

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan plastik sebagai *packaging* masih banyak digunakan diberbagai sektor industri. Salah satunya pada bidang skincare, yang sebagian besar *packaging*-nya terbuat dari plastik. Penggunaan *packaging* plastik pada bidang skincare biasanya hanya sekali pakai. Setelah skincare yang dipakai habis, *packaging* langsung dibuang.

Menurut data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) pada tahun 2022 total timbulan sampah nasional adalah 30 juta ton dan 17% dari total timbunan sampah di Indonesia merupakan sampah plastik. Selain itu, menurut website databoks, Indonesia merupakan negara peringkat ke-5 dengan pembuangan sampah ke laut sebesar 56.333 ton. Ditambah juga dari hasil riset yang dilaksanakan oleh Muhammad dan Swasty (2018) menunjukkan bahwa plastik adalah material *packaging* yang paling sering digunakan. Melihat data tersebut, perlu adanya upaya untuk mengurangi jumlah sampah tersebut.

Upaya tersebut bisa berupa pengurangan penggunaan plastik sebagai *packaging*. Pengurangan ini dapat diwujudkan dengan mengimplementasikan sistem *refill*. Sistem *refill* yang dimaksud adalah dimana user membeli suatu produk yang kemudian *packaging*nya dapat diisi ulang dengan produk yang sama. Contoh dari pengimplementaian dari sistem ini adalah dari brand The Body Shop dimana setelah membeli wadah khusus yang disediakan di toko, user dapat mengisi ulang wadah tersebut.

Untuk mengimplementasikan kedua hal ini, sistem *refill* dibutuhkan *packaging* design yang juga menunjang sistem tersebut. Menurut artikel yang diterbitkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kulon Progo (2020) bahwa kemasan adalah sarana pemasaran karena kemasan dapat menjadi daya tarik yang dapat meningkatkan penjualan produk karena keputusan untuk membeli suatu produk dapat dipengaruhi oleh kemasan dan informasi yang tertera di dalamnya.

Seperti yang sudah dibahas pada paragraf sebelumnya, *packaging* design yang sesuai dengan target user akan membantu dalam penjualan produk yang dikemas. Terutama jika target user adalah pria. Menurut sebuah artikel yang diterbitkan oleh *pressrelease.id* (2022), beberapa tahun terakhir ini tren perawatan pria atau yang biasa disebut *Men's Grooming* meningkat. Alasan peningkatan ini adalah tingginya pengaruh Korea yang menunjukkan hasil yang bagus pada kulit wajah pria di media sosial.

Di pasar Indonesia sendiri, *packaging* design yang banyak beredar masih ditargetkan untuk wanita. Sementara untuk skincare pria, biasanya dikeluarkan oleh brand yang pada dasarnya berfokus pada user wanita. Hingga saat ini, masih sedikit design *packaging* yang dikhususkan untuk pria. Brand-brand yang banyak dijual di toko retail mayoritas memiliki target user wanita, sedikit sekali yang mengkhususkan pria sebagai target user mereka, dan lebih sedikit lagi yang mengimplementasikan prinsip *sustainability* pada *packaging* mereka.

Dengan meningkatnya ketertarikan pria terhadap skincare mulai dibuatnya produk-produk baru, tidak hanya sekedar sabun cuci muka. Karena trend ini baru muncul (sekitar tahun 2020 – 2021), variasi design *packaging* yang ada di pasar masih kurang, sehingga dibutuhkan variasi-variasi design yang baru. Ditambah juga dengan isu *sustainability* yang semakin hangat dibahas dapat menjadi nilai tambahan bagi *packaging* yang mengimplentasikan aspek-aspek *sustainability*.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pengaplikasian prinsip *sustainability* pada *packaging* skincare.
2. *Packaging* skincare Kahf yang masih menggunakan *packaging* sekali pakai.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada karya ilmiah ini:

1. Kurangnya pengaplikasian prinsip *sustainability* pada design *packaging* skincare.
2. *Packaging* skincare Kahf yang masih yang merupakan *packaging* sekali pakai.

1.4. Pertanyaan Perancangan

1. Bagaimana mengaplikasikan prinsip *sustainability* pada design *packaging* skincare yang dikhususkan untuk pria?
2. Bagaimana design *packaging* skincare yang menghasilkan *less waste* untuk brand Kahf?

1.5. Tujuan Perancangan

1. Untuk merancang *packaging* skincare dengan menggunakan prinsip *sustainability*.
2. Untuk merancang *packaging* skincare yang menghasilkan *less waste* untuk brand Kahf.

1.6. Batasan Perancangan

Perancangan *packaging* ini hanya terbatas pada *packaging* primer skincare dengan brand Kahf sebagai produk referensi dan pengaplikasian prinsip *sustainability* 'Reuse' pada *packaging* design tersebut. Perancangan juga hanya akan mencakup *packaging* untuk face wash, sunscreen-moisturizer, dan serum yang aspek visualnya disesuaikan dengan brand guidelines milik produk Kahf.

1.7. Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan *packaging* skincare berfokus pada design *packaging* skincare dengan brand Kahf sebagai produk referensi dan mengaplikasikan prinsip *sustainability* 'Reuse' pada *packaging* design skincare tersebut. Perancangan terutama berfokus pada struktur dari *packaging* face wash, moisturizer-sunscreen,

dan serum. Perancangan juga hanya akan berfokus pada *packaging* primer dari ketiga produk ini. Aspek visual dari *packaging* akan disesuaikan dengan brand guideline Kahf.

1.8. Keterbatasan Perancangan

Data lapangan yang diperoleh untuk perancangan ini diambil dari Jakarta. Jarak antara Jakarta – Bandung menjadi salah satu kesulitan yang dihadapi. Selain itu, komunikasi dengan pihak koresponden wawancara membutuhkan waktu lama untuk mendapatkan jawaban dari mereka.

Keterbatasan yang dihadapi perancangan juga menyangkut pembuatan prototype produk. Vendor-vendor pembuat *packaging* tidak bisa menerima pesanan satuan sehingga perancangan ini akan hanya sampai pada model dari produk yang akan didampingi papan skema material.

1.9. Manfaat Penelitian

1. Pengetahuan : Memberikan kontribusi keilmuan untuk program.
2. Masyarakat : Mengurangi penggunaan plastik dan dalam jangka panjang, akan lebih murah bagi user.
3. Industri : Menambah variasi skincare *packaging* design yang dikhususkan untuk pria.

1.10. Sistematika Penulisan Laporan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang dari perancangan ini serta identifikasi masalah, rumusan masalah, pertanyaan perancangan, tujuan perancangan, batasan perancangan, serta ruang lingkup perancangan yang berkaitan dengan kurangnya variasi design *packaging* skincare yang dikhususkan untuk pria dengan menerapkan prinsip *sustainability*.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang studi literatur yang digunakan untuk perancangan ini. Literatur yang digunakan berupa e-jurnal dan artikel. Bab ini juga membahas mengenai hasil data lapangan yang didapat melalui observasi, kuesioner, dan wawancara.

BAB 3 METODOLOGI PERANCANGAN

Perancangan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk metode perancangan terdiri dari pendekatan perancangan dan teknik analisis data.

BAB 4 ANALISA PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang analisa perancangan dengan pertimbangan yang dikaji dari beberapa aspek yang kemudian dituangkan dalam hipotesis seperti Analisis 5W+1H dan TOR (*Term of Reference*).

BAB 5 SARAN DAN KESIMPULAN

Bab terakhir dari laporan perancangan ini berisikan saran untuk pengembangan perancangan ini serta kesimpulan yang didapatkan dari perancangan.