

**PERANCANGAN ZINE SEBAGAI MEDIA EDUKASI
PENGUNAAN KEMBALI (*REUSE*) SAMPAH
KEMASAN *SKINCARE***



PERANCANGAN

Oleh

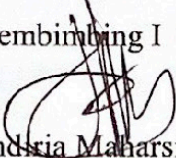
BRYAN IKHSANTIAN

NIM: 1710255124

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2024**

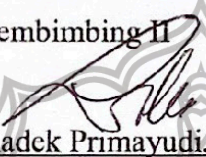
Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:
PERANCANGAN ZINE SEBAGAI MEDIA EDUKASI PENGGUNAAN KEMBALI (REUSE) SAMPAH KEMASAN SKINCARE diajukan oleh Bryan Ikshantian, NIM 1710255124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 4 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I


Indria Maharsi, S. Sn., M. Sn.

NIP 19720909 200812 1 001/NIDN 0009097204

Pembimbing II


Kadck Primayudi, S. Sn., M. Sn.

NIP 19810615 201404 1 001/NIDN 0015068106

Cognate


Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

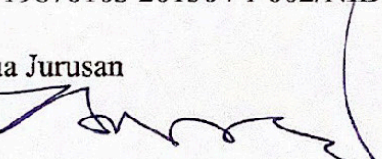
NIP 19870103 201504 1 002/NIDN 0003018706

Ketua Program Studi


Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

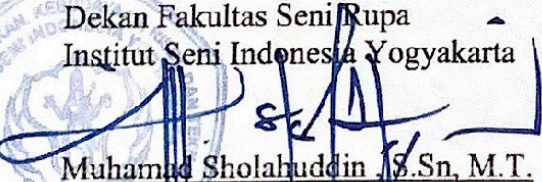
NIP 19870103 201504 1 002/NIDN 0003018706

Ketua Jurusan


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP 19770315 200212 1 005/NIDN 0015037702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP 19701019 199903 1 001/NIDN 0019107005

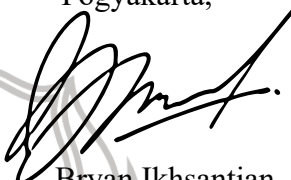
PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **Perancangan Zine Sebagai Media Edukasi Penggunaan Kembali (*Reuse*) Sampah Kemasan *Skincare*** merupakan hasil perancangan, pemikiran, dan pemaparan asli dari penulis sendiri, baik dari ide, naskah, maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Laporan Tugas Akhir tersebut. Apabila terlampir gambar maupun karya milik oranglain, penulis akan mencantumkan sumber dengan jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan penyimpangan dan ketidakbenaran dalam perancangan ini, maka saya siap mendapat sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku pada perguruan tinggi ini.

Yogyakarta,




Bryan Ikhsantian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, kekuatan dan dukungan yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Karya Tugas Akhir ini disusun sebagai hasil proses pendidikan yang penulis tempuh pada program studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2017, dan menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana dari program studi tersebut.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, dan menyadari keterbatasan dalam proses pembuatan karya ini. Semoga karya Tugas Akhir ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bermanfaat bagi bidang Desain Komunikasi Visual.



UCAPAN TERIMAKASIH

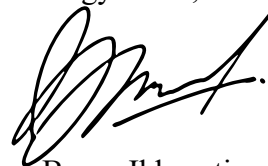
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, kekuatan dan dukungan yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Selama proses penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Indiria Maharsi, S. Sn., M. Sn. Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu secara tulus dan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
2. Kadek Primayudi, S. Sn., M. Sn. Dosen Pembimbing yang bersedia untuk memberikan bimbingan dan pengarahan mengenai pengecekan penulisan tugas akhir ini;
3. Seluruh staf Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu dalam mempermudah penulisan tugas akhir ini;
4. Teruntuk orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun doa yang mereka panjatkan untuk penulis dapat menyelesaikan rancangan karya ini tepat pada waktunya;
5. Andrea Raynee Louse yang telah mendukung sepenuh hati, waktu, dan tenaga hingga tugas akhir ini terselesaikan.
6. Seluruh teman dan sahabat yang telah mendukung, dan menyemangati selama proses penulisan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis memohon maaf atas kekeliruan maupun segala kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, baik yang disadari maupun tidak disadari. Besar harapan penulis agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Yogyakarta, 27 Juni 2024



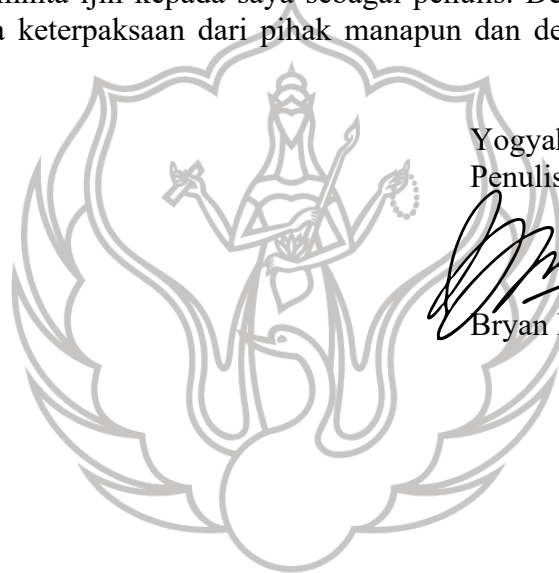
Bryan Ikhsantian

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

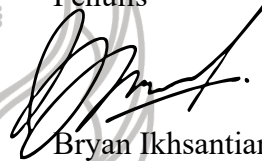
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bryan Ikhsantian
NIM : 1710255124
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang DKV, dengan ini saya memberikan karya Tugas Akhir saya yang berjudul **Perancangan Zine Sebagai Media Edukasi Penggunaan Kembali (*Reuse*) Sampah Kemasan *Skincare***, kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan dalam internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin kepada saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya tulis tanpa keterpaksaan dari pihak manapun dan dengan penuh tanggung jawab.



Yogyakarta,
Penulis


Bryan Ikhsantian

ABSTRAK

Industri *skincare* semakin berkembang pesat beberapa tahun belakangan ini berbanding lurus dengan sampah atau limbah kemasan yang dihasilkan. Kemasan-kemasan *skincare* yang telah kosong menjadi sampah sehingga diperlukan langkah tepat guna mengolahnya. Salah satu gerakan yang saat ini banyak dikampanyekan yakni metode *reuse*. Metode *reuse* atau penggunaan kembali kemasan *skincare* yang sudah kosong dalam rangka mendukung *sustainability* atau keberlanjutan dalam industri *skincare* sehubungan dengan pengemasan dan pengelolaan kemasan produk sekali pakai. Untuk memberikan edukasi penggunaan kembali sampah kemasan *skincare*, perancang akan menerbitkan output atau luaran berupa Zine dengan media cetak dan digital serta media pendukung berupa *social media campaign* untuk sarana pemasaran zine. Perancangan Zine bertujuan sebagai media untuk menyampaikan informasi dan juga edukasi bagi masyarakat, terutama calon konsumen, guna mendukung keberlanjutan dalam pengelolaan sampah atau limbah kemasan *skincare* sekali pakai.

Kata kunci: *Reuse*, Sampah Kemasan Skincare, *Skincare*, Zine.



ABSTRACT

The skincare industry has grown rapidly in recent years, in direct proportion to the waste or packaging waste produced. Empty skincare packaging becomes waste, so proper steps are needed to process it. One movement that is currently being widely campaigned for is the reuse method. Methods for reusing or reusing empty skincare packaging in order to support the sustainability of the skincare industry regarding packaging and management of single-use product packaging. To provide education on the reuse of skincare packaging waste, designers will publish output in the form of zines using print and digital media as well as supporting media in the form of social media campaigns for zine marketing. The design of the Zine aims to be a medium for delivering information and education to the public, especially potential consumers, to support sustainability in waste management or single-use skincare packaging waste.

Keywords: Reuse, Sustainability in the Skincare Industry, Zine.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Perancangan	6
D. Batasan Lingkup Perancangan	6
E. Manfaat Perancangan	7
1. Bagi Masyarakat.....	7
2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual	7
3. Bagi Industri.....	7
4. Bagi Komunitas	7
5. Bagi Pemerintah	7
6. Bagi Media	7
F. Definisi Operasional.....	8
G. Metode Perancangan	9
1. Metode Pengumpulan Data	9
H. Metode Analisis Data.....	9
I. Konsep Perancangan	10
J. Skematika Perancangan	11
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA	12
A. Data Objek Perancangan	12
B. Studi Pustaka.....	29
1. Kajian Literatur	29
2. Tinjauan Tentang <i>Skincare</i>	30
3. Tinjauan Tentang <i>Reuse</i>	37
4. Landasan Teori	46
C. Identifikasi Problematika Perancangan.....	62
D. Upaya Pemecahan Masalah Terdahulu	62
E. Kesimpulan	63
F. Usulan Pemecahan Masalah.....	64
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	65
A. Konsep Media	65
1. Tujuan Media.....	65
2. Strategi Media	65
B. Konsep Kreatif	66

1. Tujuan Kreatif	66
2. Strategi Kreatif	66
3. Program Kreatif Zine.....	70
4. Program Kreatif <i>E-Zine</i>	83
BAB IV VISUALISASI.....	86
A. Data Referensi Visual	86
B. Data Visual.....	89
C. Pengembangan Bentuk Visual	100
D. Media Pendukung.....	119
E. Graphic Standard Manual	121
F. Katalog	124
G. Poster Pameran Tugas Akhir.....	126
BAB V PENUTUP.....	127
A. Kesimpulan	127
B. Saran.....	127

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel. 1. Storyline	77
---------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gb. 1. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Pertama.....	18
Gb. 2. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kedua.....	19
Gb. 3. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Ketiga	19
Gb. 4. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Keempat.....	20
Gb. 5. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kelima	20
Gb. 6. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Keenam.....	21
Gb. 7. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Ketujuh	21
Gb. 8. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kedelapan	22
Gb. 9. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kesembilan.....	22
Gb. 10. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kesepuluh.....	23
Gb. 11. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kesebelas.....	23
Gb. 12. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Keduabelas ...	24
Gb. 13. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Ketigabelas ...	25
Gb. 14. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Keempatbelas	25
Gb. 15. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kelimabelas ..	26
Gb. 16. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Keenambelas	27
Gb. 17. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Ketujuhbelas.	27
Gb. 18. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Pertanyaan Kedelapanbelas	28
.....	28
Gb. 19. Brand Skincare Kharites Beauty	33
Gb. 20. Brand Skincare Scarlett.....	34
Gb. 21. Brand Skincare Erha.....	34
Gb. 22. Brand Skincare Wardah	35
Gb. 23. Brand Skincare Bio Beauty Lab.....	36
Gb. 24. Logo Brand Skincare Somethinc.....	36
Gb. 25. Konten Pre-Launch Somethinc	37
Gb. 26. Konten Launch Somethinc	37
Gb. 27. Botol Shampoo Erha	39
Gb. 28. Botol Essence Erha.....	40
Gb. 29. Bedak Esmé Erha	40
Gb. 30. Serum Erha	41
Gb. 31. Hasil Reuse untuk Wadah	43
Gb. 32. Hasil Reuse untuk Pot	44
Gb. 33. Hasil Reuse untuk Penyimpanan.....	44
Gb. 34. Hasil Reuse untuk Reed Diffuser	45
Gb. 35. Hasil Reuse untuk Lilin.....	45
Gb. 36. Hasil Reuse untuk Vas Bunga.....	46
Gb. 37. Hasil Reuse untuk kebutuhan lainnya	46
Gb. 38. Revograms Zine	54
Gb. 39. Fitur berbagi foto dan video	58
Gb. 40. Fitur stories.....	59
Gb. 41. Fitur reels.....	59
Gb. 42. Fitur likes and comments	60
Gb. 43. Fitur direct message	61

Gb. 44. Contoh Layout Pertama.....	80
Gb. 45. Contoh Layout Kedua	81
Gb. 46. Toko Watsons.....	82
Gb. 47. Artbook Store	83
Gb. 48. Konten Instagram Base	86
Gb. 49. Desain Tata Letak Buku.....	87
Gb. 50. Mad For Makeup.....	88
Gb. 51. Bloomka	88
Gb. 52. Dorskin.....	89
Gb. 53. Bulkstore Verterre Satu.....	89
Gb. 54. Bulkstore Verterre Dua	90
Gb. 55. Gajah	90
Gb. 56. Globe	91
Gb. 57. Kegiatan Refill di Bulkstore.....	91
Gb. 58. Kolase Produk Skincare	92
Gb. 59. Pers Kominfo Perekonomian	92
Gb. 60. Tekstur Krim	93
Gb. 61. TPA Satu	93
Gb. 62. TPA Dua.....	93
Gb. 63. Toko Verterre	94
Gb. 64. TPST Bantargebang	94
Gb. 65. Botol Serum Wajah	94
Gb. 66. Botol Toner	95
Gb. 67. Macam Reuse Kemasan Skincare	95
Gb. 68. Moisturizer Satu	96
Gb. 69. Moisturizer Dua.....	96
Gb. 70. Pengharum Toilet dari Moisturizer	97
Gb. 71. Reed Diffuser dari Serum.....	97
Gb. 72. Refill Sabun dari Botol Shampoo.....	98
Gb. 73. Vas Bunga dari Botol Plastik dan Kaca	98
Gb. 74. Ilustrasi Objek	99
Gb. 75. Ilustrasi Memoji	99
Gb. 76. Grid System 10,5x14,8 cm (A6)	100
Gb. 77. Type Setting	100
Gb. 78. Font Kombinasi.....	101
Gb. 79. Pengaplikasian Tata Letak dengan Grid System.....	102
Gb. 80. Ilustrasi Konsep Sampul Zine	103
Gb. 81. Konsep Sampul Zine	103
Gb. 82. Eksekusi Final Design Zine Cetak	113
Gb. 83. Eksekusi Final Design E-Zine.....	118
Gb. 84. Media Pendukung.....	120
Gb. 85. Graphic Standar Manual.....	123
Gb. 86. Katalog	125
Gb. 87. Poster Pameran Tugas Akhir.....	126
Gb. 88. Suasana Pameran.....	131

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk kecantikan menjadi produk yang dibutuhkan baik untuk merawat atau mempercantik diri yang terdiri dari berbagai produk perawatan rambut, wajah, bibir, dan perawatan tubuh lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi, produk *skincare* banyak bermunculan dengan berbagai inovasi dari bahan-bahan yang efektif dalam merawat diri. *Skincare* merupakan salah satu jenis produk perawatan diri atau *personal care* yang digunakan untuk perawatan khusus pada kulit. *Skincare* berfokus pada memperbaiki dan merawat kondisi kulit agar tampak bersih dan sehat. Produk *personal care* selain *skincare* yakni *bodycare*, *haircare*, serta *oral care*. Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2020 dan berdampak hingga saat ini memaksa masyarakat untuk menggunakan masker ketika di ruang umum. Penggunaan masker dengan tujuan untuk menurunkan transmisi penyebaran Covid-19. Namun, kebiasaan tersebut menimbulkan masalah baru bagi kulit wajah terutama bagi kulit sensitif yakni gesekan antara masker dengan permukaan kulit yang dapat meningkatkan risiko iritasi pada wajah atau yang dikenal dengan *maskne* (masker akne). *Maskne* adalah timbulnya akne pada bagian wajah yang tertutup masker yaitu dagu, hidung, sekitar pipi dikarenakan penggunaan masker yang tidak tepat (Inayah, 2022). Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor masyarakat semakin sadar akan pentingnya perawatan kulit untuk mencegah dan mengobati kerusakan pada kulit, di sisi lain aktivitas perawatan diri dengan *skincare* menjadi trend di masa pandemi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, selama masa pandemi tren merawat kesehatan dan kecantikan kulit semakin meningkat tepatnya pada kuartal I-2020 dengan dibuktikan semakin meningkatnya pertumbuhan industri kimia, farmasi, obat tradisional, dan kosmetik yang mencapai angka hingga 5.59%. Bahkan untuk industri

kosmetik sendiri diperkirakan mengalami pertumbuhan pasar naik sebesar 7% pada 2021 (Rozalinna & Lukman, 2022).

Industri *skincare* semakin berkembang pesat beberapa tahun belakangan ini berbanding lurus dengan sampah atau limbah kemasan yang dihasilkan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS), sampah plastik di Indonesia mencapai 64 juta ton per tahun, dan sebanyak 3.2 juta berakhir di laut. Pada 2019 lalu, Indonesia menjadi negara nomor dua penyumbang sampah plastik paling banyak, yakni sebanyak 3.21 juta metrik ton per tahun, dilansir dari Kementerian Kelautan dan Perikanan. Sampah kemasan *skincare* juga termasuk di dalam angka tersebut yakni mencapai 6.8 juta ton dan 70 persennya tidak terolah dengan baik (Defitri, 2022). Menurut data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2021, terdapat 57,58 % atau 24.068.569,5 ton/tahun sampah tidak dapat terkelola. Data SIPSN menyebutkan bahwa limbah sampah plastik menempati posisi kedua terbanyak setelah limbah organik. Kondisi tersebut salah satunya disebabkan karena meningkatnya sampah wadah atau kemasan *skincare* yang berbahan plastik (Orvola, 2022).

Sampah merupakan sesuatu barang yang dibuang karena sudah tidak digunakan lagi atau sudah diambil fungsi utamanya. Sampah sebagai hasil dari aktivitas manusia akan selalu ada selama manusia itu sendiri ada. Sampah dapat dikategorikan dalam sampah organik dan sampah anorganik. Sampah organik yaitu sampah yang berasal dari makhluk hidup, baik manusia, tumbuhan, atau hewan. Sampah organik ini dibagi menjadi sampah organik basah yakni sampah yang memiliki kandungan air lebih banyak, seperti sisa sayuran atau bahan makanan serta kulit buah dan sampah organik kering yakni sampah dengan kandungan air sedikit, seperti kertas, kayu, atau daun-daun kering. Sampah organik dengan kadar air yang tinggi atau banyak dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan kompos, briket serta biogas. Sampah anorganik merupakan sampah yang berasal dari bahan atau sumber daya yang dapat diperbaharui atau masuk ke dalam sampah yang dapat didaur ulang, misalnya sampah dari barang yang

berbahan dasar plastik, logam, kaca, atau kayu. Barang-barang yang berbahan dasar anorganik ini masih sangat minim pengelolaannya dan kurang ramah lingkungan karena sampah anorganik sangat sulit didegradasi bahkan tidak dapat didegradasi sama sekali oleh alam.

Sampah anorganik yang paling banyak dijumpai di masyarakat adalah sampah plastik. Pada tahun 2008 produksi sampah plastik untuk kemasan mencapai 925.000 ton (Putra & Yuriandala, Januari 2010). Plastik merupakan bahan dasar yang murah, mudah dijangkau, serta tahan lama sehingga secara tidak disadari plastik menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Selain plastik, sampah anorganik lain yang dimaksud dalam perancangan ini yakni kain, kaca, serta metal atau alumunium. Sampah anorganik ini dihasilkan dari berbagai sumber, baik sampah rumah tangga, sampah perkantoran, sampah pasar, dan juga sampah dari industri-industri. Salah satu industri yang menyumbang sampah anorganik adalah industri *skincare*, sebagaimana diketahui bersama bahwa produk-produk *skincare* banyak menggunakan wadah berbahan dasar plastik, kaca, juga alumunium.

Permasalahan sampah merupakan salah satu masalah lingkungan yang belum terselesaikan dengan baik di Indonesia, terutama sampah anorganik yang memerlukan perhatian khusus. Sampah atau limbah anorganik tidak dapat dihindari karena penggunaan kemasan plastik, kaca, maupun alumunium yang memang diperlukan untuk melindungi isi produk dari kontaminasi, memperpanjang umur penyimpanan produk, serta memudahkan proses distribusi atau pengiriman produk. Pengelolaan sampah sangat perlu dilakukan untuk meminimalisir dampak buruknya. Sampah yang menumpuk tanpa adanya pengelolaan yang benar dapat menimbulkan permasalahan, seperti penyakit dan menghasilkan zat kimia berbahaya. Metode pengelolaan sampah yang kerap digunakan yakni metode 3R atau *Reduce, Reuse, dan Recycle*.

Melansir data dari laman *Plastic Pollution Coalition*, secara global industri *skincare* dan kecantikan memproduksi lebih dari 120 miliar unit kemasan setiap tahun. Sebagian besar wadah kemasan tersebut tidak dapat

didaur ulang sehingga semakin menambah tumpukan sampah (Defitri, 2022). Kemasan merupakan media pengenalan pertama calon konsumen terhadap produk. Beragamnya jenis produk *skincare*, penggunaan plastik dalam kemasan produk ini pun menjadi beragam dari berbagai bentuk botol, pump maupun plastik pembungkus yang terbuat dari mika, kaca, plastik bahkan kemasan berbahan metal yang tidak sedikit merupakan kemasan sekali pakai yang tidak dapat didaur ulang. Kondisi tersebut berdampak pada penanganan atau pengelolaan kemasan bekas *skincare*. Kontribusi industri *skincare* terhadap pencemaran lingkungan dapat dilihat dari fakta bahwa setiap tahunnya industri ini menghasilkan 120 miliar kemasan dengan sekitar 40 persen dari jumlah tersebut tidak dapat didaur ulang (Shalmont, 2022).

Kemasan-kemasan *skincare* yang telah kosong menjadi sampah sehingga diperlukan langkah tepat guna mengolahnya. Salah satu gerakan yang saat ini banyak dikampanyekan yakni metode *reuse*. Metode *reuse* atau penggunaan kembali kemasan *skincare* yang sudah kosong dalam rangka mendukung *sustainability* atau keberlanjutan dalam industri *skincare* sehubungan dengan pengemasan dan pengelolaan kemasan produk sekali pakai.

Penggunaan produk-produk *skincare* akan terus berlanjut dibarengi dengan munculnya produk inovasi baru dan juga brand-brand baru di tengah masyarakat. Kondisi tersebut tentu berdampak langsung pada munculnya permasalahan sampah kemasan kosong atau bekas pakai yang merupakan kemasan sekali pakai. Brand-brand *skincare* saat ini telah mengedepankan *sustainability* melalui aktivasi kampanye yang mengajak konsumen dan masyarakat untuk menggunakan kembali kemasan *skincare* untuk terus meningkatkan kesadaran konsumen. Upaya tersebut dilakukan dengan mengajak para konsumennya untuk mengembalikan atau mengirimkan kembali botol kemasan *skincare* yang telah kosong agar dapat diolah oleh brand yang bersangkutan, antara lain Dove, The Body Shop, Sensatia Botanicals, dan Kiehl's. Dove memiliki program "*buy once, refill for life*" sebagai bentuk nyata komitmen dalam upaya mengurangi

limbah plastik dengan menyediakan botol yang dapat digunakan kembali dan isi ulang konsentrat sabun mandi (Dove, 2023). The Body Shop juga telah membuat pilihan pengemasan tanpa limbah yang terdapat pada toko-toko tertentu. Tindakan kecil tersebut sebagai upaya mengurangi sampah limbah kemasan produk (Shop, 2023).

Komitmen dari produsen atau pemilik brand dalam mengkampanyekan *reuse* perlu didukung oleh kesadaran masyarakat untuk tidak langsung membuang kemasan kosong melainkan memanfaatkannya kembali dengan fungsi yang sama sebagai wadah produk *sincare* refill, juga pemanfaatan sebagai fungsi yang berbeda, seperti botol kaca kemasan produk *serum* yang dapat digunakan menjadi wadah *reed diffuser*. Contoh lainnya adalah pada botol plastik bekas “face toner” yang digunakan menjadi vas bunga. Bentuk kemasan setiap produk *skincare* sangat beragam, sehingga bentuk respon pemanfaatan kembalinya juga beragam.

Kesadaran akan hal tersebut tidak dapat serta merta didapatkan tetapi harus dibangun terus menerus dan turun menurun agar menjadi suatu kebiasaan dan kebudayaan yang bijak. Kesadaran tersebut perlu untuk ditingkatkan hingga masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam menggunakan kembali kemasan-kemasan untuk keperluan lain sebagai upaya dalam mengurangi sampah industri kecantikan yang menyumbang jumlah sampah yang sangat besar.

Perkembangan teknologi yang telah merambah ke berbagai lapisan masyarakat mendorong tumbuhnya budaya internet dan pencarian secara *online*. Zine sebagai media alternatif untuk menyampaikan informasi-informasi dengan format bacaan yang ringan dan dapat diakses secara lebih mudah karena ukurannya yang relatif lebih kecil dan pipih dibanding dengan buku serta mudah diakses. Oleh sebab itu, zine sebagai media untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai *reuse* atau penggunaan kembali kemasan *skincare*. Output dari perancangan zine ini yakni zine digital. Akses terhadap Zine yang mudah dan cepat diharapkan dapat mencakup pembaca yang luas sehingga informasi tersebar dengan baik di masyarakat. Substansi dari Zine dengan bahasa

yang ringan namun tetap berbobot juga diharapkan memudahkan pembaca dalam menyerap informasi-informasi yang termuat dalam Zine. Para konsumen atau pengguna *skincare* sekarang ini terutama generasi milenial lebih peka terhadap pentingnya isu *sustainability* dalam kemasan dikarenakan akses informasi serta teknologi yang sudah dikenal sejak usia dini, serta tingginya motivasi untuk belajar dan berbagi informasi melalui media sosial.

Perancangan zine akan didukung dengan kampanye melalui media sosial atau *social media campaign* yang secara khusus akan dibuat di Instagram sebagai upaya membangun awareness masyarakat terhadap adanya sampah *skincare*, juga dalam rangka publikasi rilisnya zine ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang zine sebagai media edukasi penggunaan kembali (*reuse*) sampah kemasan *skincare*?

C. Tujuan Perancangan

Perancangan zine ini bertujuan sebagai sumber informasi dan edukasi yang dikemas dengan interaktif agar kegiatan *reuse* dan hasilnya menjadi lebih bernilai, sehingga dapat menekan jumlah sampah plastik pada sektor *skincare*.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Perancangan zine dibatasi pada hal-hal yang berkaitan tentang edukasi pemanfaatan kembali (*reuse*) sampah *skincare* bagi masyarakat Indonesia, khususnya di kota-kota besar, melalui zine cetak dan digital dengan media pendukung berupa *Social Media Campaign*.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat

Perancangan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan terhadap masyarakat mengenai penggunaan kembali sampah kemasan *skincare*.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Perancangan Tugas Akhir Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberi kontribusi serta menambah khasanah pengetahuan bagi pengembangan dan pengkajian Desain Komunikasi Visual, khususnya berkaitan dengan perancangan zine.

3. Bagi Industri

Perancangan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi pandangan baru pentingnya kesadaran menjaga keberlangsungan alam melalui program kemasan yang lebih ramah lingkungan, kepedulian pengolahan kemasan *skincare* sekali pakai dan pemilihan kemasan dengan nilai fungsi atau *durability* yang baik.

4. Bagi Komunitas

Perancangan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi pandangan bagi komunitas yang terhimpun dari berbagai golongan masyarakat, terutama anak muda, untuk dapat meningkatkan kesadaran mengenai penggunaan kembali (*reuse*) sampah kemasan *skincare*.

5. Bagi Pemerintah

Perancangan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi sumber penyusunan kebijakan pembuangan sampah sesuai dengan jenisnya untuk memudahkan pengelolaan sampah dengan metode *reuse*.

6. Bagi Media

Perancangan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberi informasi serta menjadi materi jurnalistik khususnya mengenai penggunaan kembali (*reuse* sampah kemasan *skincare*).

F. Definisi Operasional

1. *Sustainable Beauty*

Industri *skincare* sudah melihat bahwa era baru pada tren *skincare* ini salah satunya ialah meningkatnya minat konsumen pada produk yang natural dan *eco-friendly*. Melihat peluang tersebut, perusahaan-perusahaan memanfaatkan formulasi hijau dan efisiensi sumber daya pada produk untuk menyusun konsep *sustainability* guna menarik perhatian para konsumen dengan menghadirkan produk yang berbahan dasar alami, kemasan yang ramah lingkungan, dan aktivitas produksi dengan menggunakan etika lingkungan sebagai konsentrasi pada potensi pengurangan resiko bahan kimia. Isu mengenai *sustainability* ini muncul dan berkembang akibat adanya dorongan masyarakat untuk memiliki gaya hidup yang lebih higienis dan penggunaan bahan-bahan yang lebih ramah lingkungan. Isu ini juga muncul karena adanya isu mengenai lingkungan dan limbah, salah satunya isu darurat sampah khususnya Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) di Indonesia yang sudah tidak mampu untuk menampung lebih banyak lagi sampah yang dihasilkan oleh masyarakat (Rozalinna & Lukman, 2022).

2. *Reduce, Reuse, Recycle*

Reduce merupakan metode pengelolaan sampah dengan mengurangi sampah itu sendiri guna meminimalisir sampah baru. *Reduce* dapat dilakukan dengan cara mengurangi pemakaian barang yang memiliki masa pemakaian berulang-ulang sehingga dapat menekan jumlah sampah harian yang ada. *Reduce* sebagai cara untuk mengurangi penggunaan material yang kurang ramah lingkungan. *Reuse* merupakan metode pengelolaan sampah dengan cara menggunakan kembali barang bekas tanpa harus mengalami perubahan secara kimia maupun biologi sehingga suatu barang memiliki fungsi pemakaian yang beragam dan dengan waktu yang lebih lama. *Recycle* merupakan metode pengelolaan sampah dengan cara mendaur ulang atau memanfaatkan kembali barang-barang dengan menggunakan

proses tambahan. Metode *recycle* cukup familiar dilakukan terutama pada lingkup rumah tangga yakni dengan mengolah sampah organik menjadi pupuk (Kristianto & Rosariawari, 2022).

G. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber secara tidak terstruktur agar narasumber dapat bercerita secara luas. Narasumber tersebut di antaranya: aktivis lingkungan, produsen skincare, dan pengguna skincare.

2) Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan membuat angket melalui *google form* dan menyebarkannya guna mendapat data yang dibutuhkan.

3) Observasi

Observasi dilakukan guna mengamati perilaku masyarakat agar diperoleh data yang valid agar perancangan zine yang disusun dapat tepat sasaran.

b. Data Sekunder

1) Studi Literatur

Studi literatur dilakukan guna mengetahui gambaran ahli mengenai permasalahan yang menjadi topik perancangan.

2) Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan guna mendapatkan data pendukung mengenai upaya-upaya pengolahan sampah yang telah dilakukan masyarakat, khususnya pengguna *skincare*.

H. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan zine adalah metode kualitatif dengan mengolah data yang didapatkan dari penyebaran

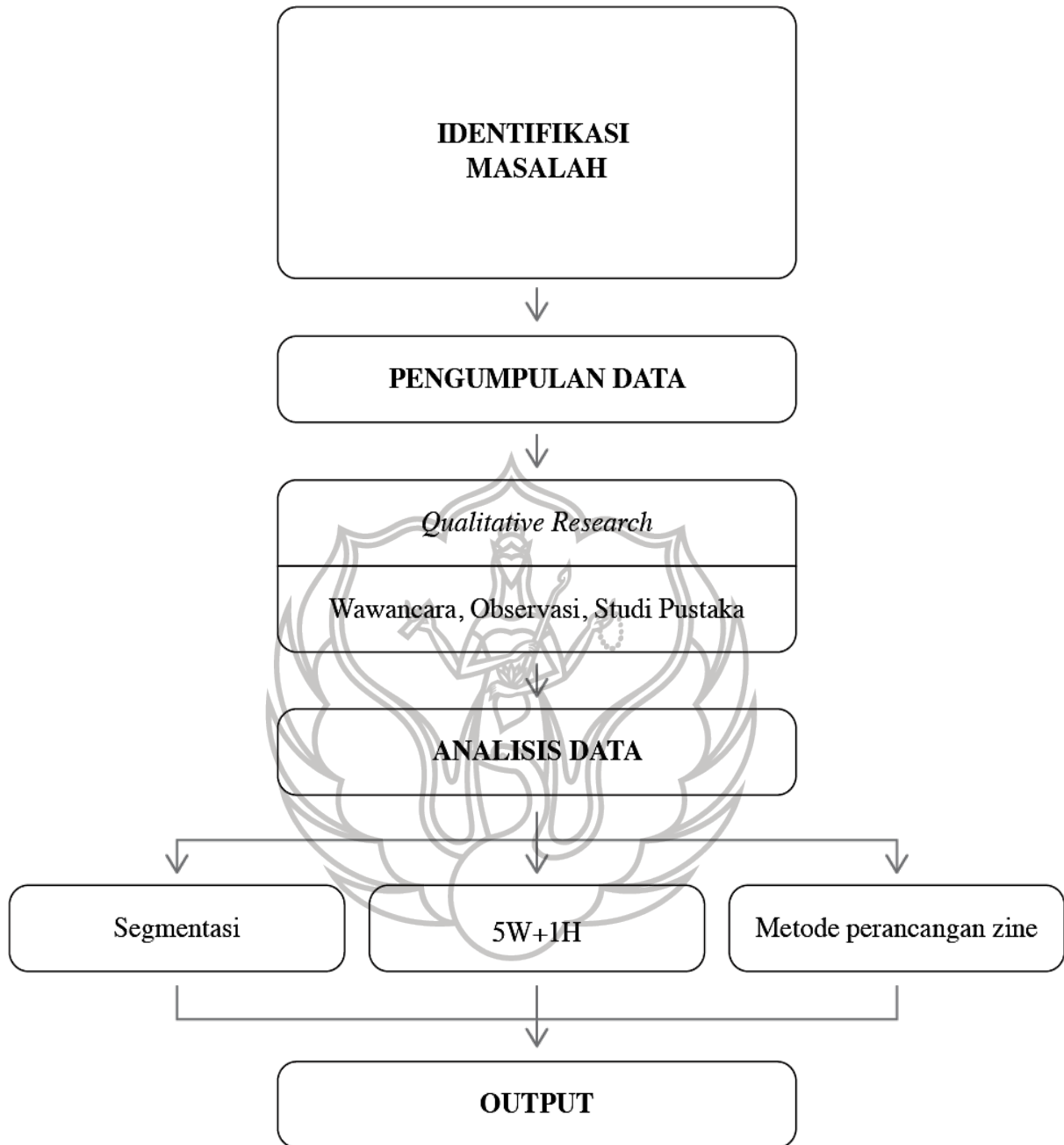
kuesioner serta data dari studi pustaka melalui artikel, jurnal, serta studi kepustakaan lain.

I. Konsep Perancangan

Percancangan zine melalui tahap-tahap sebagai berikut (Medina, Suryadi, & Johari, 2021):

- a. Menentukan konten zine, yakni mencari tema atau isu sosial yang akan dibahas dalam zine dengan mengumpulkan data, informasi, dokumentasi mengenai tema yang akan dibahas, termasuk konsep dan pendekatan visual yang akan digunakan dalam penyampaian isi.
- b. Menentukan nama yang tepat untuk zine, yakni memilih nama untuk publikasi zine tersebut. Pemilihan nama dapat dilakukan dengan menyesuaikan sesuai konten atau tema zine tersebut.
- c. Membangun kolektif, yakni berkolaborasi dengan pihak-pihak yang dapat berkontribusi pada zine tersebut. Tahap ini merupakan langkah penting untuk mendapatkan konten yang diinginkan.
- d. Menentukan format atau desain zine, yakni memilih format penyampaian seni dan ide.
- e. Menentukan layout dan struktur zine, yakni penentuan layout dan struktur dari zine guna mengelola zine dengan informasi yang sudah disusun secara rapi dan terstruktur dan juga membuat pembaca lebih mudah memahami informasi yang termuat dalam zine.
- f. Mencetak zine, yakni proses *printing* atau pencetakan zine apabila zine menggunakan media cetak. Jika zine menggunakan media digital, maka tahap ini dapat diganti dengan menyebarkan zine secara online.

J. Skematika Perancangan



Gb. 1. Diagram Alur Perancangan Zine