



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain

Menurut Hagen dan Golombisky (2018) dalam bukunya yang berjudul “*White Space is Not Your Enemy*” desain merupakan bahasa visual, seperti bahasa lainnya yang memiliki fungsi untuk mempermudah komunikasi. Seperti bahasa Inggris, desain memiliki peraturan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namun kita dapat melihat kesalahannya saat seseorang telah melakukan kesalahan itu. Desain yang baik dihasilkan dari gabungan antara bentuk dan fungsi, dan juga pengalaman dapat membantu desainer untuk meningkatkan kemampuan dalam membuat suatu karya.

Setiap individu memiliki persepsi yang berbeda dalam keindahan dan estetika, yang dianggap A indah belum tentu indah menurut orang lain. Estetika pribadi dapat menentukan selera dan gaya seorang desainer. Ada perbedaan antara desainer dan seorang seniman. Desainer tidak dapat membuat desain sepenuhnya berdasarkan keinginannya sendiri, desainer akan selalu memiliki tujuan/tugas yang harus ia selesaikan. Desain yang dibuat harus efisien, fungsi pada desain harus dapat dipahami oleh pengguna dengan mudah. Desainer biasanya merencanakan proyek mereka terlebih dahulu dengan terperinci, mereka akan membuat sketsa yang disebut “*thumbnails*” untuk membantu mereka menentukan desain akhir yang cocok untuk proyek mereka. Dalam proses ini mereka merencanakan peletakan teks dan visual apa yang cocok untuk digunakan. Jika mereka tidak merancang tata letak dengan baik maka desainnya akan gagal untuk

menyampaikan pesan yang pada awalnya ingin disampaikan dan menghabiskan waktu dan uang secara sia-sia (hlm. 2-4).

2.1.1. Prinsip Desain

Berdasarkan Landa (2011) saat seorang desainer sedang menyusun sebuah desain formal, setiap desainer wajib menggunakan prinsip-prinsip dasar dalam mendesain. Prinsip itu berguna untuk menciptakan komunikasi secara visual. Prinsip dasar desain saling bergantung satu sama lain, Keseimbangan akan menciptakan komposisi yang stabil sehingga penglihat akan merasa mudah saat melihatnya. Prinsip dasar desain itu terdiri dari format, keseimbangan, tekanan, irama, dan kesatuan (hlm. 24).

1. Format

Landa (2011) mengatakan format merupakan hal wajib dalam desain grafis. Selain itu desainer sering menggunakan istilah format untuk menggambarkan tampilan atau jenis aplikasi. Sebagai seorang desainer grafis maka kita harus dapat bekerja dengan berbagai jenis format. Apapun bentuk dan jenis format itu, harus memiliki komponen komposisi dengan batas format (hlm 24-25).

2. *Balance*

Keseimbangan atau *balance* menurut Landa (2011) dapat diartikan sebagai stabilitas yang disebabkan dari distribusi yang merata terhadap visual di setiap sisi. Ketika sebuah desain seimbang maka desain itu akan

harmonis. Banyaknya elemen visual mempengaruhi daya tarik, setiap elemen dalam komposisi itu membawa energi/kesan terhadap elemen visualnya. Peletakan tanda akan mempengaruhi visual, tanda yang sama ditempatkan pada titik yang berbeda pada halaman kanan bawah, kiri bawah, tengah, kanan atas, atau kiri atas akan memiliki dampak yang berbeda (hlm 25-27).

3. Empasis

Landa mengatakan untuk membangun suatu hierarki visual, desainer harus dapat menentukan elemen desain grafis yang akan digunakan dari yang paling penting hingga yang tidak penting untuk komponennya sebagai aliran informasi (hlm. 29-30).

4. Irama

Landa (2011) mengatakan bahwa irama pada desain irama hampir sama dengan irama dalam musik, membuat pembaca dapat mengikuti alur yang ada dan menciptakan stabilitas. Kunci untuk membuat irama dalam desain adalah pengulangan, pengulangan terjadi pada saat desainer mengulangi satu atau beberapa elemen visual dengan konsistensi (hlm 30-31).

5. *Unity*

Peletakan elemen visual yang ideal menurut Landa (2011) dapat dilihat sebagai komposisi dalam desain yang menyatu secara keseluruhan. Mayoritas desainer setuju bahwa jika pembaca sudah dapat memahami

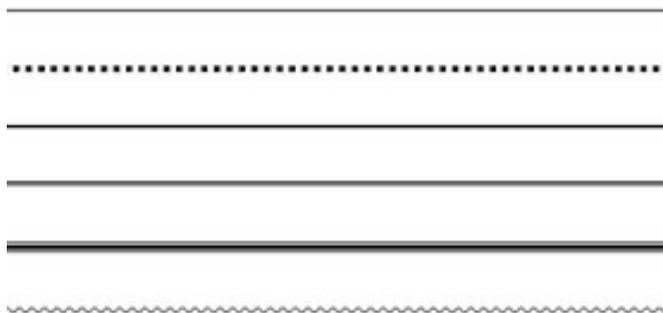
dan mengingat komposisi desain maka akan dikatakan komposisi itu adalah komposisi terbaik untuk dijadikan sebagai gagasan utama (hlm. 31).

2.1.2. Elemen Desain

Menurut Landa (2011) seorang desainer ternama, desain memiliki beberapa elemen wajib di dalamnya seperti garis, bentuk, rupa, warna, dan tekstur. Elemen ini memiliki guna untuk menciptakan suatu visual yang baik sehingga dapat menarik dan dapat menyampaikan pesan pada karya, berikut merupakan penjelasan mengenai elemen-elemen wajib dalam desain:

2.1.2.1. Garis

Menurut Landa (2011) garis dapat dikenali dari bentuknya, yaitu panjang melebihi dari lebar. Garis terdiri dari titik yang diletakkan saling berdekatan sehingga menciptakan sebuah kesatuan, garis dapat membantu desain untuk berkomunikasi dan mengarahkan individu saat melihatnya (hlm. 16).

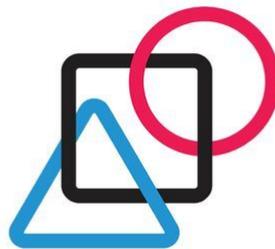


Gambar 2.1 Contoh Garis

Sumber: <https://www.zonareferensi.com/unsur-unsur-seni-rupa/>

2.1.2.2. Bentuk

Landa (2011) mengatakan bentuk memiliki 3 dasar yaitu kotak, segitiga dan lingkaran. Pada dasarnya tinggi dan lebar dalam bentuk dapat diukur dengan satuan, bentuk dasar memiliki bentuk volume . Bentuk itu sendiri dapat terbentuk dari gabungan garis atau warna (hlm. 17).

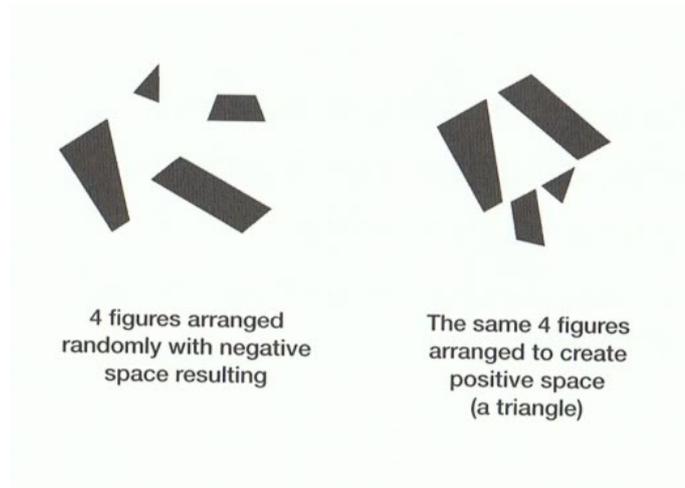


Gambar 2.2 Contoh Bentuk

Sumber: https://www.123rf.com/photo_134476840_stock-vector-linked-basic-shape-kid-learn-design-logo-vector.html

2.1.2.3. Figur

Landa (2011) percaya bahwa figur terdiri dari ruang positif dan negatif. Ruang positif adalah bentuk yang langsung terlihat sebagai suatu bentuk. Desainer harus dapat mempertimbangkan komposisi dalam desain, agar dapat membentuk ruang negatif. Perlu adanya pertimbangan seluruh ruang untuk menghasilkan suatu desain yang baik (hlm. 18-19).



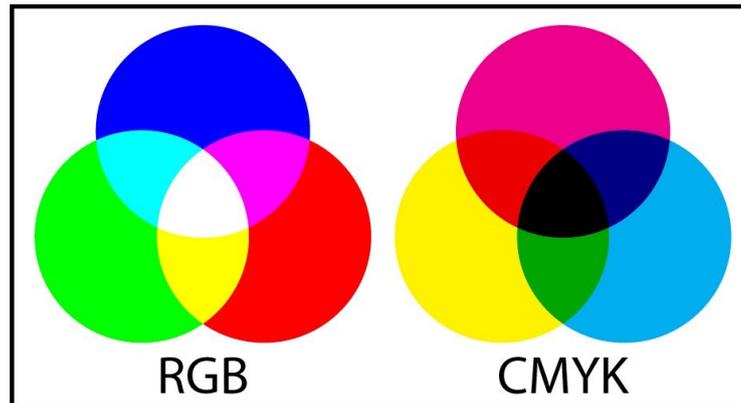
Gambar 2.3 Contoh Figur Negatif dan Figur Positif

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/442056519672852626/?lp=true>

2.1.2.4. Warna

Pada dasarnya Landa (2011) mengatakan bahwa kita hanya dapat melihat warna dengan bantuan cahaya, warna-warna dapat kita lihat karena telah dipantulkan oleh cahaya. Sementara itu *hue* adalah nama lain dari warna, *value* adalah tingkat kecerahan, dan *saturation* adalah penentu cerahan atau kusamnya suatu warna. Warna terdiri dari merah (*red*), hijau (*green*) dan biru (*blue*) atau biasa disebut RGB, etika ketiga warna ini campur maka akan menghasilkan cahaya putih.

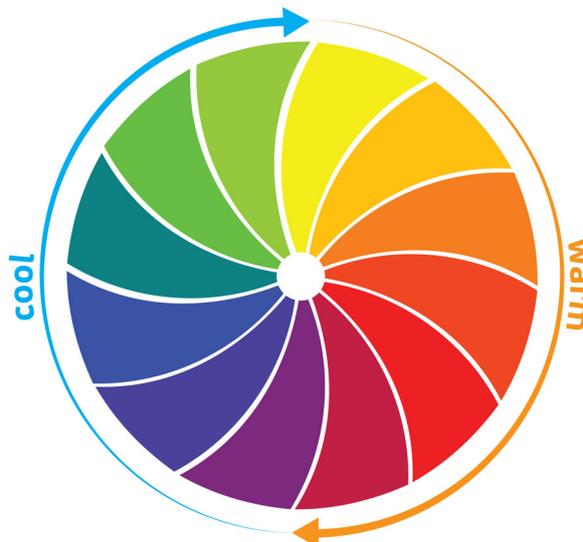
Ada juga warna yang disebut sebagai warna CMYK (*cyan, magenta, yellow, black*) yaitu warna primer substraktif yang biasanya digunakan pada komputer, desainer akan memiliki akses untuk mencampur jutaan warna dengan teknologi. Sayangnya tanpa bantuan teknologi sangat sulit untuk mata manusia membedakan jutaan warna yang diciptakan oleh komputer (hlm. 16-23).



Gambar 2.4 Contoh Warna RGB dan CMYK

Sumber: <http://rumaheditor.com/penjelasan-sederhana-bedanya-rgb-dan-cmyk/>

Menurut Sherin (2012) suhu warna dipahami sebagai hal yang membedakan antara hangat dan dingin. Mata manusia dapat mengenali suhu warna yang bervariasi bergantung pada sumber cahaya, suhu warna yang lebih rendah akan menghasilkan warna hangat sedangkan suhu warna yang lebih tinggi biasanya menunjukkan warna dingin. Temperatur warna dapat mempengaruhi komposisi secara menyeluruh. (hlm. 10)



Gambar 2.5 Contoh Warna dingin dan hangat

Sumber: <http://chrysanthos.com/warm-cool/>

2.1.2.5. Tekstur

Landa (2011) menjelaskan bahwa tekstur dalam visual adalah tekstur yang diciptakan menggunakan tangan, dengan keterampilan yang telah dipelajari oleh desainer melalui menggambar, melukis, dan berbagai kegiatan lainnya yang membuat seorang desainer dapat menciptakan tekstur (hlm. 16-23).



Gambar 2.6 Contoh tekstur dalam visual

Sumber: Buku Graphic Design Solutions, Fifth Edition

2.2. Tipografi

Menurut Landa (2013) tipografi adalah sekumpulan karakter yang terdiri dari properti visual yang konsisten, meliputi huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca. Dapat menyampaikan pesannya secara langsung atau hanya menjadi tambahan saja. Huruf pada desain harus dapat dibaca dengan jelas sehingga margin harus diperhatikan karena margin memiliki peran untuk menunjukkan kalimat pada sebuah desain.

Jika tulisan akan diletakkan pada media *web*, maka harus dapat dibaca dengan jelas dengan hierarki informasi yang teratur. Kontras akan tulisan dan warna latar memberikan pengalaman membaca yang optimal, agar huruf dapat dibaca dengan mudah maka desainer harus memperhatikan panjang kalimat tersebut, biasanya tidak lebih dari dua belas kata. Huruf yang padat dan memiliki jarak cukup sempit akan mengurangi tingkat keterbacaan pada desain tersebut, sehingga pemilihan jenis huruf seperti ini tidak direkomendasikan untuk digunakan di *web*.



Gambar 2.7 Contoh Jenis Tulisan Untuk Digunakan Pada Web Menurut Google Fonts

Sumber: <https://www.geeky-gadgets.com/monotype-typecast-web-based-app-partners-with-google-fonts-31-10-2013/>

2.3. Ilustrasi

Menurut AIGA yang dikutip oleh Landa pada bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions, Fifth Edition* (2013) ilustrasi adalah sebuah gambaran tangan yang dibuat untuk melengkapi sesuatu. Setiap ilustrator harus dapat membawa visi, ide dan perspektif mereka agar dapat menjadi suatu bentuk seni asli jika digabungkan dengan suatu desain yang hebat (hal.121).

Iustrasi juga memiliki tujuan dalam penting, menurut Hakim (2009) ilustrasi bertujuan untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, puisi, tulisan ataupun informasi lainnya. Adapun tujuan ilustrasi adalah:

1. Iustrasi bertujuan memperjelas pesan atau informasi yang disampaikan
2. Iustrasi bertujuan memberi variasi bahan ajar sehingga lebih menarik, memotivasi, komunikatif, dan juga dapat memudahkan pembaca memahami pesan.
3. Iustrasi bertujuan memudahkan pembaca untuk mengingat konsep dan juga gagasan yang disampaikan melalui ilustrasi.

Gambar Iustrasi Naturalis adalah gambar ilustrasi yang memiliki bentuk dan warna yang sama dengan kenyataan yang ada di alam tanpa adanya suatu pengurangan ataupun penambahan. Seperti jenisnya yang realis dan naturalis, ilustrasi ini dibuat sangat sesuai dengan kenyataan yang ada pada suatu objek tanpa pengurangan atau penambahan dari imajinasi sang pencipta. Dalam menggambar ilustrasi manusia diperlukan pemahaman dan penguasaan proporsi dan anatomi tubuh manusia, baik tubuh manusia dewasa maupun anak-anak. Proporsi adalah perbandingan bagian perbagian atau bagian dengan keseluruhan.

Anatomi adalah kedudukan susunan tulang dan otot yang menentukan besar kecil, cekung cembung (menonjol tidaknya) tubuh manusia yang menentukan bentuk keseluruhan tubuh.

2.4. Kampanye

Menurut Venus (2018) kampanye adalah sebuah kegiatan komunikasi yang sudah terencana sejak awal dan memiliki tujuan untuk memberi pengaruh terhadap masyarakat luas dengan mencantumkan nama lembaga. Tujuan dari kampanye itu sendiri biasanya mengandung kebaikan untuk publik, tetapi diperlukannya pemaksaan, namun mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan seperti yang dianjurkan pada kampanye atas dasar keinginan mereka sendiri (hlm. 5-11).

Didukung oleh Landa (2011) yang mengatakan bahwa kampanye memiliki fungsi untuk menarik perhatian orang dalam periode yang singkat. Strategi untuk kampanye harus fleksibel, baik dalam media cetak atau media yang berbasis layar. Biasanya kampanye cetak menggunakan struktur komposisi yang sama dengan posisi yang telah ditentukan oleh perancang agar keseluruhan kampanye dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca, Suatu kampanye harus dapat menawarkan hal baru setiap kalinya (hlm. 346-348).

Menurut Ostergaard yang dikutip oleh Venus didalam bukunya Manajemen Kampanye (2018) mengatakan ada tiga aspek kampanye yaitu :

1. *Awareness*, menarik perhatian masyarakat dan memberikan gagasan kampanye.
2. *Attitude*, memunculkan rasa suka terhadap isu yang digunakan untuk kampanye.
3. *Action*, mengubah perilaku masyarakat yang sudah mengetahui gagasan kampanye (hlm. 15).

2.4.1. Jenis Kampanye

Venus (2018) mengatakan bahwa untuk membuat sebuah kampanye memiliki tiga motivasi dan tujuan dari kampanye tersebut:

- *Product-oriented campaigns*, kampanye ini biasanya dilakukan oleh bisnis, motivasi utama dalam melakukan kampanye ini adalah untuk mendapatkan keuntungan.
- *Candidate-oriented campaigns*, kampanye ini biasanya dilakukan untuk meraih kekuasaan politik, dengan tujuan untuk mendapatkan suara dari masyarakat.
- *Ideologically or cause oriented campaigns*, kampanye ini memiliki tujuan yang bersifat kusus yaitu perubahann sosial mengenai suatu isu yang sudah ada (hlm. 16-18).

Venus (2018) mengatakan teori kampanye persuasi model keyakinan kesehatan dapat mengajak dan memberikan penjelasan akan adanya suatu penemuan yang berkaitan dengan kesehatan yang dapat mengubah masyarakat untuk mengganti gaya hidup mereka. Teori ini juga dapat mendorong

masyarakat untuk mencegah, memilih dan mengontrol kesehatan mereka sendiri (hlm. 57)

2.4.2. Media Kampanye

Menurut Venus (2018) untuk melakukan kampanye ada dua cara yang dapat digunakan, secara langsung (nonmediated) dan saluran bermedia (mediated). Saluran langsung yang dimaksud seperti melakukan kunjungan lapangan atau penyelenggaraan *event* sehingga terjadi komunikasi dua arah, sedangkan saluran bermedia pada umumnya meliputi media umum, media massa dan media sosial, jika kampanye menggunakan media sosial maka dapat dikatakan bahwa kampanye itu termasuk kedalam kategori *through the line* (hlm. 139-141).

Menurut Phillips dan Young (2013) pada zaman sekarang komunikasi adalah sebuah petualangan, terdapat bermacam-macam untuk berkomunikasi antar individu. Setiap individu dapat berkomunikasi pada saat mereka sedang berada di dalam ruangan atau sedang bepergian.

Karena perkembangan zaman, maka muncul cara-cara baru untuk berkomunikasi. Tiap individu dapat berkomunikasi menggunakan pesan, foto, suara ataupun video. Setiap media memiliki caranya masing-masing dalam berkomunikasi, mereka memiliki ketertarikannya masing-masing. (hlm. 10-11). Ditambah dengan hasil penelitian Emond et al pada jurnalnya (2011) mengatakan internet merupakan salah satu media informasi baru yang paling sering digunakan. Mayoritas pengguna di negara maju beralih ke internet untuk mencari informasi

yang mereka butuhkan untuk mendapatkan kontrol, kepercayaan diri, dan mengurangi kecemasan (hlm. 74- 82).

Dalam memilih media harus dipilih sesuai dengan jenis pesan dan target masyarakat. Media yang tepat akan dapat mempengaruhi lebih baik dan dapat dijangkau lebih luas. Pertimbangan pemilihan media berdasarkan format dan isi dari kampanye, nilai respons, biaya per tayangan pesan kampanye, efek potensial yang timbul, serta kriteria tertentu untuk keefektifan dan keefisienan biaya karena tidak ada satu mediaupun yang cocok untuk segala jenis pesan kampanye. Setiap media memiliki kelebihan dan kekurangna masing masing.

2.5. Persuasi

Menurut Pace, Peterson dan Burnett (dalam Manajemen Kampanye Edisi Revisi, 2018)persuasi merupakan cara untuk mengajak seseorang untuk meniru cara pandang terhadap suatu topik dengan kesadaran mereka sendiri. Persuai dapat dilaksanakan dengan sengaja melakukan persuasi, ada suatu masalah dalam kondisi yang memerlukan perubahan, ada ajakan dan adanya kesamaan pikiran dan melakukannya dengan sukarela. Ada beberapa faktor yang dapat memicu terjadinya persuasi seperti berikut

1. Persepsi akan kelemahan (*perceived susceptibility*)

Seseorang merasa percaya bahwa di dirinya ada peluang terkena penyakit atau kondisi tertentu .

2. Persepsi resiko (*perceived severity*)

Seseorang percaya jika dirinya terkena suatu penyakit maka akan membawa dampak negatif.

3. Persepsi akan keuntungan (*perceived benefits*)

Seseorang percaya dengan mencegah dapat mengurangi resiko dan mendapatkan dampak yang positif.

4. Persepsi akan rintangan (*perceived barriers*)

Seseorang percaya bahwa dengan mengganti gaya hidupnya menjadi lebih sehat akan membawa keuntungan daripada pengorbanan yang harus dilalui jika terkena penyakit.

5. Isyarat-isyarat untuk bertindak (*clues to action*)

Seseorang dengan sadar dan rela memulai perilaku yang baru .

6. Kemampuan diri (*self efficacy*)

Seseorang percaya dapat melakukannya sendiri dan sesuai apa yang sudah di berikan dalam kampanye.

2.6. Kulit

Menurut organisasi Go Dok (2019) secara biologis, kulit dan tubuh manusia memiliki fungsi dan tujuan yang sama. Gen yang terus-menerus diturunkan adalah gen baik, menghasilkan kulit sehat dan bercahaya, dan berfungsi untuk melingungi tubuh. Sedangkan gen kulit yang buruk menyebarkan penyakit, melemahkan individu. Setiap orang memiliki jenis kulit yang berbeda- beda, ada yang normal dan ada juga yang memiliki kondisi kulit berminyak. Hal ini yang membuat para produsen perawatan kulit dan kosmetik mengkategorikan produk mereka sesuai dengan kondisi kulit untuk mendapatkan hasil yang efektif dari produk yang mereka produksi.

Masing-masing kondisi kulit memiliki perbedaan yang disebabkan oleh beberapa penyebab seperti:

1. Perbedaan kadar cairan dalam kulit yang mempengaruhi elastisitas pada kulit setiap individu.
2. Jumlah produksi minyak tiap individu.
3. Tingkat kesensitifan kulit (hlm. 2).

2.6.1. Jenis Kulit

Seperti yang dikatakoni oleh Go Dok (2019) kulit merupakan organ terbesar pada manusia oleh karena itu kulit perlu dijaga dengan baik. Kulit akan menyerap segala jenis bahan yang kita berikan dan setiap individu memiliki jenis kulit yang berbeda-beda, oleh karena itu sering terjadi reaksi yang berbeda-beda antar individu. Perbedaan tipe kulit terjadi karena adanya faktor-faktor yang membedakan satu jenis kulit dengan jenis kulit lainnya, jenis-jenis kulit wajah terbagi menjadi:

2.6.1.1. Kulit Kering

Jenis kulit kering ini memiliki ciri-ciri seperti kulit terasa kasar/ kasar saat disentuh, terlihat kusam, terjadi kemerahan di beberapa bagian wajah, elastisitas kulit tergolong rendah, garis pada wajah terlihat jelas, dan terdapat banyak pori-pori kecil yang nyaris tidak kasap mata. Masalah yang sering dialami oleh individu yang memiliki jenis kulit kering adalah pecah-pecah, terasa gatal, dan iritasi. Jika kadar

cairan dalam kulit sangat sedikit maka wajah bisa menjadi sangat kasar (hlm. 2)

2.6.1.2. Kulit Berminyak

Kulit berminyak dapat dikenali dengan ciri-ciri seperti pori-pori tergolong besar, kulit terlihat kusam, terlihat mengkilap, dan terdapat jerawat, komedo dan noda hitam lainnya pada wajah. Faktor internal yang mempengaruhi jenis kulit berminyak adalah pubertas, stress dan kadar kelembapan kulit yang terlalu tinggi. Pada siang hari kadar minyak akan memuncak sehingga wajah akan terlihat mengkilap (hlm. 3).

2.6.1.3. Kulit Normal

Jenis kulit normal tidak memerlukan perawatan lebih. Jenis kulit ini merupakan perpaduan yang sempurna antara kulit kering dan kulit berminyak, ciri-ciri yang biasanya dimiliki oleh individu yang memiliki kulit normal adalah sedikitnya jumlah jerawat atau komedo pada wajah, ukuran pori-pori yang normal atau hampir tidak terlihat, kulit tidak sensitif, dan wajah tampak berseri (hlm. 3).

2.6.1.4. Kulit Kombinasi

Jenis kulit ini juga dihasilkan dari perpaduan kulit kering dan kulit berminyak, kondisi jenis kulit kombinasi dapat berubah sesuai dengan iklim dan musim. Biasanya daerah yang berminyak adalah area dahi, hidung dan dagu (*t-zone*), namun daerah sekitar mata dan pipi

relatif kering. Kulit kombinasi memiliki ciri-ciri seperti pori-pori berukuran lebih besar dari keadaan normal dan terbuka, memiliki komedo dan kulit tampak mengilap seperti jenis kulit berminyak (hlm. 4).

2.6.1.5. Kulit Sensitif

Jenis kulit sensitif, akan merespon dengan cara yang buruk dan berlebihan akan produk atau iklim tertentu, Respon jenis kulit sensitif ini tidak terduga dan cenderung lebih buruk jika dibandingkan dengan kondisi kulit yang lain. Kulit sensitif memiliki ciri-ciri seperti adanya kemerahan pada bagian tertentu, sering mengalami sensasi terbakar dan gatal, dan kadar cairan pada wajah rendah. Penggunaan kosmetik dan produk perawatan kulit tertentu, polusi dan pola hidup yang tidak sehat dapat meningkatkan kadar sensitifitas kulit (hlm. 5).

2.6.2. Masalah Kulit

Setiap individu memiliki masalah kulit yang berbeda-beda dikarenakan faktor dari kondisi kesehatan dan lingkungan yang berbeda. Biasanya seseorang akan menyadari munculnya masalah kulit ketika mereka sedang pubertas atau hormon mereka sedang tidak stabil

Pada saat pubertas biasanya masalah kulit akan bermunculan. Masalah kulit memang ada berbagai jenisnya, namun beberapa masalah kulit yang paling umum terjadi adalah jerawat dan komedo. Setiap masalah kulit memiliki cara yang berbeda-beda dalam menanganinya. Hal ini didukung oleh GoDok (2019) yang

mengatakan bahwa kadar hormon androgen pada kulit yang menjadi faktor utamanya (hlm. 158).

2.6.2.1. Jerawat

Gejala jerawat dapat dilihat dari adanya komedo yang telah teroksidasi, adanya papul (bentolan kecil padat tidak bernanah yang ada di permukaan kulit), adanya pustul (bentolan kecil yang berisi nanah, berwarna putih atau kuning di permukaan kulit), dan makula (bintik merah pada kulit tidak bernanah yang menandakan iritasi pada kulit). Jerawat juga dapat timbul di bagian tubuh lain seperti kepala, bahu, leher, punggung dan lain-lain.

Tidak ada alasan yang pasti mengapa jerawat muncul, Jika digabungkan dengan jenis hormon maka karakteristik laki-laki akan lebih aktif diproduksi pada saat remaja. Menyebabkan kelenjar minyak membesar dan menghasilkan sebum yang lebih banyak. Sebum kemudian memecahkan dinding pori-pori yang menyebabkan pertumbuhan bakteri. Ada juga faktor lain yang menyebabkan munculnya jerawat seperti keturunan, hormon, konsumsi makanan berminyak yang berlebihan, cuaca yang lembap, terkena sinar matahari, kebiasaan merokok, stres dan tingkat kebersihan yang rendah (hlm. 158-171).

2.6.2.2. Komedo

Komedo adalah salah satu tanda bahwa tubuh sedang dalam keadaan kurang bersih. Komedo muncul karena adanya penumpukan kotoran di permukaan kulit, karena faktor tersebut maka komedo dapat timbul di bagian tubuh mana pun selain di bagian wajah. Selama ini kita hanya mengenal satu jenis komedo namun terdapat dua jenis komedo, yaitu komedo putih dan komedo hitam. Kedua komedo itu memiliki sebab dan arti yang berbeda.

Seperti contoh Komedo putih adalah komedo yang masih terlindungi dengan lapisan kulit sedangkan komedo hitam adalah komedo yang tidak terlindungi oleh lapisan kulit sehingga komedo teroksidasi dan menjadi hitam. Komedo dapat timbul karena faktor makanan, konsumsi susu secara berlebihan dan makanan dengan kadar gula yang tinggi dapat memicu tumbuhnya komedo putih. Karena lemak pada susu dan gula dapat meningkatkan produksi hormon testosteron dalam tubuh (hlm. 217-219)