

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metodologi pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian campuran. Creswell (2012) mengatakan bahwa metodologi penelitian campuran adalah penelitian yang menggabungkan metode pengumpulan data secara kualitatif dengan kuantitatif agar mendapatkan hasil yang komplit. Menurut Malthora (dikutip dalam Anshori, 2009) metode penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara pengkuantifikasian data yang telah diperoleh secara terstruktur dari proses pengambilan sampel suatu populasi. Hasil yang didapat bisa dianalisis secara statistik. Hasil statistik akan diolah agar mengetahui persentase data yang didapat dengan lebih rinci. Data penelitian merupakan generalisasi dari jawaban populasi yang disampel. Penulis melakukan teknik pengambilan data kuantitatif dengan cara survei. Menurut Bogdan dan Taylor (dikutip dalam Moleong, 2000) metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang dilakukan melalui analisis kata dan perilaku orang-orang. Pendekatan kualitatif mampu menghasilkan data deskriptif yang mendalam. Pendekatan kualitatif diperlukan agar dapat lebih memahami masyarakat yang menjadi subjek penelitian. Data penelitian berupa kajian dari ucapan, tulisan, atau tingkah laku suatu individu atau kelompok masyarakat yang diamati. Penulis melakukan teknik pengambilan data kualitatif dengan cara wawancara dan *focus group discussion*.

### 3.1.1. Survei

Menurut Kerlinger (dikutip dalam Anshori, 2009) Penelitian survei dilakukan dengan cara mempelajari data yang disampel dari populasi kecil hingga besar. Data yang telah diperoleh akan menampilkan kejadian yang berhubungan, pembagian, dan keterkaitan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penulis telah menyebarkan survei secara *online* dengan teknik *convenience sampling*. Survei dibagikan kepada masyarakat Kota Jakarta berusia 18-25 tahun dengan angka populasi sebesar 1.494.436 jiwa (BPS DKI Jakarta, 2018). Menurut Sugiarto, dkk. (2001, h.38-40) *convenience sampling* merupakan pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan dan aksesibilitasnya. Metode ini dapat dilakukan dengan cepat, tidak memerlukan biaya banyak, dan mudah untuk dilakukan. Menurut Sugiyono (dikutip dalam Fauzi, 2017) sampel merupakan sejumlah karakteristik yang terdapat dalam suatu populasi.

Penulis akan melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dari Sugiyono (dikutip dalam Fauzi, 2017) yaitu:

$$n = \frac{N}{1+n(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan

Populasi  $N = 1.494.436$  dengan tingkat kesalahan  $(e) = 10\%$ , maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak

$$n = \frac{N}{1+n(e)^2} = \frac{1.494.436}{1+1.494.436(0.1)^2} = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

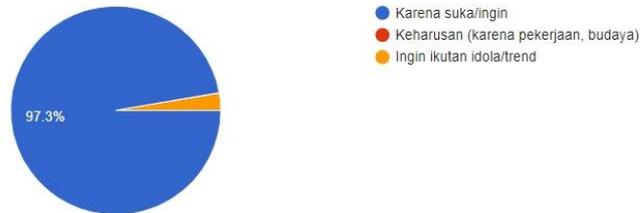
Jadi, berdasarkan perhitungan di atas, survei yang dilakukan oleh penulis memerlukan 100 responden.

Penulis melakukan survei dengan menggunakan kuesioner di Google Form. Penulis membagikan *link* kuesioner melalui *chat* pribadi ke masyarakat yang memenuhi kategori target penelitian. Pengisian kuesioner dilakukan dari tanggal 16 Maret 2020-16 Mei 2020. Kuesioner berhasil mendapatkan 133 responden dengan 110 responden pernah mengecat rambut dan 23 responden belum pernah mengecat rambut. Kuesioner ditujukan untuk mengetahui pemahaman masyarakat yang sudah pernah mengecat rambut mengenai dampak cat rambut.

Mayoritas responden sebesar 80,5% berjenis kelamin perempuan, 17,3% laki-laki, dan 2,3% memilih untuk tidak menjawab. Responden berkisar antara usia 20-21 tahun sebesar 75,2%, usia 18-19 sebesar 12,8%, usia 22-23 tahun dan 24-25 tahun masing-masing sebesar 6%. Responden mayoritas sudah pernah mengecat rambut dengan persentase sebesar 82,7% dan 17,3% untuk responden yang belum pernah mengecat rambut. Pembahasan kuesioner akan mengambil besaran responden yang sudah pernah mengecat rambut.

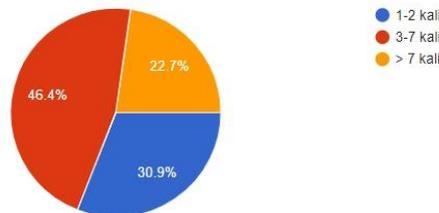
4. Mengapa mengecat rambut?

110 responses



5. Sudah berapa kali mengecat rambut?

110 responses

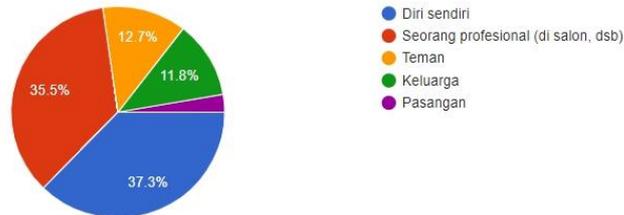


Gambar 3.1. Hasil Kuesioner 1

Survei menunjukkan bahwa 97,3% responden mengecat rambut karena rasa suka atau keinginan dan 2,7% responden mengecat rambut karena ingin mengikuti idola atau tren yang sedang berlangsung. Responden rata-rata sudah mengecat rambut dalam jumlah yang beragam. Survei menampilkan sebesar 46,4% responden sudah pernah mengecat rambut 3-7 kali, 30,9% responden baru mengecat 1-2 kali, dan 22,7% responden sudah mengecat sebanyak lebih dari 7 kali.

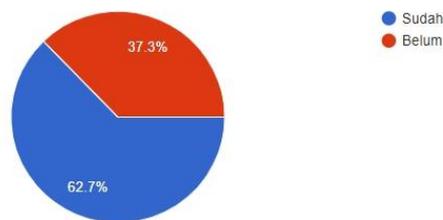
6. Siapa yang biasanya mengecatkan rambut anda?

110 responses



7. Apakah anda sudah mempelajari mengenai tipe rambut anda?

110 responses



Gambar 3.2. Hasil Kuesioner 2

Ketika mengecat rambut, mayoritas sebanyak 37,3% responden mengecat rambut diri sendiri, 35,5% membutuhkan tenaga seorang profesional dengan datang ke salon. Posisi kedua sebesar 12,7% responden membutuhkan bantuan teman untuk mengecatkan rambut dan 11,8% dibantu oleh keluarga. Responden sebesar 2,7% biasa membiarkan pasangannya untuk membantu mengecatkan rambut. Rata-rata responden sudah mempelajari mengenai tipe rambut masing-masing. Data menampilkan sebesar 62,7% sudah mempelajari dan 37,3% belum mempelajari mengenai tipe rambut masing-masing.

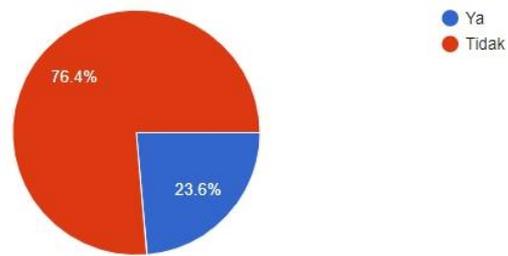
8. Apakah anda mengetahui resiko mengecat rambut?

110 responses



9. Apakah anda mengetahui jenis cat rambut?

110 responses



Gambar 3.3. Hasil Kuesioner 3

Survei menunjukkan bahwa 94,5% responden sudah mengetahui risiko mengecat rambut dan 5,5% tidak mengetahui risiko mengecat rambut. Namun, walaupun sudah mengetahui risiko cat rambut, responden belum mengetahui informasi lebih lanjut mengenai cat rambut. Data menampilkan bahwa sebesar 76,4% responden tidak mengetahui jenis cat rambut dan 23,6% mengetahui jenis cat rambut.

10. Bisakah anda menyebutkan 1-2 jenis cat rambut? (bukan merek)  
31 responses

-
fashion color & ya yang standar wkwk lupa namanya, trs ad yg natural without chemical tp lbh cpt luntur, ad yg chemical tp tahan lama
Permanen yang pake developer sama semi permanen yang gapake developer
Temporary & semi permanent
permanent, semi permanent
ada yang permanen, ada yang temporary, ada yang di spray
Elegon, loreal
Permanent, semi permanent(?)
bentuk shampoo busa dan yang harus di oles

10. Bisakah anda menyebutkan 1-2 jenis cat rambut? (bukan merek)  
31 responses

ada hair dye dan hair color? ada yg permanent ada yg temporary
permanent, semi-permanent
-
foam, bubuk, cair (itu kan mkstdnya?wkwk)
permanent dan temporary
Ada yg biasa aja kek miranda sama ada yg vegan kayak pravana:))
Bubble, yg biasa
Henna, yg lain(?)
permanent, semi permanent

10. Bisakah anda menyebutkan 1-2 jenis cat rambut? (bukan merek)  
31 responses

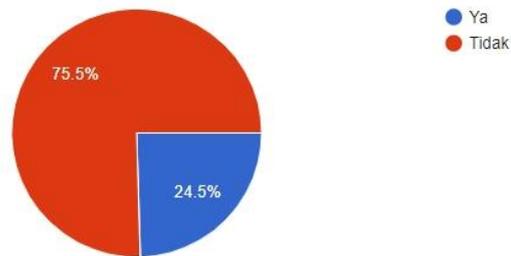
henna, semi permanent hair dye
Tau dikit aj kyk ombre, highlight, balayage, temporary dye, semi- permanent & permanent
Free amonia hair color
Cream, bubble
permanent, semi permanent?
Henna, bleach, semi permanent
buble shampoo, vegan, artificial / chemical...
Miranda
cat shampoo? wkwkwk

Gambar 3.4. Hasil Kuesioner 4

Survei menampilkan jawaban singkat dari masyarakat mengenai pemahaman masing-masing akan jenis cat rambut. Jawaban beragam mulai dari jenis cat rambut yang tepat, hingga berbagai merek cat rambut, jenis pewarnaan pada rambut, dan klasifikasi cat rambut berdasarkan komposisi di dalam cat rambut.

11. Apakah anda mengetahui bahan kimia dalam cat rambut?

110 responses



12. Bisakah anda menyebutkan 1-2 bahan kimia dalam cat rambut?

27 responses

-
Amonia
Formaldehyde
hydrogen peroxide, ammonia
Ammonia, SLS
ammonia, hydrogen peroxide
But idk the name
asetat sm hydrogen perpxide
tidak memperhatikan:(

12. Bisakah anda menyebutkan 1-2 bahan kimia dalam cat rambut?

27 responses

.
bahan kimia
Bleaching things
bleach
nope
Tidaak
Amonia?
Ammonia, Hydrogen peroxide
Amonia, peroksida

12. Bisakah anda menyebutkan 1-2 bahan kimia dalam cat rambut?

27 responses

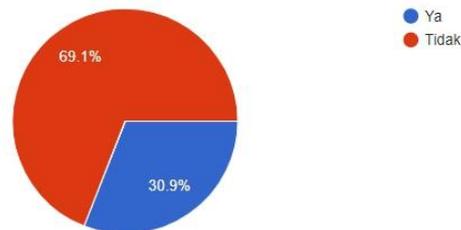
Tidaak
Amonia?
Ammonia, Hydrogen peroxide
Amonia, peroksida
amonia
Hidrogen peroksida & turunan anilin
amonia, hidrogen peroksida
PDP yg bikin jadi pewarna
perioxide ??

Gambar 3.5. Hasil Kuesioner 5

Mayoritas responden sebesar 75,5% belum mengetahui bahan-bahan kimia yang terdapat dalam cat rambut dan 24,5% sudah mengetahui bahan-bahan kimia yang terdapat dalam cat rambut. Jawaban responden yang mengetahui bahan kimia dalam cat rambut mayoritas menyebutkan bahwa amonia dan hidrogen peroksida adalah bahan kimia dalam cat rambut.

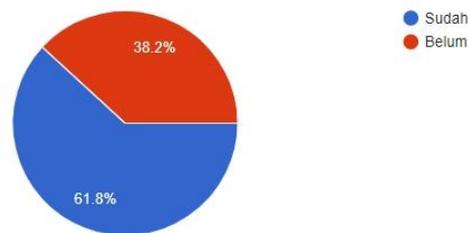
13. Apakah anda mengetahui cara terbaik untuk mengecat rambut?

110 responses



14. Apakah anda sudah mengetahui cara terbaik untuk menjaga rambut berwarna?

110 responses



Gambar 3.6. Hasil Kuesioner 6

Responden rata-rata menjawab bahwa ia belum mengetahui cara terbaik untuk mengecat rambut. Mayoritas dengan angka 69,1% memilih tidak mengetahui dan 30,9% memilih bahwa mereka sudah mengetahui cara terbaik untuk mengecat rambut. Pertanyaan terakhir adalah mengenai pemahaman responden akan cara menjaga rambut berwarna. Mayoritas sebesar 61,8% responden mengatakan bahwa ia sudah mengetahui dan 38,2% mengatakan bahwa ia belum mengetahui cara terbaik untuk menjaga rambut berwarna.

### 3.1.1.1. Kesimpulan Survei

Kesimpulan dari survei yang telah dilakukan adalah, di lingkungan sekitar penulis terdapat banyak orang dalam rentang usia remaja akhir (Depkes RI, 2009) yang gemar mengecat rambut. Perempuan lebih gemar mengecat

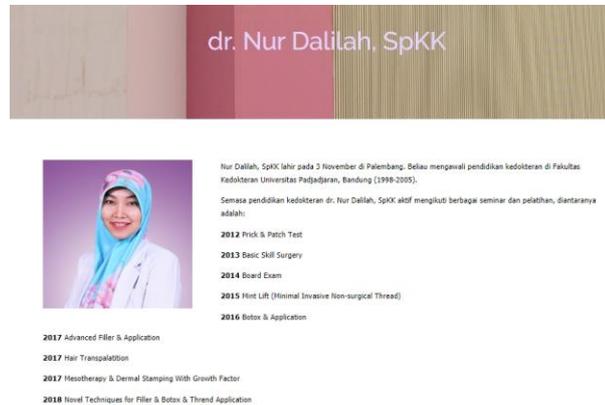
rambut dibanding laki-laki. Alasan utama responden mengecat rambut adalah karena rasa suka dan keinginan masing-masing. Jumlah frekuensi responden mengecat rambut bervariasi mulai dari 1-2 kali, 3-7 kali, dan lebih dari 7 kali. Jawaban yang diberikan responden hampir sama besar dengan 3-7 kali menjadi jawaban mayoritas. Responden biasa mengecat rambut sendiri atau pergi ke salon untuk meminta seorang profesional mengecatkan rambut responden.

Responden mayoritas sudah mempelajari mengenai tipe rambut masing-masing dan sudah mengetahui risiko mengecat rambut. Namun, pengetahuan responden mengenai cat rambut masih rendah. Mayoritas responden tidak mengetahui jenis cat rambut dan bahan kimia yang terdapat dalam cat rambut. Walaupun responden mayoritas sudah mengetahui cara terbaik untuk menjaga rambut berwarna, tetapi rata-rata responden tidak mengetahui cara terbaik untuk mengecat rambut.

### **3.1.2. Wawancara**

Menurut Koentjaraningrat (dikutip dalam Sitepu, 2010) wawancara adalah suatu proses untuk memperoleh data dari para narasumber. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi suatu permasalahan terkait dengan objek penelitian. Penulis akan melakukan wawancara ahli dengan dokter spesialis kulit dan kelamin dan *professional hairdresser*. Penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai dampak cat rambut bagi kesehatan dan cara mengecat rambut yang benar.

### 3.1.2.1. Wawancara dengan Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin



Gambar 3.7. Profil dr. Nur Dalilah, SpKK  
(Rumah Sakit Permata Cibubur, 2018)



Gambar 3.8. Video Call WhatsApp dengan dr. Nur Dalilah, SpKK

Penulis melakukan wawancara secara *online* dengan dr. Nur Dalilah, SpKK. Wawancara *online* dilakukan melalui WhatsApp *video call & chat* pada tanggal 4 Juni 2020. Penulis menanyakan pertanyaan seputar bahaya bahan kimia dalam cat rambut, cara melindungi kulit kepala bagi orang

yang diharuskan mengecat rambut, cara menjaga kesehatan kulit kepala, dan cara memperbaiki kulit kepala yang sudah terkena bahan kimia.

Penulis mendapatkan informasi lebih lanjut terkait dampak cat rambut bagi kesehatan kulit setelah melakukan wawancara dengan dr. Dalilah. Setiap jenis cat rambut memiliki bahan beracun yang berbeda. Cat rambut permanen memiliki bahan beracun seperti *naphthylamine*, *phenylenediamines*, *toluene diamines*, dan beberapa senyawa aromatik amino. Cat rambut semi-permanen memiliki bahan beracun seperti arsenik, bismut, alkohol yang didenaturasi, merkuri, perak, timah, dan *pyrogallol*. Cat rambut dapat memiliki berbagai macam bahan berbahaya yang lain. Daya serap bahan-bahan tersebut tergantung atas sifat cat rambut.

Cat rambut semi-permanan & permanen memiliki potensi bahaya karena senyawa aromatik amino dapat masuk sampai dengan ke bagian rambut yang dalam seperti korteks rambut dan medula, tidak hanya di luar kutikula saja. Secara mekanisme belum dapat dijelaskan apabila bahan-bahan tersebut dapat memicu kanker. Kanker seperti kanker kandung kemih dan kanker darah yaitu, leukimia dan limfoma. Namun, untuk bahaya awal dari bahan-bahan tersebut dapat mengakibatkan iritasi kontak dengan kulit kepala. Iritasi kontak dapat menyebar ke wajah. Iritasi kontak ini dapat berupa beruntus kemerahan atau bentuk yang lebih parah berupa kerak rambut. Studi jurnal yang telah dr. Dalilah lihat pada umumnya berupa *case control* atau kohort. Oleh karena itu, *case control* hanya

meninjau mengenai temuan keganasan pada seorang pasien yang terpapar bahan kimia yang ada dalam cat rambut. Salah satu bahan kimia terutama senyawa aromatik amino.

Produk pewarna rambut sudah terbukti berpotensi karsinogenik atau dapat memicu kanker pada subjek hewan. Namun, bagi manusia masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Hal umum yang harus diperhatikan agar dapat menjaga kulit dari kanker kulit adalah dengan memperhatikan tanda-tanda keganasan awal. Tanda-tanda keganasan awal dapat muncul pada kulit normal atau kulit dengan kelainan. Tanda tersebut bisa berupa eksim kulit yang tidak kunjung sembuh, tahi lalat asimetri, rasa gatal, rentan berdarah, borok di area kulit yang meluas dengan cepat, dan bekas luka yang mungkin aktif kembali.

Dokter Dalilah tidak menganjurkan pasien untuk menggunakan cat rambut secara semi-permanen atau permanen. Jika ingin mengecat rambut, utamakan penggunaan cat rambut semi-permanen dengan bahan herbal bukan bahan kimia. Pasien perlu mempertimbangkan lebih matang mengenai keuntungan dan kerugian dalam mewarnai rambut. Terutama jika dalam keluarga yang bersangkutan memiliki riwayat keganasan kanker. Terdapat banyak alternatif lain bagi orang-orang yang bekerja di bidang *entertainment* dan perlu untuk mengecat rambut. Orang tersebut dapat menggunakan rambut palsu atau cat rambut semi-permanen. Jika terpaksa menggunakan produk cat rambut permanen, perlu dilakukan tes ke kulit di belakang telinga.

Tes ini dilakukan untuk melihat apakah ada reaksi alergi antara cat rambut dengan kulit seseorang. Namun, untuk risiko keganasan masih belum dapat diprediksi. Cara memperbaiki kondisi kulit kepala yang sudah beberapa kali terpapar bahan kimia adalah dengan mengonsumsi antioksidan yang bisa didapatkan dari buah dan sayuran segar. Bahan aktif yang sudah masuk ke dalam tubuh tidak mungkin dikejar untuk dibuang dari tubuh jika sudah berikatan atau merusak gen yang ada. Pasien perlu untuk mengondisikan tubuh agar tidak semakin banyak menerima stres oksidatif. Stres oksidatif yang berasal dari polusi, alkohol, dan rokok.

Cara menjaga kulit dapat dilakukan dengan memiliki pola hidup sehat, diet rendah gula, mendapatkan istirahat yang cukup, membersihkan wajah secara teratur, menggunakan tabir surya, dan mengurangi pemakaian kosmetik. Konsumsi vitamin kulit dapat dikejar melalui konsumsi harian melalui diet yang seimbang dan resep suplemen sesuai dengan kondisi pasien.

### 3.1.2.2. Wawancara dengan Professional Hairdresser

#### Our Stylist



#### Fidella Novania

Fidella Novania has been practising Balayage since 2011. She practised and obtained her license from Vancouver, Canada. While practising her craft in Vancouver, she won the **Highest Practical Achievement Award** from Blanche Macdonald Centre - Canada's #1 Makeup, Fashion and Beauty School - where she obtained her license from.

Gambar 3.9. Profil Fidella Novania  
(Alora, 2018)



Gambar 3.10. Video Call WhatsApp dengan Fidella Novania

Penulis melakukan wawancara secara *online* dengan Fidella Novania. Fidella Novania adalah seorang *professional hairdresser* dan pemilik Alora – *Hair, Beauty, & Spa*. Wawancara *online* dilakukan melalui WhatsApp *video call & e-mail* pada tanggal 3 September 2020. Penulis menanyakan pertanyaan seputar teknik pengecatan rambut, jenis cat rambut, permasalahan rambut dan kulit kepala klien, dan cara terbaik menjaga kesehatan kulit kepala serta rambut berwarna.

Penulis mendapatkan berbagai informasi dari wawancara yang telah dilakukan. Penulis mempelajari bahwa Fidella sudah terbiasa menangani klien yang ingin mengecat rambut. Permintaan yang umumnya diminta oleh klien ketika mengecat rambut beragam. Permintaan klien tergantung dengan tingkat kepercayaan diri klien, lingkungan tempat kerja klien, atau tren yang sedang ada. Teknik pengecatan rambut beragam dan sering kali mengikuti *hype* yang ada di media sosial dan tren yang sedang terjadi. Teknik pengecatan rambut paling standar adalah *full color*, *bleaching*, *balayage*, *balayage texturizing*, *highlights*, *baby lights*, *hairigami*, *ombre*, dan masih banyak lagi. *Full color* adalah teknik pengecatan rambut dari akar rambut dan sepanjang helaian rambut.

*Bleaching* merupakan teknik penghapusan atau penerangan warna yang ada pada rambut saat itu. Jenis cat rambut terbagi menjadi banyak tipe. Jenis cat rambut antara lain adalah *peroxide base color*, *non-peroxide color*, *toner*, *non-ammonia color*, dan masih banyak lagi. *Peroxide base color* adalah cat rambut yang paling umum dan sering dipakai untuk menaikkan tingkat warna rambut atau menutup uban. *Non-peroxide color* biasa digunakan untuk klien yang memiliki alergi terhadap peroksida, tetapi hasil warna yang dicapai oleh cat ini tidak bisa terlalu tinggi atau terang. *Toner* berguna untuk mengisi warna pada rambut yang baru di-*bleach*. *Non-ammonia color* dipakai untuk klien yang memiliki rambut rapuh atau kulit kepala sensitif.

Fidella memiliki klien yang rutin datang untuk mengecat rambut secara berkala. Pada umumnya, pelanggan yang masih awam belum banyak mengetahui tentang dampak cat rambut. Tugas seorang *stylist* adalah memberi penjelasan yang lebih agar pelanggan dapat memahami proses pewarnaan untuk mencari warna yang ingin diraih. *Stylist* juga perlu memberi tahu cara merawat rambut berwarna. Seorang *stylist* harus menganggap seluruh klien adalah awam sehingga tidak ada informasi yang terlewat.

Fidella memiliki klien yang mengeluhkan permasalahan rambut dan kulit kepala yang timbul setelah mengecat rambut. Hal ini disebabkan karena setiap orang memiliki jenis rambut, kulit kepala, atau harapan yang berbeda. Klien yang baru pertama kali melakukan servis cat rambut terkadang masih tidak terlalu paham mengenai hal yang harus dilakukan setelah servis pewarnaan. *After service consultation* sangat penting. Fidella menjalankan *after service consultation* yang mampu menjawab pertanyaan beberapa klien melalui WhatsApp, Line, atau Line *call*.

Permasalahan yang umum dialami klien yang gemar mengecat rambut adalah rambut klien yang kering karena kurang perawatan atau warna yang luntur setelah beberapa bulan. Fidella sering mengobrol dengan klien mengenai dampak cat rambut bagi kesehatan rambut dan kulit kepala. *Stylist* akan berusaha menanyakan tentang latar belakang pelanggan seperti pekerjaan, cara pelanggan merawat rambut sehari-hari, dan sebagainya. Ketika *stylist* sudah lebih memahami kondisi rambut sang

klien, *stylist* akan lebih mengetahui saran yang perlu diberikan untuk menjaga kesehatan rambut klien tersebut.

Fidella mendengar banyak cerita dari klien. Kesalahan umum yang terjadi ketika orang mengecat rambut sendiri adalah klien yang biasanya tidak mengetahui kadar peroksida yang merupakan campuran bahan kimia dalam pewarna sehingga rambut menjadi *over-processed* atau rusak. Klien menggunakan *box dye* untuk mengecat hitam rambut atau uban. Hal tersebut dapat menyebabkan proses pewarnaan selanjutnya selain warna hitam tidak memungkinkan. Masalah umum terakhir adalah pewarnaan yang tidak rata, seperti bagian atas rambut lebih terang daripada bagian bawah dan dimensi pewarnaan yang kurang.

Cara terbaik untuk menjaga kesehatan kulit kepala dan rambut berwarna antara lain dapat dilakukan dengan *hair detox*, *hair scalp scrub*, menggunakan *hair tonic* yang tepat, menggunakan *toner* yang tepat apabila mau mengecat rambut sendiri di rumah, dan menggunakan masker atau kondisioner yang tepat. Jika kulit kepala tiba-tiba memiliki ketombe, menjadi gatal, dan kering, hal tersebut merupakan tanda tidak cocok dengan produk yang dipilih. Klien harus segera menghentikan pemakaian produk jika terjadi alergi. Informasi standar mengenai dampak cat rambut telah banyak dibahas di media sosial atau Google. Fidella mengatakan bahwa diperlukan media informasi yang dapat memberi tahu klien mengenai dampak cat rambut agar dapat menambah wawasan klien sebelum memutuskan untuk cat rambut.

### **3.1.2.3. Kesimpulan Wawancara**

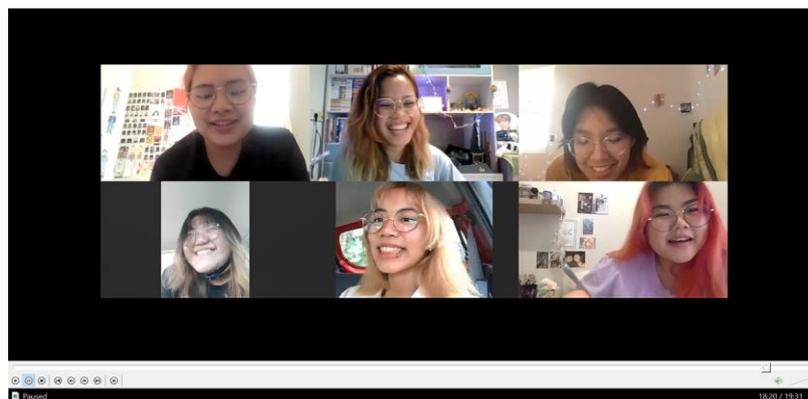
Kesimpulan yang penulis dapatkan setelah melakukan wawancara ahli dengan dr. Nur Dalilah, SpKK dan Fidella Novania adalah masih banyak orang yang gemar mengecat rambut, tetapi tidak mengetahui dampak cat rambut. Orang banyak melakukan kesalahan ketika mengecat rambut sendiri. Kesalahan yang terjadi dapat menyebabkan rambut dan kulit kepala rusak. Cat rambut mengandung berbagai bahan kimia yang berbahaya bagi kesehatan kulit kepala. Bahaya yang disebabkan dapat berupa iritasi kontak. Pewarna rambut sudah terbukti berpotensi karsinogenik dan orang yang memiliki riwayat kanker dalam keluarga perlu lebih memperhatikan penggunaan cat rambut. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan rambut dan kulit kepala. Cara yang dapat dilakukan antara lain, banyak mengonsumsi antioksidan, menjaga pola hidup sehat, melakukan banyak perawatan rambut, dan menggunakan produk perawatan rambut yang sesuai dengan jenis rambut dan kulit kepala.

### **3.1.3. Focus Group Discussion**

Wahyuni (2016) mengatakan *focus group discussion* merupakan suatu diskusi terarah yang dilakukan dalam sebuah kelompok. *Focus group discussion* atau FGD sering digunakan sebagai salah satu metode pengambilan data. *Focus group discussion* banyak digunakan ketika seseorang melakukan penelitian sosial. *Focus group discussion* termasuk salah satu proses pengumpulan data secara kualitatif.

Keuntungan yang bisa didapatkan dengan melakukan FGD adalah peneliti mendapatkan kesempatan untuk menjalin keterbukaan, kenyamanan, dan kepercayaan dengan peserta FGD.

*Focus group discussion* memungkinkan peneliti untuk lebih mudah memahami persepsi, pengalaman, dan sikap responden. *Focus group discussion* dilaksanakan dengan sistematis untuk membahas tentang suatu isu atau permasalahan yang spesifik. *Focus group discussion* dijalankan dengan suasana yang santai dan informal. *Focus group discussion* dapat dilakukan di mana saja. Jumlah peserta FGD adalah sekitar 4-11 orang. Jika terlalu sedikit, variasi jawaban dan diskusi yang didapatkan menjadi kurang menarik. Jika terlalu banyak, kesempatan bagi peserta FGD untuk memberikan komentar yang mendalam akan berkurang. Pemilihan peserta homogen atau heterogen perlu ditetapkan sesuai dengan tujuan awal FGD.



Gambar 3.11. *Focus Group Discussion* melalui Zoom

Penulis melakukan *focus group discussion* dengan 5 mahasiswa UMN yang gemar mengecat rambut, yaitu:

1. Gratiella Martha, VBD, Angkatan 2016.
2. Ashima Tabita, VBD, Angkatan 2017.
3. Olivia Giovanny, VBD, Angkatan 2017.
4. Michelle Carolina, VBD, Angkatan 2017.
5. Christania Dara, VBD, Angkatan 2017.

*Focus group discussion* dilakukan pada tanggal 5 September 2020. Diskusi berjalan sepanjang 40 menit. Penulis menanyakan pertanyaan seputar pengalaman mengecat rambut dan alasan mengecat rambut. Peserta *focus group discussion* adalah orang-orang yang sudah mengecat rambut masing-masing sejak lama. Ketika penulis menanyakan mengenai kapan pertama kali mengecat rambut, peserta FGD membutuhkan waktu lama untuk mengingat saat pertama kali mereka mengecat rambut. Pada umumnya, peserta FGD mulai mengecat rambut saat masuk kuliah.

Peserta FGD banyak yang mengecat rambut karena mengalami masalah batin dan stres. Peserta FGD rata-rata sudah mengecat rambut lebih dari 10 kali. Angka tertinggi adalah 19 kali mengecat rambut. Orang yang sudah pernah mengecat rambut pada umumnya ingin kembali mengecat rambut. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Peserta FGD mengatakan bahwa hal ini terjadi karena merasa bosan dengan warna rambut yang sebelumnya, pengaruh teman yang lain, warna yang sebelumnya sudah luntur, rasa penasaran apakah warna rambut yang lain dapat cocok dengan penampilan diri sendiri, ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, stres, hingga sekedar tindakan impulsif.

Peserta *focus group discussion* terbagi menjadi selalu mengecat rambutnya sendiri, terkadang ke salon, selalu mengecat di salon, dan tidak pernah mengecat rambut di salon. Biaya yang dikeluarkan untuk mengecat rambut di salon lumayan besar sehingga beberapa peserta FGD memutuskan untuk mengecat rambutnya sendiri atau bersama teman yang lain. Peserta FGD yang mengecat rambut sendiri kadang mendapat bantuan dari orang lain untuk mengecatkan rambut, tetapi bukan bantuan profesional seperti dari seorang *hairdresser*. Pengalaman kurang menyenangkan ketika mengecat rambut banyak dialami oleh peserta FGD. Pengalaman kurang menyenangkan tersebut dialami baik oleh peserta *focus group discussion* yang mengecat rambut sendiri di rumah ataupun yang mengecat rambut di salon.

Peserta yang mengecat rambut di salon sempat merasakan kulit kepalanya sangat perih ketika sedang dicat rambutnya. *Stylist* salon tidak melakukan apapun untuk mengurangi rasa sakit yang dirasakan dan meminta peserta untuk menahan rasa sakitnya karena hal tersebut adalah hal yang wajar. Namun, ketika kembali ke rumah peserta mendapatkan 1-2 tonjolan kecil muncul pada kulit kepalanya. Peserta yang mengecat rambutnya di rumah mengatakan bahwa cat yang ia pakai sempat mengeluarkan bau yang tidak enak seperti telur busuk sehingga 1 ruangan kamar jadi berbau tidak sedap. Keluhan lain adalah warna rambut yang sama dengan teman sendiri karena proses mengecat dilakukan bersamaan, kurangnya pengetahuan tentang apa yang harus dipersiapkan dan dilakukan saat mau mengecat rambut.

Salah satu peserta secara langsung melakukan *bleaching* dari kulit kepala dan setelahnya langsung diaplikasikan cat sebanyak 2 kali ketika pertama kali mengecat rambut. Kurangnya pengetahuan menyebabkan kulit kepala peserta tidak menghasilkan minyak sama sekali selama satu minggu. Hal ini terjadi karena bahan kimia dalam cat rambut atau *bleaching* dapat menarik kelembapan kulit kepala. Peserta lain tidak sabar ketika melakukan *bleaching* pada rambutnya, ia langsung melakukan *bleaching* sebanyak 2 kali secara berturut-turut yang menyebabkan rambut miliknya menjadi seperti sapu ijuk.

Salah satu peserta baru saja melakukan *bleaching* sebanyak 2 kali setelah mengecat rambutnya dengan warna hitam. Warna hitam pada rambutnya tidak dapat terangkat dan peserta memutuskan untuk melakukan *bleaching* berkali-kali. Hal ini menyebabkan rambut peserta tidak dapat kering selama 5 jam setelah pencucian. Rambut peserta sangat kering dan tidak dapat disisir. Beragam kesulitan yang dialami peserta FGD ketika mengecat rambut sendiri. Kesulitan yang dialami adalah warna rambut yang belang karena susah untuk mengecat rambut di bagian belakang, tidak dapat menentukan takaran yang pas saat membeli cat rambut sehingga kelebihan atau kekurangan, cat rambut yang habis ketika proses mengecat belum selesai, dan tidak sabar menunggu proses cat rambut yang lama.

Penulis menanyakan mengenai pro dan kontra mengecat rambut. Salah satu peserta mengatakan bahwa kontra saat mengecat rambut lebih besar dibanding pro yang didapat. Pro dari memiliki rambut berwarna adalah orang yang mengecat rambut jadi lebih merasa percaya diri, mendapatkan perhatian dari

orang sekitar, merupakan salah satu bentuk ekspresi diri, merasa senang dengan rambut warna-warni, dan ada salah satu peserta yang mendapat perlakuan lebih baik dari orang sekitarnya setelah ia mewarnai rambutnya. Kontra yang dialami karena mengecat rambut adalah banyak orang-orang dengan niat kurang baik menghakimi penampilan orang yang mengecat rambut, mendapatkan tatapan tidak nyaman dari orang yang tidak dikenal, hingga disangka sebagai orang yang tidak baik oleh orang lain. Salah satu peserta menceritakan bahwa ia dan temannya sempat dipilih untuk ikut serta tes urine di UMN hanya karena rambut ia dan temannya berwarna.

Kontra yang umum dialami oleh peserta FGD adalah biaya perawatan rambut yang sangat mahal, uang yang dihabiskan untuk membeli produk perawatan rambut semakin banyak, dan proses perawatan yang sulit. Peserta yang memiliki rambut berwarna harus memiliki produk perawatan rambut yang lebih untuk memperbaiki kembali rambut yang sudah rusak. Walaupun banyak kontra yang dialami dari mengecat rambut, peserta *focus group discussion* masih tetap ingin mengecat rambut hingga ke depannya. Salah satu peserta mengatakan bahwa nyaris tidak mungkin bagi seseorang yang sudah pernah mengecat rambut untuk tidak ingin mengecat rambut lagi. Peserta *focus group discussion* juga mengatakan bahwa mereka tertarik untuk mendapatkan media informasi mengenai cat rambut karena masih kurang memahami cara mengecat rambut masing-masing.

#### **3.1.3.1. Kesimpulan *Focus Group Discussion***

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari *focus group discussion* adalah ada berbagai aspek yang membuat seseorang ingin mengecat rambut. Aspek tersebut dapat berasal dari diri sendiri atau lingkungan sekitar. Orang-orang banyak yang mengecat rambut walau tidak paham tata cara dan dampak yang dapat disebabkan oleh cat rambut. Berbagai kesalahan mengecat rambut dapat disebabkan karena kurangnya pengetahuan mengenai cat rambut. Orang-orang yang mengecat rambut sendiri atau di salon pernah mengalami pengalaman kurang menyenangkan ketika mengecat rambut. Terdapat berbagai pro dan kontra karena cat rambut. Walaupun kontra yang disebabkan karena mengecat rambut lebih besar, orang-orang tetap ingin untuk mengecat rambut ke depannya.

#### **3.1.4. Studi Referensi**

Penulis melakukan studi referensi terhadap beberapa buku. Studi referensi dilakukan agar penulis dapat menemukan acuan dalam merancang tugas akhir. Buku yang dipilih oleh penulis memiliki tema yang berbeda dengan topik tugas akhir penulis, tetapi memiliki tampilan visual yang sesuai dengan hasil yang ingin diraih penulis. Buku yang menjadi studi referensi penulis terbagi menjadi 3, yaitu:

## 1. Jingga Jenaka



Gambar 3.12. Buku Jingga Jenaka

(<https://www.sintiaastarina.com/jingga-jenaka>, 2019)

Jingga Jenaka merupakan buku puisi dan komik. Buku ini berisikan berbagai hal-hal menyenangkan dalam kehidupan sehari-hari yang ditampilkan dengan ilustrasi sederhana. Gaya ilustrasi dibuat seperti visual yang digambar oleh anak kecil. *Line art* tidak kaku dengan tarikan garis yang bebas. Garis dibuat seperti dengan menggunakan spidol. Bentuk organik dilengkapi dengan berbagai detail seperti sekumpulan titik dan bintang. *Layout* menggunakan *modular grids*. Teks dan ilustrasi terstruktur dengan susunan yang bervariasi. Tipografi merupakan tulisan tangan dan tidak menggunakan *font* yang telah ada. Penulisan teks dan penggambaran ilustrasi menjadikan buku ini terlihat seperti catatan harian yang dibuat oleh anak kecil. Warna ilustrasi menggunakan warna primer yang dicampur dengan putih sehingga menghasilkan warna *pastel* yang lembut. Ilustrasi hadir dengan *line art* berwarna hitam dan *flat colors* untuk pewarnaannya.

## 2. *The Book of Forbidden Feelings*



Gambar 3.13. Buku *The Book of Forbidden Feelings*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

*The Book of Forbidden Feelings* adalah buku berisikan puisi dengan ilustrasi yang menggambarkan perasaan yang ingin disampaikan oleh penulis. Ilustrasi dibuat dengan tinta dan cat air yang kemudian di-*scan* untuk proses *layouting*. *Layout* yang dipakai adalah *modular grids*. Jenis *layout* ini memungkinkan berbagai kombinasi susunan teks dan ilustrasi. Beberapa ilustrasi dikelilingi oleh teks di sekitarnya. Ilustrasi banyak menggambarkan sosok seorang gadis berambut hitam pendek. Buku ini memiliki beberapa halaman yang hanya terdiri atas teks dan beberapa halaman yang hanya berisikan ilustrasi. Tipografi dalam buku menggunakan *font serif*. Tema yang diangkat dalam buku ini termasuk gelap dan serius. *The Book of Forbidden Feelings* menceritakan mengenai berbagai permasalahan yang dialami seseorang. Warna yang digunakan dalam buku *The Book of Forbidden Feelings* adalah hitam dan putih. Pemilihan warna ini sesuai dengan suasana yang ingin dihadirkan oleh penulis.

### 3. *The Little Book of Skin Care*



Gambar 3.14. Buku *The Little Book of Skin Care*  
(<https://www.thebeautifulbluebird.com>, 2019)

*The Little Book of Skin Care* adalah buku mengenai cara merawat kulit. Ilustrasi dibuat dengan ringan dan menyenangkan. *Line art* ilustrasi dibuat seperti dengan menggunakan spidol. Garis ilustrasi terlihat bebas dan menggambarkan banyak bentuk organik. *The Little Book of Skin Care* memiliki banyak unsur dekoratif. Halaman buku banyak diisi dengan ilustrasi produk *skin care*, garis ekspresi, penanda arah gerakan, dan beberapa hal lain sebagai unsur dekoratif. Ilustrasi bersifat informatif sehingga informasi yang kompleks dapat tersampaikan dengan lebih mudah. *Layout* yang dipakai adalah *modular grids*. Terdapat halaman yang hanya berisikan teks dan juga halaman yang berisikan ilustrasi seperti langkah-langkah yang harus dilakukan saat melakukan *skin care*. Tipografi yang digunakan adalah percampuran dari tulisan tangan dan *font serif*. Warna yang digunakan dalam buku ini adalah beberapa tingkatan *value* warna merah muda, hitam, dan putih. Warna merah muda berfungsi untuk memberikan tampilan feminim dan manis dalam buku.

Tabel 3.1. SWOT Buku

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Jingga Jenaka	Percampuran puisi dengan komik terasa ringan dan mudah dicerna. Gaya ilustrasi terasa bebas dan warna yang digunakan memberikan rasa hangat dan nyaman. Buku ini terasa bersahabat bagi pembacanya.	Ilustrasi cenderung terlihat seperti gambar yang ada di buku anak-anak dan kalangan dewasa yang mencari buku untuk usianya akan cenderung tidak memilih gaya ilustrasi buku ini.	Puisi dan komik adalah hal yang diminati masyarakat. Buku ini menjual kedua hal tersebut.	Buku ini menjual visual, tetapi ringan dalam konten. Terdapat buku puisi yang walau tidak memiliki ilustrasi, tetapi memiliki isi yang lebih berbobot.
<i>The Book of Forbidden Feelings</i>	Gaya ilustrasi, pemilihan <i>font</i> , dan <i>layout</i> buku dapat mengekspresikan kegelapan dan keseriusan yang ingin divisualisasikan oleh penulis dengan sangat baik.	Tema yang diangkat gelap dan tidak semua kalangan dapat menikmati buku ini. Warna yang digunakan akromatik dan tidak ada variasi warna.	Orang yang memiliki berbagai permasalahan serupa dengan isi buku dapat memahami visual buku dengan cepat karena teks yang langsung ke intinya dan gambar yang mendukung.	Terdapat banyak buku ilustrasi puisi dengan tema yang gelap, tetapi tipe gambar lebih bervariasi dengan beragam warna.
<i>The Little Book of Skin Care</i>	Buku panduan dengan ilustrasi yang detail dan informatif, tetapi tetap terlihat ringan dan mudah untuk diingat.	Isi buku tidak hanya memfokuskan pada <i>skin care</i> Korea, tetapi juga kehidupan pribadi penulis.	Pembaca dapat dengan mudah mengingat dan mempelajari <i>skin care</i> dan kebudayaan Korea di saat yang bersamaan.	Informasi banyak yang sudah disertakan dalam <i>website</i> penulis dan dapat dicari di internet.

## **3.2. Metode Perancangan**

Penulis akan merancang media informasi berupa buku sebagai media utama. Menurut Susilana (dikutip dalam Anjelita, 2018) buku adalah salah satu media cetak yang dalam proses pembuatannya melalui proses pencetakan. Isi buku antara lain adalah gambar dan huruf yang akan memperjelas informasi yang disampaikan.

### **3.2.1. *Graphic Design Solution 5th Edition* oleh Robin Landa**

Perancangan desain akan mengikuti metode perancangan dari Landa (2014, h.73-89) yang membagi proses perancangan menjadi 5 tahap, yaitu:

#### **3.2.1.1. Orientation**

Tahap *orientation* merupakan proses desain agar desainer dapat mengenali permasalahan yang dihadapi. Objek penelitian dapat berupa suatu tugas, permasalahan desain, atau bisnis, produk, servis, dan grup milik klien. Desainer mempelajari dan mengumpulkan informasi yang diperlukan. Pada tahap *orientation* dilakukan evaluasi solusi desain, *branding*, dan program iklan yang digunakan dalam suatu produk. Tahap *orientation* mempelajari mengenai target audiens. Target audiens meliputi orang yang membeli barang, menggunakan informasi, servis, atau berlangganan pada produk yang ada.

Pada tahap *orientation*, desainer akan mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan dianalisis. Daftar pertanyaan dapat dibagi berdasarkan objek yang diteliti. Daftar pertanyaan untuk suatu tugas berisikan mengenai format tugas dikerjakan individu atau kelompok,

target audiens, solusi desain yang mirip sudah pernah ada atau tidak, *media plan* yang akan dibuat, *budget* yang didapatkan, tenggat waktu pengerjaan yang diberikan, dan berbagai parameter yang perlu untuk diketahui dalam proses perancangan tugas. Daftar pertanyaan untuk suatu merek atau organisasi berisikan kondisi merek, tingkat pengetahuan publik akan merek, tingkat geografis merek, keunikan merek, keuntungan fungsional dan emosional merek, kompetitor merek, dan rencana 5 tahun mendatang bagi merek. Daftar pertanyaan untuk membuat suatu media informasi berisikan cara media berfungsi, bentuk media informasi, batasan target audiens, cara terbaik untuk menampilkan suatu tipe informasi, konteks media informasi, dan format media informasi.

Daftar pertanyaan untuk membuat desain editorial berisikan kebaruan publikasi, fungsi desain, konteks desain, media publikasi, subjek konten editorial, penulis atau editor desain, akses menuju konten, dan batasan target audiens. Daftar pertanyaan bagi desain lingkungan berisikan fungsi desain, tipe ruang, keterkaitan solusi desain dengan desain interior dan arsitektur, waktu penyelesaian desain, batasan target audiens, kolaborator, dan konteks desain. Tahap *orientation* meliputi kegiatan meninjau dan mengevaluasi solusi desain grafis yang sedang ditawarkan pada saat ini. Hal yang penting untuk dilakukan dalam tahap *orientation* adalah proses mempelajari target audiens. Target audiens merupakan populasi utama yang akan membeli suatu merek atau menggunakan informasi, produk, dan servis yang ditawarkan.

### 3.2.1.2. *Analysis*

Peneliti akan menganalisis data yang telah didapatkan. Pada tahap *analysis* dilakukan pemeriksaan, penilaian, pencarian dan perencanaan untuk kelanjutan proses desain. Namun, pada tahap ini belum dilakukan pembuatan konsep atau desain. Isi tahapan *analysis* adalah memeriksa setiap bagian permasalahan, memberi definisi yang singkat dan akurat pada unsur elemen, mengorganisir informasi menjadi beberapa bagian yang mudah dianalisis, menarik kesimpulan berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Strategi merupakan inti taktik dalam setiap proses berkomunikasi melalui visual.

Strategi menyatukan keseluruhan desain dengan strategi program atau kampanye. Strategi adalah cara peneliti membuat, memposisikan suatu merek, dan menentukan tujuan dari pembuatan desain grafis. *Design brief* adalah suatu rencana strategi yang disetujui kedua belah pihak klien dan desainer. *Design brief* atau *creative brief* merupakan dokumen tertulis mengenai garis besar keseluruhan proyek desain. *Design brief* terdiri atas pertanyaan dan jawaban. Format ini diperlukan agar dapat memahami keseluruhan konteks desain, objektif penelitian, dan target audiens. Jawaban dari pertanyaan dalam *design brief* merupakan riset pasar awal dan kumpulan informasi mengenai suatu produk, servis, atau grup.

*Design brief* memiliki berbagai bentuk. Bentuk *design brief* akan menyesuaikan dengan kebutuhan suatu studio desain, agensi periklanan, dan percetakan. *Design brief* yang digunakan untuk *branding*, identitas

visual, desain promosi, dan periklanan memiliki 12 pertanyaan inti yang dapat membangun keseluruhan *design brief*. Pertanyaan yang diperlukan dalam suatu *design brief*, antara lain (h.79-81):

1. Apa tantangan utama dalam membuat desain?

Setiap proyek memiliki tujuan dan hasil yang diharapkan. Hasil akhir proyek dapat berupa desain komprehensif yang menjadi identitas visual suatu program atau hanya sekedar desain brosur dan poster. Tim desainer perlu mengetahui jawaban dari permasalahan yang ada agar dapat membuat hasil akhir yang mampu mengatasi tantangan dalam pembuatan desain.

2. Siapa target audiens inti dalam pembuatan desain?

Desainer perlu mengidentifikasi target audiens inti agar dapat memformulasi ide yang relevan. Target audiens inti dibagi secara demografis, psikografis, dan tingkah laku audiens.

3. Bagaimana persepsi target audiens terhadap merek atau grup?

Desainer perlu menilai perasaan dan pikiran target audiens terhadap suatu merek atau grup. Hal ini perlu dilakukan agar dapat memahami dan menghargai kebutuhan dan keinginan target audiens dengan lebih baik.

4. Apakah desain akan lebih berpengaruh pada aspek emosional atau intelektual target audiens?

Desainer perlu menentukan 1 reaksi utama yang diharapkan dari target audiens. Desainer harus dapat membuat suatu konsep yang dapat menggugah diri target audiens.

5. Apa informasi spesifik yang akan disampaikan oleh desain yang dibuat?

Solusi desain perlu memberikan fakta dan informasi yang dapat memengaruhi kepercayaan dan opini masyarakat. Desainer perlu membuat daftar singkat mengenai informasi yang relevan untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan. Desainer harus mengurutkan informasi berdasarkan tingkat kepentingan agar dapat lebih memfokuskan dalam mengembangkan solusi kreatif.

6. Apa inti kepribadian merek?

Setiap merek memiliki esensi yang jelas dan merupakan inti kepribadian suatu merek sehingga membedakan merek tersebut dari yang lain. Hal ini diperlukan untuk mengetahui *positioning* merek di antara kompetitor dalam masyarakat.

7. Apa emosi kunci yang akan membangun hubungan antara desain dengan target audiens inti?

Desainer perlu mengidentifikasi satu emosi yang masyarakat rasakan terhadap suatu merek atau grup. Solusi desain yang membangun koneksi emosional dengan masyarakat akan meningkatkan kepercayaan yang lebih dalam antara masyarakat

dengan merek. Desainer perlu memahami kebudayaan suatu komunitas agar dapat mengerti cara membangun hubungan yang tepat dengan target audiens.

8. Apa media terbaik yang dapat memfasilitasi tujuan pembuatan desain?

Desainer perlu mengetahui media yang paling sering digunakan oleh masyarakat dalam sehari-hari. Hal ini ditujukan agar dapat memilih media yang paling optimal untuk digunakan oleh target audiens.

9. Apa elemen yang paling penting untuk dieksekusi?

Desainer perlu menentukan elemen visual dan teks yang diperlukan dalam setiap proyek. Elemen bisa meliputi gambar, palet warna, *typeface*, logo, *tagline*, dan beberapa regulasi.

10. Berapa anggaran yang didapatkan?

Anggaran suatu proyek akan menentukan opsi media yang dapat dibuat.

11. Apa hal paling utama yang ingin disampaikan dalam desain?

Desainer perlu menentukan satu pesan utama yang ingin disampaikan dalam bentuk pemikiran tunggal. Hal ini dilakukan agar solusi desain dapat berdampak bagi target audiens. Dampak yang diberikan berupa satu hal yang dapat segera diingat oleh target audiens ketika melihat desain yang dibuat.

## 12. Apa yang peneliti harapkan untuk target audiens lakukan?

Desainer perlu menentukan suatu tindakan yang diharapkan akan dilakukan oleh target audiens ketika melihat solusi desain. Tindakan dapat berupa pembelian, pendaftaran, donasi, mengunjungi suatu tempat atau *website*, menelpon, memencet *link*, mengisi survei, mengikuti tes kesehatan, membagikan informasi, ataupun menyelamatkan korban kecelakaan.

### 3.2.1.3. *Conception*

Desainer akan menentukan konsep dari data yang telah dianalisis pada tahap *conception*. Tahap *conception* menyusun kerangka desain yang akan dibuat. Konsep desain merupakan hal dasar dalam pembuatan desain. Konsep desain menjadi fondasi suatu alasan kreatif desain. Konsep desain diekspresikan melalui pembuatan, pemilihan, penggabungan, pengubahan, dan aransemen elemen visual serta tulisan. Tahap *conception* merupakan suatu tantangan karena tidak mudah untuk menyusun aransemen elemen grafis sehingga terlihat estetik. Namun, tahapan ini sangat penting agar ide atau pesan konsep dapat disampaikan dengan jelas ke audiens. Isi tahapan *conception* adalah menganalisis, menginterpretasi, menginterferensi, dan refleksi pikiran. Terdapat 4 protokol utama dalam pembuatan konsep desain. Empat protokol utama dalam proses konsepsi adalah (h. 84-5):

#### 1. Preparasi

Pada tahap ini diperlukan untuk memeriksa keseluruhan material yang dapat digunakan untuk memperluas wawasan.

Desainer perlu memeriksa koneksi antara setiap pemikiran dan fakta yang ada. Pemikiran tersebut akan digabungkan antara satu dengan yang lain sehingga dapat menemukan pengetahuan yang lebih dalam terhadap suatu ide. Desainer harus menulis ide dan wawasan yang telah didapat ke dalam kartu indeks, buku tulis, atau dalam bentuk *file* digital. Desainer perlu untuk terus mengembangkan kemampuannya untuk melihat hubungan antara setiap elemen, fakta, informasi, lokasi, dan objek penelitian agar dapat menghasilkan konsep yang sesuai. Desainer harus memeriksa setiap materi dengan tujuan yang jelas dalam pikiran masing-masing.

## 2. Masa Inkubasi

Materi yang telah diperiksa akan melewati masa inkubasi di dalam pikiran desainer. Desainer perlu untuk beristirahat sejenak dari mengerjakan tugas agar konsep ide dapat masuk ke dalam alam bawah sadar desainer. Alam bawah sadar seseorang mampu membantu menyelesaikan permasalahan yang sedang dipikirkan oleh seseorang. Oleh karena itu, desainer perlu untuk membiarkan permasalahan yang ada untuk melalui proses inkubasi dalam pikiran. Istirahat yang diambil oleh desainer dapat menstimulasi pikiran untuk bekerja sama dengan respon emosi dan mendukung alam bawah sadar untuk

menghasilkan lebih banyak ide segar bagi permasalahan desain yang ingin dipecahkan.

### 3. Iluminasi

Ide konsep sering kali muncul ketika desainer merasa rileks dan tidak sedang mengerjakan desain. Pikiran desainer akan lebih tercerahkan ketika melakukan hal-hal biasa dalam keseharian seperti menyetir, memasak, berolah raga, mandi, atau menari. Ide akan lebih mudah mengalir pada pikiran yang segar dan tidak dalam tekanan untuk harus mendesain.

### 4. Verifikasi

Desainer perlu untuk mengevaluasi dan menguji konsep yang telah dihasilkan. Tahap verifikasi diperlukan agar dapat mengetahui apabila konsep desain yang dibuat dapat berfungsi dengan baik dan cukup memenuhi kriteria kreativitas yang diminta. Mayoritas konsep memerlukan perbaikan untuk menguatkan ide yang ada dan memastikan agar konsep dapat bekerja dalam praktik. Tahap verifikasi merupakan titik dalam suatu proses desain untuk mengkritisi konsep yang dimiliki. Tahap verifikasi meliputi mengevaluasi, menilai, dan berpikir secara logis untuk melihat dukungan yang dapat diberikan bagi konsep yang telah dibuat.

#### **3.2.1.4. Design**

Konsep yang dipilih akan diimplementasikan melalui desain dalam buku pada tahap *design*. Pada tahapan *design*, konsep yang telah ditentukan akan diartikulasi menjadi bentuk visual. Isi tahapan *design* adalah membuat sketsa kasar, merapikan sketsa, membuat *mock-up*, dan mendiskusikan hasil desain dengan audiens. Proses mendesain terdiri atas 3 tahap, yaitu (h.86-87):

1. *Thumbnail Sketches*

Sketsa *thumbnail* merupakan gambaran pendahuluan yang dibuat dalam skala kecil dan dalam jangka waktu singkat. Sketsa *thumbnail* merupakan gambaran yang belum rapi dan dapat terbuat dari percampuran berbagai warna ataupun hanya hitam dan putih. Sketsa *thumbnail* dibuat melalui alat menggambar seperti pensil, spidol, pena, pena digital dan tablet. Sketsa dengan alat tradisional seperti pensil dan kertas akan membantu perkembangan penjelajahan ide dengan lebih cepat. Sketsa dengan cara tradisional dapat menstimulasi proses pemecahan masalah, berpikir secara visual, dan penemuan ide dengan lebih cepat. Desainer yang memulai proses sketsa *thumbnail* secara digital cenderung tidak membuat sketsa, tetapi mencari stok gambar di internet. Hal itu akan menjadikan proses desain melompati tahapan konsepsi yang baik. Proses membuat sketsa secara tradisional akan menghindarkan

desainer dari terlalu cepat mematangkan visual yang akan dibuat. Proses membuat sketsa *thumbnail* akan membuka pemikiran desainer untuk menjelajah dan menemukan jauh lebih banyak solusi visual. Pemikiran desainer akan terbukakan untuk segala kemungkinan dalam proses mendesain.

## 2. *Roughs*

*Roughs* atau sketsa kasar merupakan sketsa dengan ukuran yang lebih besar dan sudah lebih rapi dibandingkan sketsa *thumbnail*. Tujuan dari sketsa kasar adalah agar dapat memoles ide yang telah dibuat menjadi lebih baik lagi. Desainer dapat lanjut mengerjakan sketsa agar dapat mengekspresikan hasil karya yang dipilih dan melakukan manipulasi visual dan bentuk agar dapat menciptakan komposisi yang lebih utuh. Komposisi yang dibuat sudah terlihat lebih rapi, tetapi belum merupakan hasil akhir. Sketsa kasar harus sesuai dengan ukuran asli media yang akan dibuat. Jika konsep desain tidak dapat dibuat sebagai sketsa kasar, desainer perlu untuk memikirkan kembali dan melihat sketsa *thumbnail* untuk menemukan ide-ide baru yang dapat dilanjutkan dalam bentuk sketsa kasar. Desainer harus membuat beberapa konsep desain agar memiliki cadangan jika ada konsep yang tidak dapat digunakan. Klien senang untuk memilih satu dari beberapa desain dengan konsep yang berbeda dibanding hanya

mendapatkan 1 tawaran konsep desain. Hal ini dilakukan agar klien dapat menentukan konsep desain terbaik untuk dieksekusi.

### 3. *Comprehensives*

*Comprehensives* merupakan suatu hasil karya yang sudah lebih terbentuk dan lebih komprehensif. *Comprehensives* atau *comp* merupakan representasi desain yang detail dan merupakan hasil pemikiran mendalam dari suatu konsep desain. *Comps* merupakan hasil cetak atau hasil jadi suatu karya yang belum melalui proses produksi akhir. *Mock-up* atau *dummy* merupakan bentuk *comp* tiga dimensi. *Comp* akan menjadi representasi desain akan hasil akhir suatu karya. Klien perlu untuk melihat *comp* desain agar dapat menentukan bahwa karya tersebut dapat dipublikasikan. Tipografi, ilustrasi, fotografi, dan komposisi dapat mendukung penyampaian gambaran akhir suatu hasil karya.

Tiga tahap tersebut akan ditutup dengan proses produksi, tetapi terdapat juga klien yang ingin meminta revisi dan desainer harus menerima untuk melakukan perbaikan desain. Pada tahap terakhir ini, desainer akan mengevaluasi, merapikan, dan mengamankan persetujuan dari seorang klien. *Comp* biasa digunakan sebagai perjanjian visual antara desainer dengan klien. *Comp* berfungsi sebagai *blueprint* untuk proses pencetakan hasil karya.

### **3.2.1.5. Implementation**

Desainer akan mengeksekusi karya sebagai tahapan akhir. Tahap eksekusi karya dilakukan dengan proses pencetakan, menampilkan hasil desain di layar, ataupun membuat *mock-up* seperti desain kemasan. Bentuk implementasi suatu karya beragam, tergantung dengan jenis format karya. Format karya dapat berupa hasil cetak, hasil digital, atau desain lingkungan. Tahap *implementation* terdiri atas proses produksi. Proses produksi atau *digital prepress* meliputi persiapan *file* digital yang sesuai dengan standar *software* dalam industry, pengumpulan foto, pemindaian ilustrasi, persiapan *folder font & gambar*, dan mengoreksi penulisan dengan ataupun tanpa klien.

Tahap *implementation* dilakukan melalui mesin cetak atau bersama dengan desainer *website*. Desainer sering kali harus menyiapkan *file* digital untuk dicetak dan dimasukkan ke dalam *website*. Desainer harus teliti dalam membuat *file* digital dan memberi instruksi yang jelas terhadap pihak percetakan. Desainer perlu untuk melampirkan jenis kertas yang akan dipakai, mengecek hasil cetak laser, hasil *prepress*, dan mengirim hasil desain kepada klien. Tahap *implementation* memerlukan keterampilan desainer. Keterampilan yang dimaksud adalah tingkat kemampuan, kecakapan, dan kecekatan desainer dalam mengeksekusi desain. Keterampilan meliputi pemilihan jenis kertas, tinta, pernis, pemotongan, penempelan, dan penggunaan program *software*. Desainer

dengan keterampilan yang baik akan meningkatkan desain konsep yang lebih baik.

### **3.2.2. *Illustration: A Theoretical Contextual Perspective* oleh Alan Male**

Perancangan ilustrasi akan mengikuti metode perancangan dari Male (2017, h.47-102) yang membagi proses perancangan menjadi 3 tahap, yaitu:

#### **3.2.2.1. *The Conceptual Process***

Desainer memiliki pemahaman komprehensif mengenai topik yang diangkat. Suatu topik harus berlandaskan riset dan perancangan dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan komunikasi visual. Masalah yang diangkat dapat diselesaikan dengan menggunakan desain dan ilustrasi melalui berbagai persyaratan gambar dan media. Proses perancangan diawali dengan *brainstorming*. *Brainstorming* dilakukan dengan membuat catatan visual. Desainer mengeksplorasi ide dengan membuat diagram berbentuk laba-laba, daftar, sketsa sederhana, hingga kompleks. Proses *brainstorming* tidak sekedar memiliki satu jalan lurus yang akan dikembangkan menjadi interpretasi akhir. Proses *brainstorming* harus melewati beberapa hal yang menantang dan jawaban provokatif agar ide-ide yang didapat segar dan orisinal. Proses konsep akan diakhiri dengan evaluasi dari bentuk awal perancangan dan digabungkan dengan beberapa ide dan konsep. Desainer harus berani mengambil resiko dengan cara mengkombinasi dan mengidentifikasi beberapa hal yang berbeda. Proses konsepsi akan menghasilkan suatu visual yang kompleks, tetapi menjadikan proses penggambaran menjadi lebih jelas serta memiliki suatu

arti. Gambaran yang dihasilkan dapat berupa imajinasi, metafora, realis, atau suatu bentuk sederhana. Kejelasan visual akan memfasilitasi proses perancangan dan pengambilan solusi yang sesuai.

#### **3.2.2.2. *Research***

Proses *research* diperlukan untuk mengetahui informasi lengkap terkait dengan subjek yang diangkat. Hal ini dapat berupa pengumpulan data dan menarik kesimpulan dari suatu informasi. *Research* dapat dilakukan dengan eksperimen, analisis, pembedahan praktek visual, dan pengembangan bahasa visual. Proses *research* tidak hanya bisa dilakukan melalui mencari referensi materi. Banyak ilustrasi yang bergantung pada suatu referensi. Karya fantasi dan alam imajinasi pun didukung dan dipengaruhi oleh sesuatu yang nyata. Namun, suatu ilustrasi perlu didukung oleh informasi langsung, baik tertulis, verbal, ataupun visual. Informasi ini bisa didapatkan melalui penggunaan suatu metodologi dalam *research*. Metodologi yang digunakan akan menghasilkan penilaian mendalam mengenai seberapa efektif dan tingkat kesuksesan suatu proyek yang dikerjakan, Metodologi yang digunakan akan memfasilitasi proses *research* yang dikerjakan hingga dapat sampai ke hasil akhir.

#### **3.2.2.3. *Drawing***

Gambar merupakan faktor utama dalam ilustrasi. Gambar merupakan fondasi yang memungkinkan imajinasi visual tercipta. Setiap ilustrasi perlu disusun, didesain, dan disampaikan hingga bentuk komplet melalui proses menggambar. Suatu gambar juga menginformasikan identitas seorang

ilustrator. Gambar dapat mengembangkan dan membentuk ikonografi seseorang. Menggambar merupakan atribut fungsional pertama yang harus dimiliki oleh seorang ilustrator agar dapat menentukan fondasi bahasa visualnya. Proses observasi dan “mempelajari melalui melihat” termasuk dalam proses pembelajaran ilustrator. Seorang ilustrator yang sudah menguasai objektif dan analisis dalam menggambar dapat memberikan pengetahuan detail mengenai suatu subjek. Ilustrator dapat menampilkan berbagai bentuk kreativitas dan imajinasi. Secara praktik, menggambar merupakan proses membuat suatu gambar. Gambar yang dibuat bisa melalui proses imajinasi tanpa referensi visual, desain diagram geometris, atau rekonstruksi visual yang akurat. Menggambar perlu pertimbangan akan komposisi, warna, tekstur, bentuk, bidang, ruang, proporsi, perspektif, emosi, dan segala aspek yang terkait dengan subjek yang digambarkan. Pengembangan secara objektif dan analitis diperlukan sebagai landasan agar ilustrator paham sepenuhnya mengenai subjek yang digambar. Pemecahan masalah visual komunikasi dapat dilakukan jika ada ide yang dikeluarkan dan kebebasan dalam berekspresi. Ilustrator yang tidak membatasi dirinya pada suatu detail spesifik dan hanya fokus pada referensi, dapat menciptakan karya apapun. Imajinasi seseorang dapat menghasilkan berbagai hal tanpa batas. Seorang ilustrator dapat pergi kemana pun dan melakukan apa pun yang ia mau jika ia melepaskan kontrolnya dalam berkarya. Gambar yang diciptakan dapat berupa

penggabungan antara realita dengan fantasi. Proses menggambar dapat melalui menggambar dari ingatan, referensi, atau imajinasi murni.