

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Desain Grafis

Sebagaimana diungkapkan oleh Landa (2006:2), Desain grafis merupakan sebuah penyampaian pesan dan informasi menggunakan visual yang berdasarkan representasi visual dari ide, penciptaan, seleksi dan pengorganisian elemen visual. Solusi dalam desain grafis digunakan untuk membujuk, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan, mengorganisasi, merek, membangunkan, menemukan, terlibat, dan membawa atau menyampaikan berbagai tingkatan makna, berdasarkan solusi yang dapat disampaikan desain grafis berpotensi akan menjadi sangat efektif dan berpengaruh. Tujuan desain komunikasi visual adalah mengklasifikasikan niat komunikasi dan penyelesaian masalah secara spesifik.

2.1.1. Elemen Desain

Elemen desain grafis merupakan suatu pondasi yang seringkali digunakan untuk acuan dalam membuat desain, terdapat 5 elemen desain menurut Landa, antara lain:

2.1.1.1 Garis

Menurut Landa (2006:16) Garis merupakan gabungan dari titik yang memanjang, garis memiliki banyak peran dalam komposisi dan komunikasi. Garis terbagi menjadi 3 bentuk, yaitu garis lurus, lengkung dan bersudut, garis memiliki potensi untuk membimbing dan mengisyaratkan kualitas tertentu seperti, garis bisa halus atau tebal, halus atau pecah, tebal atau tipis, teratur atau berubah, dan sebagainya

2.1.1.2 Bentuk

dalam Landa (2006:17), bentuk adalah gabungan dari garis, sebuah area atau wilayah yang dicerminkan pada permukaan dua dimensi yang dibentuk sebagian atau seluruhnya dengan garis, warna, nada, maupun tekstur. Terdapat 9 kelompok atau klasifikasi bentuk, yaitu sebagai berikut:

- a. *Geometric shape* : Bentuk kaku yang terdiri dari tepi lurus, kurva akurat, dan sudut.
- b. *Organic, biomorphic, curvilinear shape* : Bentuk natural.
- c. *Rectilinear shape* : Bentuk bujur sangkar yang terdiri dari garis lurus dan sudut.
- d. *Curvilinear shape* : Bentuk lengkung yang dibentuk oleh kurva.
- e. *Irregular shape* : Bentuk tidak beraturan, yang terdiri dari kombinasi garis lurus dan garis lengkung.
- f. *Accidental shape* : Bentuk yang terbentuk dengan ketidaksengajaan.
- g. *Non-objective & non-representational shape* : Bentuk murni yang tidak berasal dari apapun.
- h. *Abstract shape* : Bentuk yang ditata ulang baik secara sederhana maupun kompleks, mengalami perubahan, distorsi, dari representasi alami yang digunakan untuk membedakan gaya maupun tujuan komunikasi.
- i. *Representational shape* : Bentuk yang dapat dengan mudah diidentifikasi dan mengingatkan audiens akan objek aktual yang dapat dilihat di semesta, bisa juga disebut dengan bentuk figuratif.

2.1.1.3 *Figure/ground*

Menurut Landa (2006:18), *Figure/ground* dapat disebut dengan ruang yang dapat terbagi menjadi dua, yaitu ruang positif dan ruang negatif. Mengacu pada hubungan bentuk, gambar dengan ruang pada permukaan dua dimensi. Dalam *figure/ground* pengamat akan mencari isyarat visual untuk membedakan bentuk yang mewakili figur dalam ground. Bentuk positif adalah bentuk yang pasti dan dapat dengan cepat dikenali. Area yang dibuat di antara figur dikenal sebagai bentuk negatif. Desainer harus selalu mempertimbangkan ground sebagai bagian integral dari komposisi yang dapat digunakan untuk mengisi kekosongan.

2.1.1.4 Warna

Landa (2006:19-22) juga menjelaskan, warna dapat diartikan sebagai suatu elemen yang karakteristiknya kuat dan provokatif. Lebih lanjut lagi, warna yang ditangkap oleh mata manusia secara ilmiah dihasilkan oleh adanya pantulan cahaya. Warna yang dipantulkan dikenal dengan warna subtraktif.

a. Elemen Warna

Elemen warna diklasifikasikan dalam 3 kategori yaitu, *hue*, *value*, *saturation*. Hue merupakan nama-nama dari suatu warna yaitu *red*, *green*, *blue* atau *orange*. Value merujuk pada tingkat luminositas, mengenai tingkat keterangan atau kegelapan dari sebuah warna, seperti merah muda dan hijau gelap. Warna dikategorikan sebagai warna hangat antara lain

adalah merah, jingga, kuning sedangkan warna yang dikategorikan sebagai warna dingin antara lain adalah biru, hijau, dan ungu.

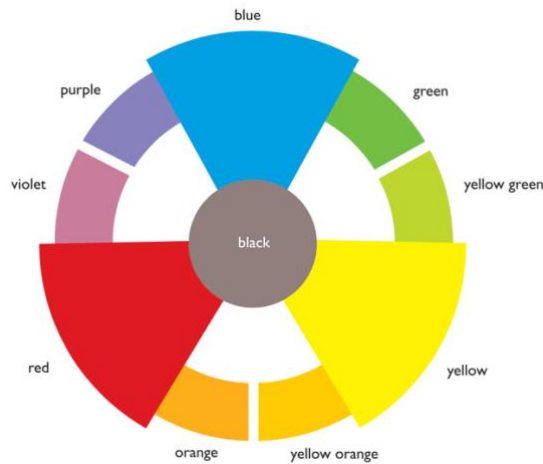
b. Warna Primer dan Sekunder

Warna dasar kerap disebut sebagai warna primer, dimana warna ini terbagi menjadi 3 warna yaitu *red*, *green*, *blue* atau yang dikenal sebagai RGB. Primer ini juga disebut dengan primer aditif, karena ketika seluruh warna tersebut ditambahkan dengan jumlah yang identik, akan menghasilkan cahaya putih.



Gambar 2.1 Diagram Warna Primer dan Sekunder

Warna subtraktif seringkali dipandang sebagai pantulan dari suatu permukaan, seperti tinta pada kertas. RGB, seperti yang dijelaskan, disebut dengan warna primer karena mereka tidak dapat dibaur dari warna lain, namun warna lain dapat dihasilkan dengan menyaburkan mereka:



Gambar 2.2 Diagram Warna Subtraktif

Jingga, hijau, dan ungu disebut dengan warna sekunder. Warna tersebut jika dicampur akan menghasilkan banyak variasi.

2.1.1.5 Tekstur

Menurut Landa (2006:23) Kualitas sentuhan permukaan disebut dengan tekstur. Dalam seni visual, tekstur terbagi menjadi 2 kategori, antara lain taktil dan visual. Tekstur taktil dianggap mengandung kualitas dari sentuhan yang sebenarnya, dapat dirasakan secara fisik atau bisa disebut dengan tekstur aktual. Teknik cetak yang dapat menghasilkan tekstur sentuhan pada desain yang dicetak. Sedangkan tekstur visual disebut dengan ilusi tekstur nyata, dengan menggunakan keterampilan yang dipelajari.

2.1.1.6 Pola

Landa (2006:23) menjelaskan, Pola merupakan pengulangan konstan dari unit visual tunggal atau elemen tertentu.

2.1.2. Prinsip Desain

Menurut Landa (2006:24-30), Elemen desain dan prinsip desain merupakan dua hal yang saling berkaitan. Prinsip desain terdiri dari 9 bagian antara lain adalah:

2.1.2.1 Balance (keseimbangan)

Berbicara tentang kemudahan dalam komposisi yang stabil.

2.1.2.2 Unity (kesatuan)

Berfungsi untuk merancang keseluruhan elemen agar menyatu satu sama lain.

Hukum organisasi perceptual dibagi menjadi 6 bagian, antara lain adalah :

- *Similarity* (kesamaan) : Elemen yang sama dan memiliki karakteristik.
- *Proximity* (kedekatan) : Elemen-elemen yang saling berhampiran, dalam hal memiliki kedekatan spasial.
- *Continuity* (kontinuitas) : Koneksi visual antar bagian,
- *Closure* (penutupan) : Hasil pemikiran yang cenderung memadukan beberapa elemen individu untuk kemudian memanifestasikan bentuk, unit, atau pola yang lengkap.
- *Common fate* : Elemen cenderung dianggap sebuah kesatuan unit jika bergerak bersama-sama.
- *Continuing line* : Garis dilihat sebagai sesuatu yang membentuk jalur, apabila garis tersebut putus-putus, audiens akan melihat garis tersebut secara keseluruhan dan hal tersebut disebut *implied line* atau garis tersirat.

2.1.2.3 Proportion (Proporsi)

Proporsi adalah sebuah hubungan komparatif antara suatu bagian dengan bagian lain dan keseluruhannya menghasilkan hubungan yang harmonis. Dalam desain,

harmoni adalah kesepakatan dalam suatu komposisi, di mana elemen dibangun, diatur, dan berfungsi dalam kaitannya satu sama lain menghasilkan efek yang menyenangkan.

2.1.2.4 Emphasis (Penekanan)

- *Emphasis by isolation*

Memusatkan perhatian pada suatu titik berat yang harus diseimbangi dengan elemen visual lainnya.

- *Emphasis by placement*

- *Emphasis through Scale*

Objek yang memainkan penekanan dan menciptakan ilusi kedalaman spasial

- *Emphasis through contrast*

Beberapa elemen grafis dapat ditekankan untuk menjadi sebuah titik fokus, dalam hal ini contohnya adalah erang versus gelap, halus versus kasar, cerah versus kusam. Untuk menghasilkan paduan yang sempurna, kontras dibantu oleh ukuran, skala, lokasi, bentuk, dan posisi.

- *Emphasis through direction and pointers*

Dalam pengertian ini, elemen dapat diibaratkan sebagai anak panah dan diagonal. Digunakan untuk menuntun pandangan audiens kepada sebuah tujuan.

- *Emphasis through diagrammatic structures*

Memposisikan elemen utama atau supervisi di atas dengan elemen-elemen subordinat di bawahnya dalam urutan menurun. Diagram dibentuk dalam sebuah struktur yang disebut struktur pohon sebagai berikut

2.1.2.5 Rhythm (Ritme)

Dalam desain grafis, pengulangan yang kuat dan konsisten, pola yang dapat mengatur pergerakan elemen akan membuat elemen tersebut seolah bergerak. Ritme visual yang kuat dapat membantu menciptakan stabilitas.

2.1.3 Tahapan Perancangan Desain

Dalam merancang sebuah desain, diperlukan beberapa tahap untuk mencapai desain yang ideal. Dalam buku *Graphic Design Solution 5th ed* karya Landa (2006:74-98) terdapat 5 tahapan dalam perancangan desain yaitu:

2.1.3.1 *Orientation*

Tahap orientasi adalah proses pengenalan masalah yang dapat dilakukan baik secara individu maupun dalam tim. Dalam tahap ini desainer akan diberi pengarahan mengenai permasalahan yang akan di kerjakan. Selain itu desainer perlu mempelajari tentang kebutuhan dan persyaratan klien, produk, layanan, organisasi, audiens, kompetitor dan hal lain yang dibutuhkan untuk mendukung proses penyelesaian masalah.

Pengenalan tentang audiens merupakan salah satu hal penting dalam proses orientasi. Audiens merupakan kelompok yang akan membeli atau menggunakan merek, produk, informasi, layanan atau melindungi entitas ini.

2.1.3.2 Analysis

Tahap kedua adalah analisis, memeriksa semua informasi yang telah di kumpulkan untuk menggali, memahami, menilai dan menyusun strategi. Dilanjutkan dengan memutuskan solusi apa yang akan diambil. Dalam fase analisis sendiri terdapat segenap langkah yang perlu dilakukan, antara lain adalah memeriksa setiap bagian masalah, mendefinisikan elemen penyusun secara ringkas dan akurat, informasi dipecah menjadi bagian yang mudah untuk di analisis, selanjutnya menentukan kesimpulan sementara untuk menjadi acuan melanjutkan tahap berikutnya.

2.1.3.3 Conceptual Design

Tahap ketiga adalah menentukan konsep untuk desain yang akan dibuat. Konsep desain adalah hal kreatif yang mendasari sebuah desain untuk menentukan jalannya perancangan, yang merupakan gagasan utama yang bersifat abstrak dan luas. Dalam menentukan konsep, diperlukan tahap analisis, interpretasi, inferensi, dan pemikiran yang reflektif.

2.1.3.4 Design Development

Tahap ke-4 merupakan tahap untuk merealisasikan konsep yang sudah dibuat menjadi sebuah rancangan desain. Dalam perancangan desain, faktor individu membuat desainer menggunakan cara-cara yang berbeda dalam menyusun desain. Cara-cara yang digunakan antara lain adalah, membuat sketsa gambar kecil, kolase visual, ataupun kata-kata. Terdapat 3 tahap yang dapat digunakan untuk menyusun desain :

1. Step 1: *Thumbnail sketches*

Sketsa gambar kecil dapat dilakukan baik hitam putih maupun berwarna. Dalam membuat sketsa kecil, lebih baik dilakukan secara manual menggunakan pen, pensil, spidol. Dengan membuat sketsa manual akan menumbuhkan eksplorasi, penemuan masalah dan pemikiran visual. Sedangkan jika memulai langsung dengan desain digital tanpa melalui sketsa, memungkinkan desainer melupakan tahap menentukan konsep yang sangat penting dalam perancangan.

2. Step 2 : *Roughs*

Tahap ini ditujukan untuk mempertajam sketsa yang telah dibuat. Digunakan untuk mengeksplorasi kemungkinan pendekatan kreatif dalam pembuatan gambar kolase, bingkai foto, pembuatan cetakan, menggambar, atau teknik buatan tangan apa pun yang dapat digunakan untuk mengekspresikan konsep desain Anda.

3. Step 3: *Comprehensives*

Pada tahap ini desainer akan membuat *mock-up* atau *dummy* yang digunakan untuk acuan representasi karya yang akan terlihat pada saat diproduksi.

2.1.3.5 Implementation

Tahap akhir yang merupakan implementasi karya final sebagai bentuk penyelesaian masalah melalui tahap yang sudah dilakukan sebelumnya. Desainer harus mempersiapkan semua elemen visual, fotografi, ilustrasi, dan font dengan baik guna memastikan keberhasilan dalam proses cetak.

2.2. Media Informasi

Berdasarkan argumen yang dikemukakan oleh Sadiman (2002:6) dalam dosenpendidikan, Media dapat ditafsirkan sebagai segala sesuatu (khususnya merujuk pada sarana) yang dapat diberdayakan oleh pengirim pesan untuk menyalurkan pesannya kepada tujuannya, dalam hal ini merupakan penerima pesan, dengan harapan untuk dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat penerima pesan sedemikian rupa sehingga terjadi proses pembelajaran.

2.2.1. Jenis Media Informasi

Seiring dengan perkembangan teknologi, iklan mengalami banyak perubahan. Dahulu, iklan televisi dan iklan cetak merupakan pembawa utama pesan iklan. Sekarang, televisi digunakan untuk mengarahkan masyarakat ke web tempat dimana masyarakat dapat langsung berinteraksi dengan berbagai produk atau layanan yang ditawarkan. Iklan cetak yang dapat ditemukan di luar rumah (outdoor, ambien, poster, dan lainnya) melayani fungsi yang sama, mengarahkan target pelanggan ke web atau ponsel.

2.2.2. Tahapan Perancangan Media Informasi

Dalam buku Information Design Workbook karya Kim Baer (2008:34-35), terdapat 5 tahap perancangan media informasi, antara lain adalah:

- 1. Diagram the process*

Sebelum memulai perancangan, menjelaskan gambaran proyek yang akan dilakukan dapat memudahkan tim untuk mengerti tujuan

perancangan. Pada tahap ini juga harus dipastikan bahwa masing-masing orang mengerti peranannya dalam proyek.

2. *Who's the team*

Menentukan orang-orang yang akan membantu dalam perancangan media informasi.

3. *Assign point people*

Menentukan orang yang akan menjadi perantara antara tim desain dengan tim klien, agar setiap informasi dan ekspektasi klien dapat disampaikan dan terpenuhi dengan baik

4. *The timeline*

Sebelum menentukan timeline pengerjaan, harus dipastikan bahwa desainer mengerti setiap ekspektasi klien, dan memastikan bahwa permintaan klien realistis sehingga proyek dapat dikerjakan dengan baik.

5. *Conclusion: the water's fine*

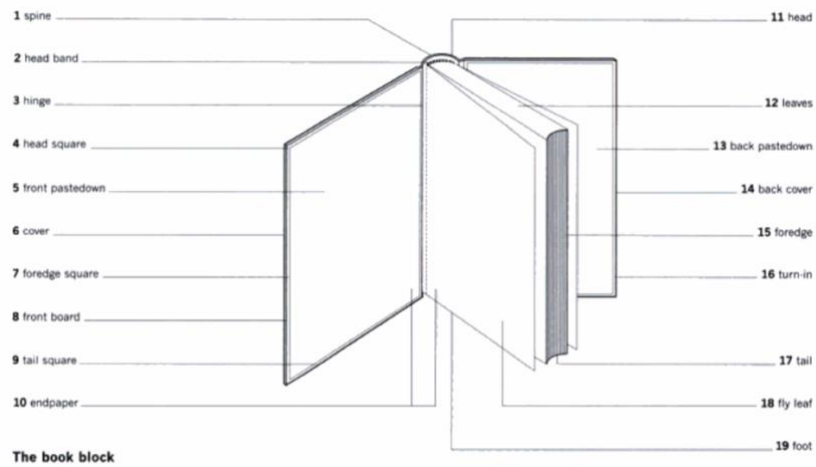
Setelah keempat tahap telah disusun dengan baik, maka perancangan proyek tersebut dapat dimulai.

2.3. Buku

Dalam buku *Book Design* karya Andrew Haslam (2006:1), buku merupakan sebuah bentuk dokumentasi tertua dan berisi pengetahuan, ide-ide, dan teori keyakinan.

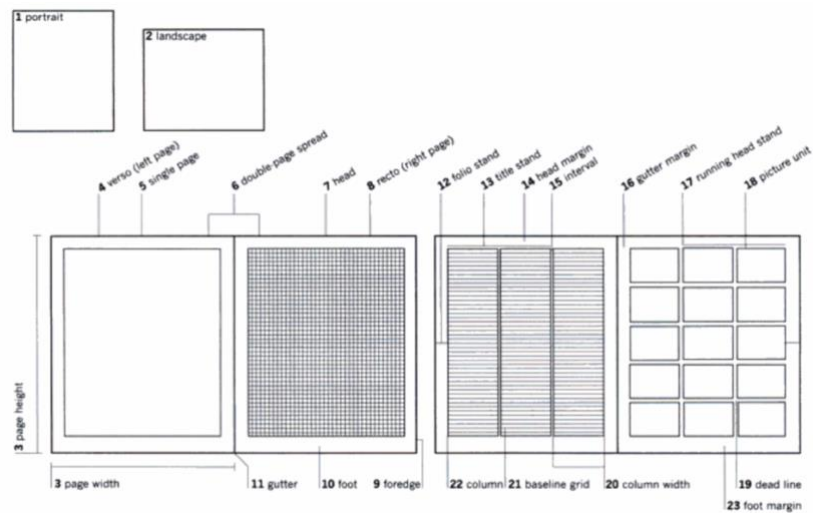
2.3.1 Anatomi Buku

Perancangan buku menurut Andrew Haslam (2006:20), buku terdiri dari beberapa komponen yang masing-masingnya memiliki fungsi yang berbeda. Komponen buku terbagi menjadi tiga bagian antara lain adalah, blok buku, halaman, dan kisi.



Gambar 2.3 Blok Buku

(Haslam, 2006, Book Design, hlm. 20)



Gambar 2.4 Halaman dan Kisi

(Haslam, 2006, Book Design, hlm. 21)

2.4. Kuku

Kuku menurut KBBI merupakan zat tanduk tipis yang tumbuh melekat pada ujung jari tangan atau kaki. Fungsi kuku manusia adalah untuk mengambil benda-benda kecil, melindungi jari, meningkatkan sensasi sentuhan halus dan meningkatkan penampilan estetika tangan (Rich, 2003).

2.5. Sejarah Perawatan Kuku

Dikutip dari buku *Milady's Standard Nail Technology* (2011,4-8), bahwa orang Mesir merupakan pelopor di dunia mode dan penggunaan kosmetik menjadi bagian kebiasaan perawatan kecantikan, ritual keagamaan dan upacara penguburan. 3000 tahun sebelum masehi, penduduk mesir menggunakan mineral, serangga dan buah-buahan untuk merias mata, bibir, kulit, dan hena untuk kuku. Sama seperti Yunani, Mesir kuno memiliki kebiasaan memberi warna yang sama untuk bibir dan kuku sebelum melangsungkan perang penting. Nefertiti (1400 SM) menggunakan hena untuk mewarnai kukunya dengan warna merah tua, sedangkan Cleopatra (50 SM) lebih menyukai warna merah karat untuk kukunya. Sebagai bentuk dedikasinya terhadap kosmetik, ia membangun pabrik kosmetik yang didirikan di sebelah laut mati.

Pada Zaman Dinasti Zhang (1600 SM), bangsawan Cina mengoleskan campuran *gum arabic* berwarna, gelatin, *beeswax*, dan putih telur ke kuku mereka untuk mengubahnya menjadi warna merah tua. Pada Zaman Dinasti Chou (1100 SM) warna emas dan perak hanya boleh dipergunakan oleh keluarga kerajaan. Tradisi mewarnai kuku menjadi pembeda status sosial, setiap orang yang

tertangkap menggunakan warna kerajaan akan menghadapi hukuman mati. Kuku panjang juga menjadi simbol kaum elit Cina kuno, beberapa menggunakan kuku berhias permata untuk melindungi dari kerusakan kuku sebagai simbol kekayaan dan kelegaan.

Penduduk Roma memiliki tradisi untuk mewarnai kuku mereka baik pria maupun wanita dengan darah domba yang dicampur dengan lemak. Pada zaman renaissance, para wanita dan pria menggunakan gaya berpakaian yang rumit, mereka juga menggunakan parfum dan kosmetik namun penggunaan warna yang mencolok untuk bibir, pipi, mata dan kuku sangat tidak disarankan. Meskipun mereka menghindari pewarnaan pada kuku, orang kaya pada zaman itu tetap merawat kukunya. Hal tersebut dibuktikan dengan penemuan arkeolog akan peralatan kosmetik juga pembersih kuku. Pada zaman Victoria, dunia mode dan perawatan diri sangat berkembang pesat. Selain perawatan kulit dan wajah, perawatan kuku dilakukan dengan memberi warna menggunakan minyak merah dan kemudian digosok menggunakan kain chamois.

Memasuki abad ke-20, perawatan kecantikan berkembang dengan sangat pesat dikarenakan penemuan film bertepatan dengan perubahan gaya orang Amerika. Apa yang orang lihat melalui selebriti menjadi patokan standar kecantikan. Era ini juga menjadi tanda dimulainya industrialisasi, membawa kemakmuran bagi Amerika maupun dunia mode. Macam-macam perawatan kuku mulai berkembang sejak tahun 1910. Flowery Manicure Products memperkenalkan emery board yang masih digunakan sampai hari ini. Pada tahun 1917 perempuan

mulai memijat kuku mereka menggunakan bubuk, krim maupun pasta, kemudian digosok dan memiliki hasil akhir kuku yang berkilau.

Pada tahun 1932, cat buram mulai diproduksi di industri otomotif. Hal tersebut menginspirasi Charles Revson memperkenalkan cat kuku dengan berbagai warna ke pasaran. Tren tersebut menjadi tonggak sejarah dalam dunia kosmetik untuk kuku. Perempuan mulai memiliki berbagai warna cat kuku, Jean Harlow dan Gloria Swanson menonjolkan tren baru ini dengan menggunakan warna yang serasi untuk kuku kaki maupun tangan. Pada tahun 1950, kutek merah sangat terkenal. Disusul dengan warna coral, perak, putih, merah muda dan emas. Pada masa ini, manicure menggunakan minyak panas merupakan kemewahan dalam perawatan kaki dan tangan.

Memasuki tahun 1970. Cairan monomer dan bubuk polimer mulai diperkenalkan dalam teknik perawatan kuku. Kuku palsu yang terbuat dari plastik juga mulai diperkenalkan guna memperpanjang kuku, di tahun ini model kuku persegi menjadi populer. Masuk ke tahun 1980, menggambar diatas kuku dan memakaikan perhiasan pada kuku menjadi trend. Awal tahun 1990, bisnis spa mulai berkembang, bisnis tersebut berfokus pada perawatan kuku secara natural dan pedikur spa. Pada tahun 1998, Creative Nail Design memperkenalkan pedikur spa pertama ke industry kecantikan secara luas. Selain itu, banyak terobosan baru dalam bisnis kecantikan kuku seperti sistem UV gel & cat kuku yang mengandung UV gel mulai terkenal, perawatan kuku secara natural mulai digemari banyak orang, permintaan orang terhadap servis pedikur meningkat, ada terobosan baru dalam

dunia bisnis bagi para *nail technician*, dan ditemukannya kandungan cat kuku yang lebih tahan lama dan baik untuk kesehatan.

2.6 Pengertian *Nail Technician*

Dikutip dari *Remington College Post*, *Nail Technician* memiliki pengertian seorang yang melakukan perawatan kuku untuk membuat kuku *client* indah menggunakan produk perawatan kuku. Adapun tugas mereka adalah merekomendasikan, berdiskusi, dan mempromosikan produk maupun servis, selain itu *nail technician* juga melakukan segala proses perawatan kuku seperti membersihkan kuku, *trimming* kuku, mengaplikasikan dan menghapus pewarna kuku maupun *acrylic extension*. *Nail Technician* pada umumnya bekerja secara *part time* maupun *full time* (*Remington College Post*, 2017).

2.7 Pengertian *Manicurist*

Dikutip dari *Remington College Post*, sama halnya dengan *nail technician*, *manicurist* ditujukan untuk seseorang yang mempunyai *professional license*. Beberapa negara mewajibkan *nail technician* untuk menyelesaikan program pelatihan dan mengikuti ujian sebelum memiliki *professional license*. *Manicurist* melakukan beberapa tahap perawatan kuku yang lebih mendalam dari pada *nail technician*. Banyak *manicurist* yang juga memiliki salon maupun bisnis sendiri, pendapatan *manicurist* didapatkan berdasarkan kemampuan mereka dalam menjalankan bisnisnya (*Remington College Post*, 2017).

2.8 Jenis Perawatan Kuku

Kuku dewasa ini menjabat sebagai salah satu bagian tubuh yang cukup esensial dan signifikan sehingga tidak boleh lupa untuk dirawat. Pentingnya menjaga kebersihan

dan keindahan kuku dapat menambah kepercayaan diri seseorang. Kuku yang sehat dan bersih dapat menghindari masuknya berbagai penyakit ke dalam tubuh (Lolita, 2019).

2.7.1 *Manicure*

Dilansir dari SehatQ, *Manicure* adalah rangkaian pemeliharaan atau perawatan kuku tangan yang dimaksudkan untuk menjaga kebersihan kuku serta bagian (umumnya kulit) yang ada di sekitarnya (Harismi, 2020).

2.7.1.1 *French Manicure*

French Manicure merupakan gaya *manicure* klasik yang didesain untuk menciptakan kuku dengan desain yang elegan. *French manicure* bertujuan untuk memberikan kuku terkesan natural dan menggunakan warna-warna *soft* (null, 2014).

2.7.1.2 *Japanese Manicure*

Dilansir dari Figaro London, *Japanese Manicure* merupakan teknik Jepang Kuno yang dilakukan dengan cara memasukan nutrisi jauh ke dalam kuku yang membuat kuku sangat sehat dan bersinar. Keunikan proses *Japanese manicure* adalah teknik tersebut menggunakan bahan-bahan yang alami.

Japanese Manicure sangat disarankan untuk kuku rusak, rapuh dan pecah. Teknik ini akan mengembalikan tampilan kuku kembali ke warna yang cerah dan sehat. Bahan alami yang terkandung selama pengobatan mengandung vitamin A dan vitamin E, keratin, *beeswax*, dan silika dari laut jepang. Efek baik tersebut dapat langsung dilihat setelah melakukan perawatan.

2.7.1.3 *Russian Manicure*

Russian Manicure merupakan salah satu cara manicure yang berbeda dengan teknik lainnya. *Russian Manicure* menggunakan drill elektrik untuk membersihkan pinggiran kulit yang kering. *Russian Manicure* memiliki hasil akhir yang bersih dan cantik, namun harus memiliki ketrampilan dan pelatihan khusus, karena jika tidak dilakukan dengan benar akan merusak *nail plate* dan *nail bed* (Gen, 2019).

2.7.2 Pedicure

Dilansir dari SehatQ, *Pedicure* adalah perawatan kuku kaki yang dilakukan dengan intensi untuk membersihkan kuku pada jari kaki serta bagian tubuh yang terdapat di sekitarnya (dalam hal ini khususnya kulit) (Harismi, 2020).