berbagai produk kecantikan pendukung seperti produk *skincare* dan produk kosmetik.

Sebuah kegiatan merias diri yang melibatkan produk kosmetik dengan tujuan untuk memperbaiki kekurangan serta mempertegas bentuk wajah disebut dengan *makeup*. Kegiatan *makeup* merupakan hal yang menyenangkan dan memiliki makna tersendiri bagi penggunanya. Hal inilah yang kemudian ditangkap oleh industri kecantikan untuk melahirkan berbagai produk kosmetik (Soetjiatie, 2014). Produk kosmetik yang paling umum digunakan sejak dahulu adalah *foundation*, *blush-on*, dan *lipstick*. Namun, seiring dengan munculnya berbagai *trend* di sosial media dan masifnya penggunaan *e-commerce*, muncul beragam produk kosmetik baru seperti *skintint*, *cushion*, *concealer*, *eyeshadow*, *lip cream* dan *liptint* dengan beragam *finish* dan tekstur. Saat ini, pasar kosmetik di Indonesia sedang berkembang dengan pesat. Menurut data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, perkembangan tersebut ditandai dengan pertumbuhan jumlah industri kosmetik yang mencapai 21,9%, dari 913 perusahaan di tahun 2020 menjadi 1.010 perusahaan di pertengahan 2023 dan terus meningkat. Di tengah tingginya angka pertumbuhan industri kosmetik, memunculkan peluang kerja baru bagi para pegiat kosmetik yakni sebagai seorang *Makeup Artist*.

Makeup artist merupakan profesi di bidang kecantikan yang menggabungkan sebuah seni dan keahlian merias yang dipraktikan kepada orang lain atau klien. Seorang *makeup artist* memiliki kemampuan khusus dalam merias wajah guna meningkatkan penampilan dan kepercayaan diri klien. *Makeup artist* merupakan sebuah pekerjaan yang membutuhkan *skill*. Kemampuan tersebut dapat didapatkan melalui pendidikan formal seperti dari sekolah kecantikan atau pendidikan non-formal (Sevia & Ihsani, 2022). Setiap *makeup artist* memiliki keahlian dan ciri khas tersendiri yang membedakan dengan *makeup artist* lainnya. Seperti pada *makeup artist* khusus *wedding* pastinya akan berbeda kebutuhan dengan *makeup artist* khusus *photoshoot*, begitupun dengan *makeup artist* khusus lainnya. Biasanya seorang *makeup artist* akan memiliki *palette* kosmetik dengan berbagai warna, seperti *eyeshadow palette*, *face palette* dan *lip palette*. Setiap *palette* hanya memiliki satu fungsi saja. Hal tersebut kemudian membuat *makeup artist* harus memiliki seluruh *palette* tanpa bisa memilih bagian yang hanya akan digunakan. *Makeup artist* tidak bisa meng-*customize* *palette* dalam kemasan. Padahal setiap *makeup artist* memiliki kebutuhannya tersendiri, banyak warna di dalam *palette* yang akhirnya berakhir tidak digunakan. Kemasan *palette* saat ini tidak bisa memenuhi kebutuhan *makeup artist*.

Kemasan merupakan suatu bagian terluar dari sebuah produk yang dapat melindungi produk dari guncangan, benturan ataupun kotoran selama proses distribusi (Lamlie Shandy Kelvin et al., 2023). Kemasan merupakan bagian pertama yang dilihat ataupun disentuh langsung oleh konsumen dan memiliki ciri khas yang menjadi pembeda dengan produk sejenis (Purbasari & Kristiana, 2021). Kemasan sendiri memiliki dua fungsi utama. Fungsi proteksi yang berarti melindungi produk dari kontak luar, setiap produk biasanya terdiri dari kemasan primer dan kemasan sekunder. Fungsi kedua adalah sebagai fungsi promosional, kemasan berperan sebagai sarana promosi. Perusahaan berusaha memikat konsumen dengan menghadirkan kemasan yang menarik preferensi konsumen (Apriyanti Endang Masayu,

2018). Kemasan pada produk kosmetik harus menyesuaikan preferensi konsumen, keselarasan merek dan memenuhi kebutuhan pengaplikasian produk. Seperti pada kemasan produk *foundation* yang menggunakan sistem pompa untuk mengeluarkan produk dari botol. Lalu pada produk *concealer* yang menggunakan aplikator pada pengaplikasiannya. Adapun juga produk *cushion* yang menggunakan sistem *refill* pada kemasannya.

Kemasan *refill* atau biasa disebut dengan kemasan isi ulang. Kemasan *refill* dibuat untuk mengatasi persoalan limbah kemasan kosmetik sekali pakai. Dengan adanya kemasan *refill*, diharapkan dapat mengurangi penggunaan plastik pada kemasan kosmetik. Sistem *refill* yang dimaksud adalah dimana user dapat membeli sebuah produk yang kemudian ketika habis kemasannya dapat diisi ulang dengan isi yang sama (Humaira et al., 2024). Kemasan *refill* biasanya terdiri dari kemasan utama sebagai cangkang utama produk dan kemasan sekunder yang bersentuhan langsung dengan produk yang nantinya jika produk tersebut habis, dapat digantikan dengan isi produk yang baru. Saat ini, bentuk dari *refill* kosmetik sangatlah beragam, menyesuaikan pada produk yang perlu *direfill*, seperti yang paling umum ditemukan adalah *cushion refill* dan *compact powder refill*.

Namun, pada pengaplikasiannya sering kali ditemukan kemasan *refill* yang justru menambah limbah plastik baru. Kemasan *refill* yang ditujukan untuk mengurangi penggunaan plastik pada produksi kemasan utama, malah menambah konsumsi plastik pada kemasan. Selain itu, kemasan *refill* saat ini memiliki keterbatasan dalam penggunaannya, terdapat beberapa produk kosmetik yang tidak bisa dijangkau, diantaranya *eyeshadow palette*, *face palette*, *foundation*, *loose powder*, dan *lip product*. Produk-produk tersebut kini hanya tersedia dengan kemasan sekali pakai dan meninggalkan limbah kosmetik. Padahal produk-produk tersebut banyak digunakan dalam kebutuhan seorang *makeup artist* untuk merias setiap klien. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, pada tahun 2020 Indonesia menghasilkan 17% sampah plastik dari total 67,8 ton sampah dengan sektor

kosmetik sebagai salah satu penyumbang terbesar (Purbasari & Kristiana, 2021).

Dari paparan diatas dibutuhkanlah perancangan *refillable makeup palette* yang dapat memenuhi kebutuhan penggunaan *makeup artist* dan menjangkau berbagai produk kosmetik yang ada saat ini. Melalui perancangan ini, diharapkan mampu memenuhi kebutuhan *makeup artist* akan kemasan kosmetik yang mudah di *refill*.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kemasan kosmetik saat ini kurang efektif dan tidak dapat memenuhi kebutuhan seorang *makeup artist* yang membutuhkan beragam kosmetik.
2. Kemasan kosmetik yang ada di pasaran kini kebanyakan berupa kemasan sekali pakai yang dimana kebanyakan berupa kemasan plastik yang sulit terurai oleh lingkungan.
3. Kemasan *refill* saat ini hanya dapat menjangkau beberapa produk kosmetik tertentu dan tidak dapat menjangkau seluruh produk kosmetik yang ada di pasaran.

1.3. Rumusan Masalah (*Problem Statement*)

Kemasan kosmetik yang ada saat ini merupakan kemasan sekali pakai yang mana penggunaannya kuranglah efektif bagi *makeup artist* karena penggunaannya yang boros tempat. Selain itu kemasan sekali pakai yang dibuat dari plastic mengakibatkan tingginya limbah plastic kosmetik sekali pakai yang sulit terurai oleh lingkungan. Kemasan *refill* yang tadinya bertujuan untuk mengurangi limbah plastik baru pada produk kosmetik hanya dapat menjangkau produk tertentu. Maka dari itu, dibutuhkanlah perancangan *organizer makeup palette* yang dapat menjangkau penggunaan seluruh produk kosmetik yang ada saat ini, dapat digunakan dalam jangka waktu

panjang dan memenuhi kebutuhan *makeup artist* dan mengurangi penggunaan kemasan kosmetik sekali pakai.

1.4. Pertanyaan Penelitian (*Research Question/s*)

Bagaimana merancang kemasan produk *refillable makeup palette* untuk pekerjaan *Makeup Artist*?

1.5. Tujuan Penelitian (*Research Objectives*)

Merancang kemasan produk *refillable makeup palette* untuk pekerjaan *Makeup Artist*.

1.6. Batasan Masalah (*Delimitation/s*)

1. Perancangan ini hanya berfokus pada kemasan produk *refillable makeup palette* pada produk kosmetik yang digunakan oleh *Makeup Artist*.
2. Perancangan *refillable makeup palette* ini hanya ditujukan untuk makeup artist profesional di Indonesia, yang sering menggunakan berbagai produk makeup dalam jumlah besar dan memerlukan solusi yang praktis, efisien, serta ramah lingkungan.
3. Desain *palette* harus sesuai dengan kebutuhan *makeup artist*, yaitu mampu menampung banyak pilihan produk dalam jumlah yang cukup untuk satu sesi makeup, tetapi tetap *compact* dan mudah dibawa dalam tas alat makeup.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian (*Scope*)

Ruang lingkup perancangan ini berfokus pada perancangan kemasan produk *refillable makeup palette* untuk pekerjaan *Makeup Artist*.

1.8. Keterbatasan Penelitian/Perancangan (*Limitation*)

Terbatasnya referensi pembuatan kemasan produk *refillable makeup palette* yang ada di pasaran saat ini.

1.9. Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan
Memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai perancangan kemasan *refillable makeup palette*.
2. Bagi Masyarakat
Memberikan alternatif produk dengan kemasan yang praktis, ekonomis dan ramah lingkungan bagi konsumen.
3. Bagi Industri
Memberikan referensi kemasan produk baru bagi produsen, serta memberikan referensi perancangan kemasan *makeup palette* dan mengurangi limbah kosmetik sekali pakai.

1.10. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN
Dalam bab ini terdapat latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan sistematika penulisan yang berkaitan dengan makeup dan kemasannya.
2. BAB II KAJIAN
Bab ini berisi penjelasan tentang studi literatur yang terdiri dari referensi serta acuan terkait perancangan yang berasal dari sumber literatur seperti jurnal, *paper*, dan *website* resmi. Bab ini juga membahas data lapangan seperti kuesioner, observasi produk terkait serta wawancara.
3. BAB III METODE
Bab ini menjelaskan metode penelitian yang dipakai, yaitu metode penelitian campuran dan metode perancangan *Design Thinking* yang terdiri dari pendekatan perancangan, serta teknik pengumpulan data.
4. BAB IV PEMBAHASAN
Bab ini membahas analisis perancangan dengan pertimbangan desain produk yang dikaji dari berbagai aspek seperti aspek primer, sekunder, dan tersier, serta terdapat tabel dan analisis aspek desain, yang kemudian

dituangkan dalam hipotesis berupa $5W+1H$, analisis S.W.O.T, dan T.O.R (*Term of Reference*).

5. BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, serta saran-saran yang direkomendasikan bagi pengembangan dan perbaikan penelitian selanjutnya.

6. DAFTAR PUSTAKA