

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia tata rias wajah di Indonesia semakin berkembang pesat. Jika dahulu hanya wanita-wanita dewasa yang menggunakan tata rias wajah pada acara-acara penting mereka, kini golongan wanita dewasa-muda, bahkan sebagian remaja sudah mengenal dan menggunakan tata rias wajah sebagai rutinitas sehari-hari. Hal ini didukung oleh pendapat Andiyanto (2001: 1) dalam buku *Beauty Exposed by Andiyanto* sadar atau tidak wanita di segala umur telah memahami manfaat tata rias, bagaimana paduan warna dan sedikit pulasan dapat memberikan perubahan yang dramatis pada wajah, membuat penampilan terlihat lebih segar dan menarik, sehingga dapat dikatakan bahwa tata rias wajah bermanfaat untuk meningkatkan rasa percaya diri pada wanita yang menggunakannya.

Kegiatan tata rias wajah kini telah menjadi bagian dari rutinitas wanita-wanita di Indonesia, khususnya yang berusia dewasa muda dan sedang menjalani karir. Dari hasil survey kepada 100 wanita karir, 95% wanita karir menggunakan *make up* saat bekerja dengan alasan untuk menyempurnakan penampilan agar berpenampilan prima saat bertemu dengan orang lain.

Namun ternyata kegiatan tata rias yang dilakukan dapat menimbulkan dampak-dampak negatif pada kulit wajah. Masalah-masalah kulit seperti jerawat akan lebih beresiko timbul dibandingkan dengan kondisi kulit yang jarang dibubuhi kosmetik. Menurut dr. Afi, dokter spesialis kecantikan dari Mira *Beauty Center*, penggunaan kosmetik yang tidak disertai dengan perawatan kulit yang tepat dapat memicu banyak masalah kulit. Kulit kusam adalah salah satu masalah yang terjadi ketika oksigen tidak terdistribusi dengan baik kedalam kulit yang tertutup kosmetik, sedangkan jerawat dan komedo mungkin terjadi karena pori-pori yang tersumbat produk-produk kosmetik. Selain itu, beberapa bahan-bahan kimia yang terkandung

pada kosmetik berpotensi menyebabkan iritasi kulit, dan masih banyak masalah lagi. Hal-hal diatas sangat merugikan wanita-wanita yang semula tidak memiliki masalah kulit apapun dan bertujuan menyempurnakan penampilannya melalui kegiatan tata rias malah mengalami masalah pada kulitnya yang akan mempengaruhi penampilan serta kepercayaan dirinya.

Mengingat pentingnya kesadaran bagi para wanita menggunakan *make up* secara bijaksana untuk menghindari masalah yang telah dipaparkan diatas, perlu adanya media komunikasi visual yang mampu menyampaikan informasi tersebut melalui cara menarik dan efektif kepada targetnya. Hal tersebut menjadi alasan yang tepat untuk melakukan perancangan kampanye edukasi penggunaan *Make Up* secara bijaksana kepada wanita di kota besar. Dalam perancangan ini dipilih wanita karir usia dewasa muda (21-25 tahun dan 26-30 tahun) di kota besar di Indonesia sebagai target karena pada usia tersebutlah sebagian besar wanita di Indonesia memulai rutinitas untuk bekerja.

1.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

- Bagaimana mensosialisasikan secara tepat dampak negatif penggunaan *make up* disertai dengan pencegahannya bagi wanita karir dewasa muda di Indonesia?
- Bagaimana merancang media visual yang tepat dalam penyampaian informasi tersebut?

1.2.2 Ruang Lingkup

Penulis membatasi permasalahan yaitu di Indonesia, khususnya di kota-kota besar kepada wanita dewasa-muda berusia 21-25 tahun dengan kalangan kelas sosial menengah, dan menengah kebawah. Pembatasan juga dilakukan pada penyampaian informasi hanya mengenai dampak negatif penggunaan *make up*, dan upaya pencegahan yang dapat dilakukan pada kulit yang relatif sering *dimake up*.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan pada rumusan masalah, maka berikut ini adalah tujuan dalam memecahkan permasalahan tersebut:

- Mensosialisasikan secara tepat dampak negatif penggunaan *make up* disertai dengan pencegahannya bagi wanita karir dewasa muda di Indonesia.
- Merancang media visual yang tepat dalam penyampaian informasi tersebut.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah:

- Kuesioner
Melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 masyarakat wanita karir dewasa muda Indonesia yang tinggal di Bandung sebagai sampel dari wanita karir kota besar di Indonesia untuk memperoleh data-data yang mendukung penelitian.

- Observasi

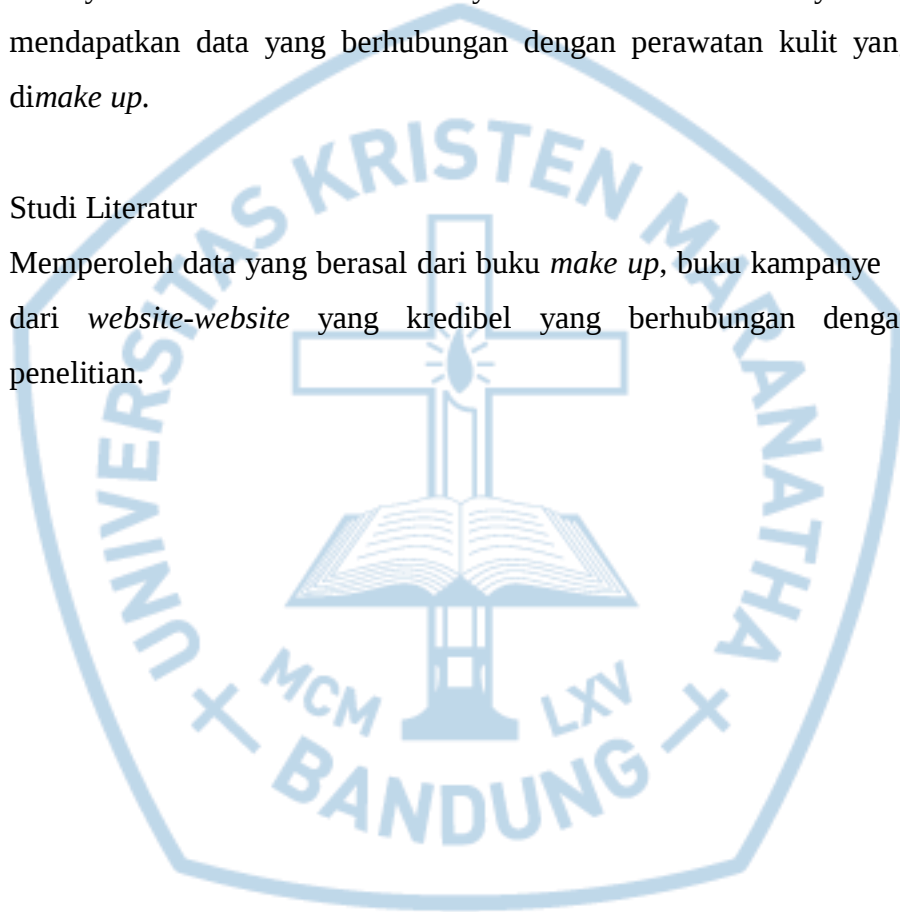
Mengamati secara langsung penampilan wajah wanita karir di kota Bandung.

- Wawancara

Melakukan wawancara kepada para ahli yang dapat mendukung data penelitian. Dalam hal ini, wawancara akan dilakukan kepada dr. Afi dari Mira Beauty Center dan Aesthetician Lily Susan Health and Beauty Center untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan perawatan kulit yang sering *dimake up*.

- Studi Literatur

Memperoleh data yang berasal dari buku *make up*, buku kampanye dan data dari *website-website* yang kredibel yang berhubungan dengan topik penelitian.



1.5 Skema Perancangan

