

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Terdapat tiga metode penelitian yang dapat dilakukan dalam penelitian, yaitu metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran (*mixed methods*) (Creswell, 2018). Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa *mixed methods*. Metode campuran (*mixed methods*) adalah sebuah pendekatan yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh hasil analisis data yang maksimal. Metode pengumpulan data secara kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara (*interview*), studi eksisting, dan studi referensi. Sedangkan metode pengumpulan data secara kuantitatif dilakukan dengan membagikan kuesioner. Metode *mixed methods* dapat membantu penulis melihat bagaimana kedua data tersebut berhubungan dengan satu sama lain (Creswell, 2018)

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang bertujuan untuk memahami pengalaman dan perspektif individu atau kelompok tentang suatu fenomena sosial (Creswell, 2018). Penulis dapat memperoleh berbagai sudut pandang melalui interaksi dengan individu atau kelompok yang diteliti. Penulis melakukan pengumpulan data dengan metode kualitatif berupa wawancara, *focus group discussion* (FGD), observasi, studi eksisting dan studi referensi.

3.1.1.1 Interview

Menurut (Creswell, 2018), *interview* merupakan kegiatan tatap muka dengan narasumber melalui telepon, kelompok diskusi, dan internet untuk mengumpulkan data. *Interview* dilakukan dengan dr. Cindy Caroline, pemilik dr. Cindy Caroline Beauty Clinic untuk memperoleh data mengenai masalah kulit wajah pada remaja wanita.

Wawancara dengan dr. Cindy Caroline dilakukan secara langsung di Klinik pada tanggal 23 September 2023 pukul 13.00 WIB.

1) **Interview kepada dr. Cindy Caroline**

Wawancara dilakukan penulis dengan dr. Cindy Caroline, pemilik dr. Cindy Caroline Beauty Clinic. Wawancara dilakukan secara langsung di Klinik dr. Caroline yang berlokasi di Kelapa Gading. dr. Cindy merupakan pemilik dan dokter kecantikan yang telah berkarir dalam bidang ini selama 3 tahun. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapat *insight* mengenai *behaviour* remaja wanita tentang kulit wajah di kehidupan nyata dan memperoleh informasi mengenai penyebab, dampak, akibat kulit wajah dan perawatannya.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara dengan Dokter Kecantikan

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan dr. Cindy Caroline, penulis memulai wawancara dengan pertanyaan menanyakan masalah apa saja yang diderita dari kulit wajah para remaja, dari pertanyaan ini penulis juga meminta dr. Cindy untuk menjelaskan dengan detail terkait masalah seputar kulit wajah untuk memulai dan mengerucuti permasalahan kulit wajah secara umum. Narasumber menjelaskan bahwa masalah kulit sangatlah luas, mulai dari tipe kulit yang nantinya akan

terbagi lagi ke permasalahan kulit yang lain. Tipe kulit wajah kering dapat memiliki masalah kulit kusam, warna kulit tidak merata, dan adanya kerutan halus serta pigmentasi. Untuk tipe kulit wajah yang berminyak biasanya akan memiliki masalah jerawat, komedo, dan milia. Permasalahan jerawat ini juga dapat menimbulkan permasalahan kulit wajah lain seperti *acne scars*, bekas kemerahan dan kehitaman.

Selanjutnya, penulis bertanya mengenai masalah kulit wajah yang paling rutin dikonsultasikan oleh para remaja. Narasumber menjawab bahwa tiap perbedaan usia mulai dari usia pubertas mengeluhkan jerawat hingga yang berusia 30 tahun sampai dengan 70 tahun mengeluhkan adanya pigmentasi, *contouring* wajah dan kerutan. Untuk usia pubertas sedang mengalami masa hormonal.

Narasumber menjelaskan bahwa permasalahan kulit wajah dapat timbul dikarenakan banyak faktor sehingga dapat disebut multifaktorial. Faktor kebersihan seperti dilakukannya *double cleansing*, faktor biologis seperti tipe kulit, dan faktor psikologis seperti pengelolaan stres dan pola hidup. Selanjutnya penulis juga bertanya alasan mengapa permasalahan kulit wajah mudah terjadi apabila satu masalah selesai dan masalah wajah yang lain akan timbul setelahnya. Narasumber menjawab bahwa hormon memiliki pengaruh besar dan merupakan suatu hal yang tidak bisa dikontrol oleh dokter. Makanan seperti *dairy* juga berpengaruh terhadap timbulnya jerawat yang dapat memicu ke permasalahan kulit lain.

Pernulis kemudian bertanya apakah seseorang dapat merasa *insecure* dengan kondisi kulitnya. Narasumber memberikan jawaban bahwa hal tersebut pasti terjadi terutama apabila masalah kulit wajah memiliki derajat yang berat seperti adanya jerawat di seluruh bagian pipi wajah sehingga wajah menjadi

berwarna merah. Apabila hal tersebut terjadi narasumber akan memberikan perawatan dan kontrol rutin mengenai permasalahan kulit wajah yang dialaminya. Apabila pasien mengikuti arahan dari narasumber, pasien tersebut dapat memiliki kondisi wajah yang membaik sehingga ia akan merasa lebih percaya diri.

Selanjutnya penulis bertanya juga kepada narasumber apakah *insecurity* mengenai kulit wajah dapat diatasi melalui perawatan kulit. Narasumber mengatakan bahwa permasalahan kulit wajah segi kesulitannya dapat diatasi apabila menggunakan *treatment* yang tepat. Permasalahan kulit yang dialami oleh pasien akan diberikan tindak lanjut berdasarkan kebutuhan dari pasien itu sendiri. Penulis juga bertanya apakah ada kasus dimana pasien meminta perawatan yang berlebihan. Narasumber menjawab bahwa pasien yang berlebihan melakukan *treatment* adalah seseorang yang memiliki kepedulian dan *concern* yang tinggi terhadap kulitnya sehingga ia ingin menjaga kulitnya agar tetap sehat. Penulis lalu bertanya mengenai masalah kulit seperti apa yang tidak bisa diatasi, dan narasumber mengatakan bahwa luka yang dalam seperti bekas kecelakaan berbeda dengan masalah bopeng sehingga dapat diatasi dengan pergi ke dokter bedah.

Pertanyaan selanjutnya penulis bertanya apakah pasien yang telah melakukan perawatan baik itu *skincare* atau perawatan di klinik langsung dapat memiliki kondisi wajah yang sehat. Narasumber menjawab bahwa dapat diatasi namun memerlukan waktu karena tidak ada hasil yang instan. Semua perawatan memerlukan proses tergantung bagaimana lapisan terluar kulit berbentuk seperti bata yang disebut *skin barrier* dapat meregenerasi kembali tergantung kondisi dari kulit setiap pasien.

Penulis kemudian bertanya mengenai seperti apa kulit wajah yang sehat. Narasumber kemudian menjawab bahwa kulit wajah yang sehat adalah kulit yang memiliki *skin barrier* yang baik sehingga kulitnya lembab, tidak kusam, tidak iritasi dan tidak ketarik. Penulis lalu menanyakan lagi kaitan antara masalah kulit yang menimbulkan perasaan *insecurity* dan kaitannya dengan standard kecantikan saat dimana kulit berwarna putih menjadi standard kecantikan dari seorang wanita. Narasumber mengatakan bahwa warna kulit putih tidak menjadi standard kulit yang sehat karena jenis kulit mulai dari genetik dan melanin kulit setiap orang berbeda.

Selanjutnya penulis menanyakan mengenai pencegahan apa yang perlu dilakukan agar permasalahan kulit wajah tidak muncul. Narasumber menjawab bahwa membersihkan wajah sesuai dengan tipe kulit dengan produk skincare khusus yang memiliki kandungan sesuai dengan kondisi kulitnya. Perawatan yang disarankan adalah dengan melakukan *facial* minimal sebulan sekali untuk mengangkat sel kulit mati untuk menjaga kebersihan kulitnya.

Penulis juga bertanya apakah narasumber boleh memberikan insight mengenai *insecurity* terhadap kulit wajah. Narasumber mengatakan bahwa tidak perlu takut karena setiap jenis kulit dan masalah kulit pasti ada cara untuk menanganinya, konsultasikan kepada ahlinya maka akan diberikan arahan dan saran untuk mengatasi permasalahan kulit wajah. Pertanyaan selanjutnya yang ditanyakan penulis adalah apakah informasi perawatan kulit wajah yang tersebar di media sosial memiliki informasi yang *misleading*. Narasumber menjawab bahwa akun-akun media sosial ada yang berasal dari jurnal. Namun, ada video yang *misleading* seperti influencer karena mereka dibayar untuk mempromosikan suatu produk tanpa mencoba produk

ataupun belum melakukan proses *trial* dan error kemudian langsung mempromosikannya. Informasi terkait perawatan kulit dan produk perawatan kulit harus lebih hati-hati dalam penyalurannya.

Penulis kemudian bertanya alasan remaja wanita sungkan untuk bertanya dengan ahli. Narasumber mengatakan bahwa karena remaja takut akan biaya perawatan ke klinik yang mahal atau kurangnya edukasi dan lingkungan seperti faktor orang tua yang tidak pernah melakukan perawatan ke klinik.

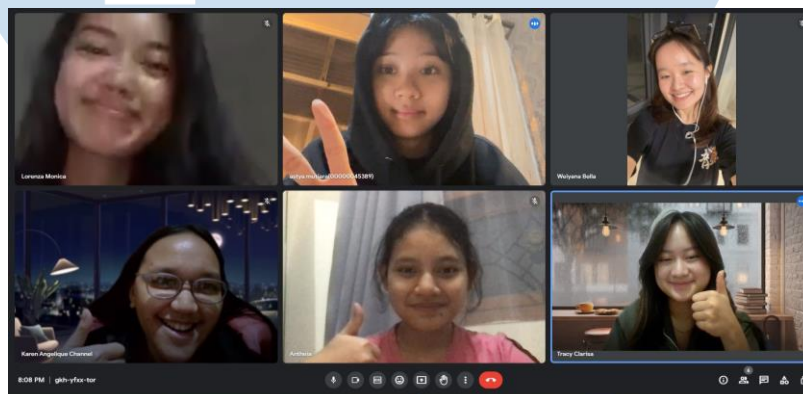
Selanjutnya penulis bertanya mengenai prosedur *skincare* untuk sehari-hari. Narasumber mengatakan bahwa *skincare* yang wajib untuk digunakan dirumah adalah menggunakan sabun cuci muka yang tidak memiliki banyak busa dan, menggunakan serum sesuai tipe kulit, *moisturizer* untuk menjaga kelembapan kulit dan *sunscreen* setiap pagi dan di pakai kembali setiap 4 jam. Penulis juga bertanya media informasi apa mengenai topik perawatan kulit yang efektif dan narasumber mengatakan bahwa media sosial berisi informasi edukatif dapat membantu remaja wanita dapat paham akan tipe kulitnya, *skincare* yang baik, *sunscreen*, dll.

Melalui hasil wawancara, penulis menarik kesimpulan bahwa pasien yang datang ke klinik kecutan memiliki *insecurity* terhadap kulit wajahnya. Masalah kulit wajah yang dialami para pasien bersifat multifaktorial yang berarti disebabkan oleh berbagai faktor. Remaja wanita kurang edukasi mengenai perawatan kulit wajah karena lebih percaya *beauty influencer* dibanding ahli dokter. Informasi yang disebarkan oleh *beauty influencer* lebih bersifat komersial.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

Focus Group Discussion atau FGD dilakukan pada hari Selasa, 3 Oktober 2023 pukul 20.00 secara daring melalui aplikasi

Google Meet. Hasil dari FGD direkam dan dicatat untuk membantu peneliti dalam memperoleh data secara maksimal. FGD akan dilakukan bersama 5 peserta, yaitu Lorenza Monica, Astya Ferina Mutiara, Weiyana Bella, Karen Angelique dan Agnes Elfrida Limbong. Peserta FGD dipilih berdasarkan *profiling* responden yang menggunakan *skincare* untuk merawat kulit wajah dan merupakan pelajar atau mahasiswi yang sedang menjalani jenjang perkuliahan. Tujuan dari dilakukannya *Focus Group Discussion* ini adalah untuk mendapat *insight* mengenai persepsi remaja wanita mengenai kulit wajah mereka dan hubungannya dengan masalah *insecurity* serta upaya yang mereka lakukan untuk mengatasi permasalahan kulit wajah penyebab *insecurity*.



Gambar 3.2 Dokumentasi *Focus Group Discussion*

Peserta FGD pertama adalah Lorenza Monica yang merupakan seorang mahasiswi dengan pekerjaan sebagai desainer grafis berusia 21 tahun dan berdomisili di Tangerang. Peserta kedua adalah Astya Ferina Mutiara yang merupakan seorang *content creator* di bidang makeup dan *internship* berusia 20 tahun dan berdomisili di Bintaro. Peserta ketiga adalah Weiyana Bella yang merupakan seorang mahasiswi yang bekerja sebagai *freelance illustrator* berusia 20 tahun dan berdomisili di Tangerang. Peserta keempat adalah Karen Angelique, seorang mahasiswi yang sedang menjalani *internship* di IFGF berusia 19 tahun dan berdomisili di

Jakarta. Peserta terakhir adalah Agnes Elfrida Limbong yang merupakan seorang mahasiswi berusia 22 tahun dan berdomisili di Tangerang.

Penulis memberikan pertanyaan mengenai aktivitas yang dilakukan sehari-hari oleh para peserta dan menimbulkan perasaan *insecure*. Penulis mendapatkan respon bahwa kelima peserta pernah melakukan aktivitas di *outdoor* seperti paskibra dan saat melakukan perjalanan ke kampus yang terpapar sinar matahari dan debu sehingga kondisi kulit wajahnya memburuk karena gosong dan bruntusan serta timbul jerawat. Kelima responden menjawab bahwa mereka saat ini lebih memilih melakukan aktivitas di dalam ruangan (*indoor*) karena tidak ingin mengalami permasalahan kulit yang membuat mereka *insecure*.

Penulis bertanya apakah *insecurity* tersebut mempengaruhi kehidupan sehari-hari mereka. Kelima peserta setuju bahwa *insecurity* mempengaruhi kehidupan sehari-hari mereka karena mereka merasa tidak percaya diri baik itu bertemu orang lain maupun di depan kamera. Peserta juga malu untuk bertemu orang lain sehingga lebih memilih untuk dirumah saja karena mereka khawatir akan kondisi kulitnya karena jika bepergian dapat terpapar oleh sinar matahari dan polusi. Selain itu, peserta juga menjawab bahwa kondisi kulit mereka yang tidak baik juga diberikan komentar oleh orang-orang sekitar mereka seperti orang tua, teman, dan pacar.

Penulis kemudian bertanya apa ada upaya yang dilakukan saat para peserta untuk menutupi *insecurity* terhadap kulit wajahnya. Remaja wanita melakukan upaya untuk menutupi *insecurity* wajah dengan menggunakan masker, hoodie, topi, dan makeup. Penulis kemudian bertanya apakah upaya menutupi ini memperburuk kondisi kulit penyebab *insecurity*. Para peserta menjawab bahwa kondisi

kulit mereka semakin parah tapi tetap mereka lakukan karena tidak ingin orang lain melihat *insecurity* mereka.

Penulis memberikan pertanyaan mengenai upaya yang mereka lakukan untuk mengatasi *insecurity* yang mereka alami. Lorenza, Astya, Karen dan Agnes mengatakan bahwa mereka melakukan *skincare* dan hal tersebut dilakukan dengan membeli berbagai jenis produk untuk mencari yang cocok dengan jenis kulit mereka. Ketika produk yang digunakan tidak cocok mereka akan segera mengganti produk tersebut secara berulang sampai menemukan produk yang cocok. Penulis kemudian bertanya apakah kondisi kulit wajah peserta semakin buruk ketika melakukan *trial and error* tersebut. Keempat peserta menjawab bahwa hal tersebut sudah terlanjur mereka lakukan dengan tujuan memperoleh produk yang cocok. Sedangkan, Bella melakukan perawatan ke klinik kecantikan untuk mengatasi permasalahan kulitnya.

Penulis juga bertanya kepada peserta, media informasi apa yang mereka gunakan untuk memperoleh informasi untuk mengatasi permasalahan kulit wajah yang dialami. Peserta Lorenza, Astya, Karen dan Agnes mengatakan bahwa sumber informasi yang mereka gunakan adalah media sosial dan *website*. Namun, Bella menjawab bahwa ia mengikuti instruksi dari dokter klinik kecantikan.

Kemudian penulis memberikan pertanyaan apakah mereka lebih percaya *beauty influencer* atau dokter kecantikan. Peserta Lorenza, Astya, Karen dan Agnes menjawab bahwa *beauty influencer* karena banyaknya *followers* dalam media sosial. Namun, di sisi lain mereka juga ingin percaya dokter kecantikan tetapi tidak dapat mengakses karena keterbatasan biaya. Sedangkan Bella, merasa bahwa *beauty influencer* dibayar untuk memberikan *review* yang baik mengenai suatu produk sehingga ia lebih percaya kepada dokter kecantikan.

Selain itu, penulis juga menanyakan apakah para peserta yang tidak pernah melakukan perawatan ke klinik kecantikan ingin melakukan perawatan ke klinik jika diberikan kesempatan. Keempat peserta tersebut (Lorenza, Astya, Karen dan Agnes) menjawab mereka ingin melakukannya demi mengetahui kondisi kulit wajah mereka serta memperbaiki masalah kulit wajah mereka. Penulis juga bertanya apakah tujuan yang ingin mereka capai berhubungan dengan standard kecantikan, dan para peserta menjawab bahwa hal itu berhubungan dengan standard kecantikan

Penulis juga bertanya mengenai penting atau tidaknya informasi mengenai perawatan kulit wajah untuk diedukasikan kepada remaja wanita kepada kelima peserta. Kemudian penulis menanyakan bagaimana cara mereka mengembalikan mental *insecure* setelah mereka mengatasi permasalahan kulit wajah tersebut. Lorenza menjawab bahwa *mindset* sangat penting terutama saat kondisi kulitnya membaik ia merasa lebih percaya diri. Peserta Astya menjawab bahwa setelah mengatasi masalah kulit wajah dan melakukan

Melalui *focus group discussion* yang dilakukan dengan kelima peserta, Lorenza, Astya, Karen, Agnes, dan Bella, penulis menarik kesimpulan bahwa media informasi mengenai *insecurity* kulit wajah itu penting untuk diberitahukan. Hal ini dikarenakan para peserta yang memiliki perasaan *desperate* sehingga mencoba berbagai cara untuk mengatasi *insecurity* kulit wajahnya dengan penggunaan produk *skincare* yang beragam. Peserta juga tidak dapat melakukan konsultasi kepada dokter kecantikan karena terhalang biaya dan takut adanya ketergantungan terhadap produk klinik. Kelima peserta juga cenderung untuk menggunakan media sosial sebagai sumber penyediaan informasi mengenai topik ini. Hal ini dikarenakan kemudahan akses media yang lebih mudah.

3.1.1.3 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan untuk mempermudah perancangan visual. Studi referensi berupa buku-buku yang dapat dijadikan referensi dari segi elemen-elemen desain maupun gaya visual yang digunakan. Beberapa studi referensi yang dipilih penulis adalah sebagai berikut:

1) Me, Myself and My Quarter Life Crisis

Buku Me, Myself, and My Quarter Life Crisis merupakan buku jurnal kolaborasi antara Fill The BlankSpace dan Poppi Rianty Kemala, M.Pso., Psikolog. Buku ini berjumlah 150 halaman berukuran 21,5x15cm dengan harga Rp 149.900,- di *e-commerce* Shopee dan Tokopedia. Buku ini membantu pembaca yang merasa salah membuat keputusan, bingung dan takut akan masa depan untuk melewati fase *quarter life crisis*.



Gambar 3.3 Buku Me, Myself and My Quarter Life Crisis

Sumber:

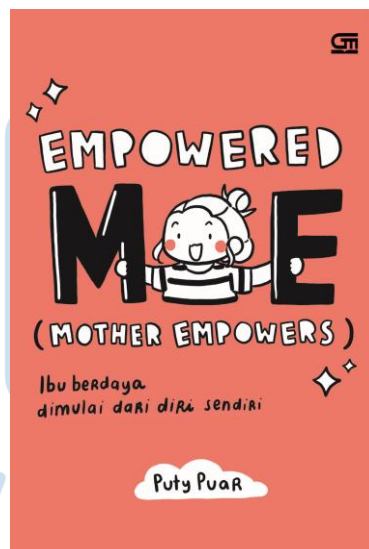
https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fkomunitas.schoolofparenting.id%2Fbuku%2Fdetail%2F78&psig=AOvVaw1qrwWzvgV_oR12BLrqcg62&ust=1695566621487000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBAQjRxqFwoTCLi5ooP8wIEDFQAAAAAdAAAAABAE

Sampul buku ini memiliki ilustrasi kartun yang menggambarkan seseorang dengan wajah yang berisi abstrak. Buku ini memiliki

warna sederhana, yaitu biru, kuning, hijau, hitam, merah, dll. Warna sampul berwarna hijau dengan judul menggunakan tipografi yang berjenis dekoratif. Buku jurnal memiliki konten yang bersifat interaktif yang dengan gaya elemen visual yang sangat variatif tanpa memikirkan penggunaan *layout*. Konten dalam buku ini juga dibuat dengan menggunakan ilustrasi, tabel, bagan, dan elemen visual pendukung lainnya. Penggunaan tata bahasa yang digunakan juga mudah dimengerti serta berisi instruksi yang jelas sehingga dapat memudahkan pembaca.

2) **Empowered ME (Mother Empowers): Ibu Berdaya Dimulai Dari Diri Sendiri**

Buku ini ditulis oleh Puty Puar serta diterbitkan pada tanggal 23 Februari 2022 oleh penerbit Gramedia Pustaka Utama. Buku ini dibuat untuk perempuan terutama seorang ibu yang ingin memberdayakan diri dan merefleksikan dirinya. Buku ini berjumlah 188 halaman dan dibandrol dengan harga Rp 62.300,- di *e-commerce* Shopee.



Gambar 3.4 Buku Empowered Me (Mother Empowers)

Sumber:

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.goodreads.com%2Fbook%2Fshow%2F60298371-empowered-me-mother-empowers&psig=AOvVaw3XgganVcS0z5o73B1uYPU1&ust=169556875175000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBAQjRxqFwoTCNiTifuDwYEDFQAAAAAdAAAAABAE>

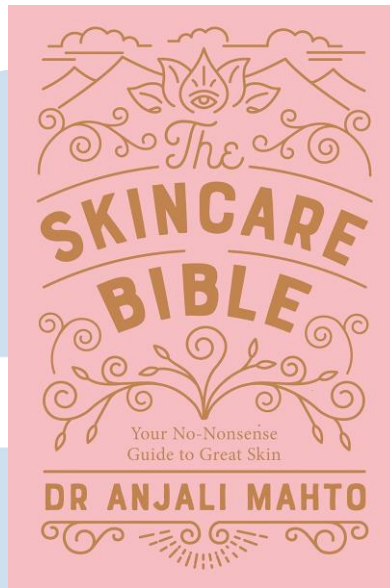
Sampul buku ini memiliki ilustrasi sederhana seorang perempuan dengan menggunakan outline dan warna sederhana berupa warna putih dan hitam. Warna sampul berwarna merah jambu dengan judul menggunakan tipografi yang berjenis dekoratif. Buku ini dibuat dengan menggunakan ilustrasi, tabel, bagan, dan elemen visual pendukung lainnya. Penggunaan tata bahasa yang digunakan juga mudah dimengerti. Penggunaan elemen visual tersebut dapat membantu pembaca untuk memahami isi buku lebih cepat dan efektif.

3.1.1.4 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan dengan menganalisis buku yang memiliki topik serupa dengan topik yang penulis angkat dalam perancangan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan masing-masing buku. Studi eksisting digunakan untuk, mendapatkan referensi maupun hasil dari strategi dan taktik penyampaian pesan serta gaya visual yang digunakan. Penulis menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis buku dengan topik skincare yang menjadi bahan studi eksisting.

1) The Skincare Bible: Your No-Nonsense Guide to Great Skin

Buku ini ditulis oleh Dr Anjali Mahto dan ditulis serta dipublikasikan pada tahun 2018 oleh Penguin Life. Dr Mahto merupakan seorang konsultan dermatologis yang telah mengalami masalah kulit wajah sepanjang masa remaja dan dewasanya. Buku The Skincare Bible ini adalah sebuah buku yang berisi informasi tentang mulai dari penggunaan *skincare*, program *skincare*, serta saran berkualitas tentang kulit dan perawatan kulit. Buku ini berjumlah 304 halaman, berukuran ukuran 5,7 x 0,9 x 8,5 inch dengan harga \$29.95 di *e-commerce* Amazon.



Gambar 3.5 Buku Skincare Bible

Sumber:

https://www.amazon.com/Skincare-Bible-No-Nonsense-Guide-Great/dp/0241309107/ref=sr_1_1?adgrpid=84124137320&hvadid=585479337806&hvdev=c&hvlocphy=9120800&hvnetw=g&hvqmt=e&hvrnd=10633629200412968753&hvtargid=kwd-384647125170&hydadcr=22340_13333061&keywords=the+skincare+bible&qid=1695328130&sr=8-1

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT Buku The Skin Bible

<i>Strength</i>
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Layout</i> yang digunakan adalah <i>layout</i> simetris dan <i>grid</i> yang digunakan adalah <i>single-column grid</i> sehingga isinya satu halaman penuh tulisan di bagian sisi atas, bawah, kanan, dan kiri. - Tipografi yang digunakan adalah jenis serif dengan kait untuk konten dan san serif untuk judul utama “Skincare Bible”. - Target Market untuk buku ini adalah wanita yang memiliki permasalahan kulit wajah dan ingin mengatasinya. - Konten membahas dibuat oleh dokter dermatologis mengenai perawatan untuk setiap jenis kulit dan kandungan-kandungan yang tepat.

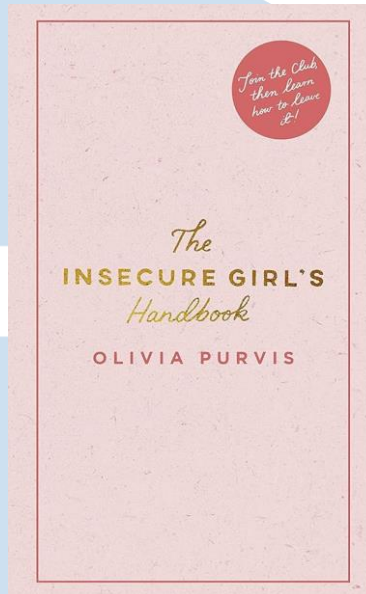
<i>Weaknesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Tipografi dalam buku hanya menggunakan warna hitam dan putih yang terlihat penuh dan padat. - Tidak memiliki ilustrasi sama sekali. - Penjelasan menggunakan bahasa Inggris sehingga kurang cocok untuk target market di Indonesia
<i>Opportunities</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Buku menggunakan bahasa Inggris dapat menjangkau target market yang luas di dalam maupun luar negeri. - Buku kompetitor tidak dibuat oleh ahli dermatologis - Buku yang menjelaskan <i>skincare</i> secara spesifik masih sedikit
<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada versi terjemahan Bahasa Indonesia. - Buku kompetitor memiliki ilustrasi

Berdasarkan buku *The Skincare Bible*, penulis mempelajari bahwa remaja wanita akan lebih merasa menarik dan tidak membosankan apabila buku dibuat dengan menggunakan ilustrasi. Penggunaan ilustrasi dapat membantu pembaca untuk memahami isi buku lebih cepat dan efektif untuk mempraktekan.

2) ***The Insecure Girl's Handbook***

Buku ini ditulis oleh Olivia Purvis dan diterbitkan oleh Penerbit Seven Dials pada tahun 2020 di Great Britain. Buku ini menargetkan wanita yang merasa *insecure* dan mencari cara untuk mengatasinya. Buku ini berisi informasi tentang tips, *coping mechanism*, dan pengetahuan untuk memberikan suatu

kenyamanan. Buku ini berjumlah 240 halaman berukuran 5,3 x 0,9 x 8,4inch dengan harga \$19.25 di *e-commerce* Amazon.



Gambar 3.6 Buku *The Insecure Girl's Handbook*
 Sumber: <https://www.amazon.com/Insecure-Girls-Handbook-Liv-Purvis/dp/1841883875>

Tabel 3.2 Tabel SWOT Analisa Buku *The Insecure Girl's Handbook*

<i>Strength</i>
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Layout</i> yang digunakan adalah <i>layout</i> simetris dan <i>grid</i> yang digunakan adalah <i>single-column grid</i> sehingga isinya satu halaman penuh tulisan di bagian sisi atas, bawah, kanan, dan kiri. - Tipografi yang digunakan adalah jenis serif dengan kait untuk konten dan san serif untuk judul utama “<i>Insecure Girl's</i>” dan kaligrafi untuk judul “<i>The</i>” dan “<i>Handbook</i>”. - Target Market untuk buku ini adalah wanita yang memiliki <i>insecurity</i>. - Konten berisi <i>guide</i> dan tips dan trik dari perempuan-perempuan <i>insecure</i> lain.
<i>Weaknesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Isi buku tidak tertata dengan rapi sehingga sulit dibaca. - Tidak memiliki ilustrasi sama sekali.

<ul style="list-style-type: none"> - Tipografi dalam buku hanya menggunakan warna hitam dan putih yang terlihat penuh dan padat. - Tidak memiliki ilustrasi sama sekali. - Penjelasan menggunakan bahasa Inggris sehingga kurang cocok untuk target market di Indonesia
<i>Opportunities</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Dibuat oleh wanita yang mempunyai <i>insecurity</i> sehingga pembaca dapat membaca buku ini merasa <i>relate</i> dengan perasaannya. - Buku menggunakan bahasa Inggris dapat menjangkau target market yang luas di dalam maupun luar negeri. - Buku kompetitor tidak dibuat oleh ahli dermatologis
<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada versi terjemahan Bahasa Indonesia. - Buku kompetitor memiliki ilustrasi.

Berdasarkan buku tersebut, penulis mengidentifikasi bahwa penyampaian informasi dapat berjalan dengan lebih baik apabila tulisan dalam buku diberikan *highlight* dalam bentuk tabel. Selain itu, penjabaran yang terlalu panjang dan tidak rapi akan membuat pembaca bingung akan informasi yang dibaca. Informasi yang disusun dengan tidak rapi akan mempersulit pembaca untuk mencari dan membaca kembali informasi yang diinginkan.

3.1.1.5 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil pengumpulan data kualitatif yang telah dilakukan, penulis menarik kesimpulan bahwa masalah kulit wajah pada remaja wanita dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis (stres) dan biologis (hormon, keturunan) serta faktor eksternal (cuaca, polusi, dan kebersihan). Selain itu, *insecurity* yang

dialami oleh remaja wanita terjadi dikarenakan cara pandang yang salah, pengalaman buruk, dan adanya standar kecantikan yang tinggi. Kesimpulan ini penulis simpulkan berdasarkan wawancara dengan dr. Cindy Caroline sebagai seorang dokter kecantikan dilakukannya Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* (FGD), penulis menarik kesimpulan bahwa remaja wanita sering kalik menggunakan produk skincare secara *trial and error* untuk mengatasi *insecurity* kulit wajah dengan lebih percaya pada *beauty influencer* daripada dokter kecantikan. Melalui studi referensi dan studi eksisting, dapat disimpulkan bahwa penyampaian media informasi akan berjalan lebih baik apabila tulisan dalam buku diberikan highlight dan juga penjabaran yang terlalu panjang dan tidak rapi justru akan membuat pembaca bingung akan informasi yang dibaca. Ilustrasi yang menarik dan relevan tipografi serta *layout* yang rapi dan terstruktur akan membuat media informasi menarik dan informatif bagi remaja wanita.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif menurut (Sugiyono, 2019), adalah metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan akan digunakan untuk meneliti pada populasi serta sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data, dan menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik.

Kuesioner dilakukan melalui aplikasi Google Form yang mulai disebarkan pada tanggal 19 September 2023 dan dibagikan secara daring melalui Line, Whatsapp dan Instagram. Jenis pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner adalah campuran. Terdapat pertanyaan berjenis *multiple choice* dimana responden hanya dapat memilih satu jawaban dari pilihan-pilihan jawaban yang ada. Selain itu, penggunaan skala Likert dari angka

satu hingga lima serta *checkboxes* dimana responden dapat memilih lebih dari satu jawaban juga digunakan. Penentuan jumlah responden ditentukan oleh Rumus Slovin dengan derajat toleransi *error* sebesar 10%.

Keterangan:

n = Jumlah responden

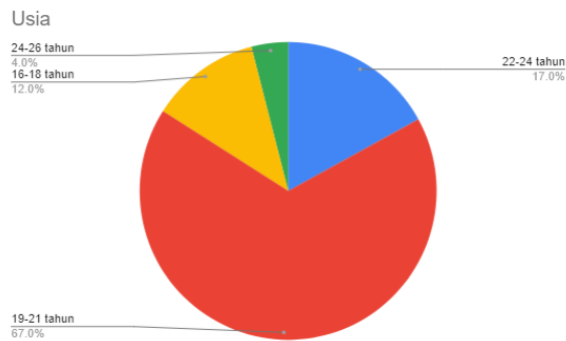
N = Jumlah populasi

e = Batas Toleransi Error

n adalah jumlah sampel yang diperlukan. N merupakan jumlah populasi penduduk perempuan Provinsi Tangerang dengan rentang usia 15-24 tahun berdasarkan data dari (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang, 2022) sebesar 141.911 perempuan. Jumlah populasi tersebut diperoleh dengan menggabungkan populasi perempuan usia 15-19 tahun sebesar 69.475 perempuan dan 20-24 tahun sebesar 72.436 perempuan. Rentang usia 15-24 tahun digunakan karena jumlah populasi penduduk perempuan provinsi Tangerang tidak menunjukkan secara spesifik rentang usia 17-22 tahun. Hasil perhitungan berdasarkan rumus Slovin memberikan hasil sebagai berikut:

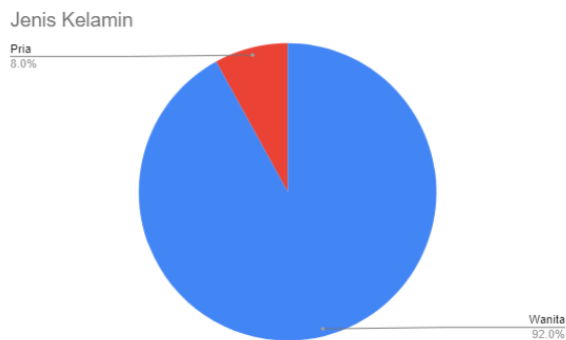
$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{141911}{1 + 141911 \cdot 0.1^2} = 99,92 \approx 100$$

Per tanggal 23 September 2023, penulis telah memperoleh hasil data kuesioner sebanyak 100 responden. Kuesioner ini sendiri dibagi ke dalam 5 bagian, yaitu data diri, tingkat *insecurity* kulit wajah pada remaja, perawatan kulit wajah (*general knowledge*), Klinik Kecantikan, dan *Media Behaviour* Responden. Pada bagian data diri, penulis berfokus pada pertanyaan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Pertanyaan lain dalam kuesioner bekerja sebagai filter.



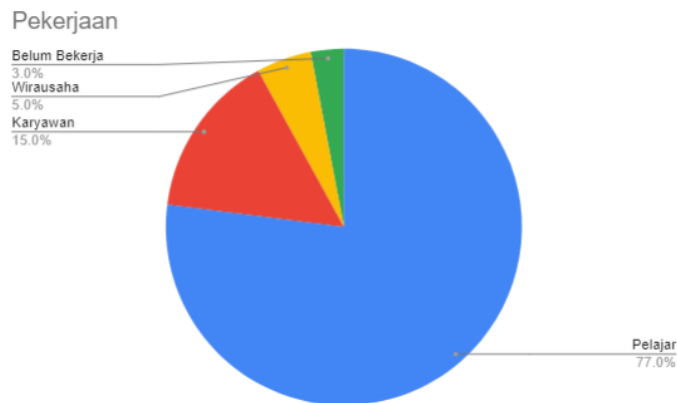
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Pada pertanyaan tersebut penulis memperoleh 12% responden berada di *range* usia 16-18 tahun, 67% responden di usia 19-21 tahun, 17% responden di usia 22-24 tahun dan 4% responden di usia 24-26 tahun.



Gambar 3.8 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

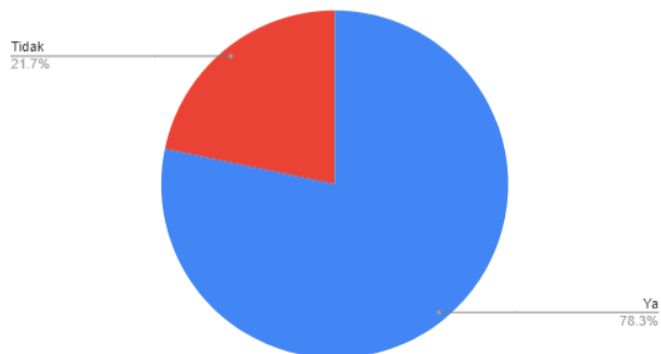
Selanjutnya adalah jenis kelamin responden. Penulis mendapatkan mayoritas jenis kelamin perempuan sebesar 92% dan 8% untuk pria. Responden yang mengisi kuesioner dengan jawaban pria akan segera dialihkan kepada bagian penutup kuesioner dengan tujuan untuk memfilter responden dengan target audiens perempuan.



Gambar 3.9 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Selain itu, pertanyaan lain berupa pekerjaan dari responden. Sebanyak 77% responden merupakan seorang pelajar atau mahasiswa, 15% karyawan, 5% wirausaha dan 3% belum bekerja.

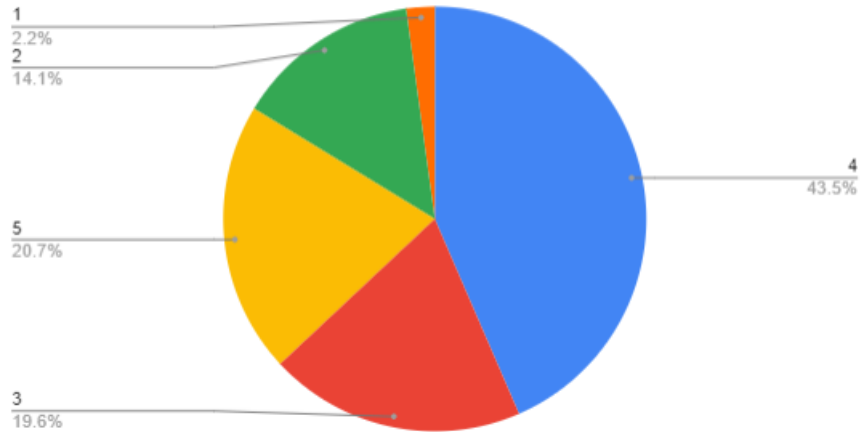
Apakah Anda memiliki insecurity terhadap kulit wajah?



Gambar 3.10 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Selanjutnya pada bagian kedua, penulis menanyakan apakah responden memiliki *insecurity* terhadap kulit wajah. Sebanyak 78,3% responden menjawab bahwa mereka memiliki *insecurity* kulit wajah. Agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh masalah kulit wajah terhadap tingkat *insecurity*, penulis menggunakan skala likert dari 1 sampai 5 dengan pertanyaan “Dalam skala 1-5, apakah masalah kulit wajah membuat tingkat kepercayaan diri Anda menurun?”. Skala likert 1 memiliki arti Sangat tidak setuju dan skala angka 5 memiliki arti mereka sangat setuju.

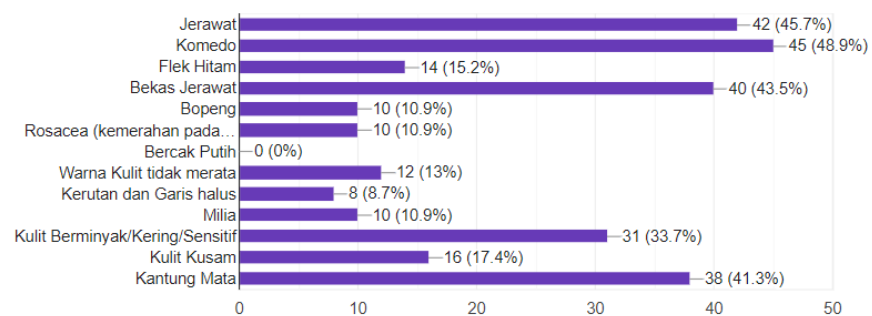
Count of Dalam skala 1-5, apakah masalah kulit wajah membuat tingkat kepercayaan diri Anda menurun?



Gambar 3.11 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Data menjelaskan bahwa 40 responden menjawab setuju dan 19 responden menjawab sangat setuju bahwa *insecurity* kulit wajah membuat tingkat kepercayaan diri menurun. Secara rata-rata, *insecurity* kulit wajah dapat membuat kepercayaan diri menurun berada pada skala di angka 3,6 yang jika dibulatkan menjadi angka 4.

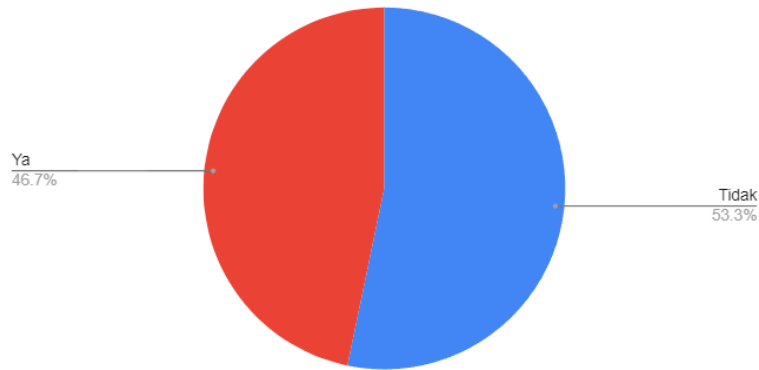
Jika iya, apa saja masalah kulit wajah yang membuat Anda merasa *insecure*? (pilih 3) [Copy](#)
92 responses



Gambar 3.12 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Penulis juga menanyakan masalah kulit wajah yang membuat responden merasa *insecure* dengan jumlah pilihan maksimal tiga dari opsi yang tersedia. Masalah kulit wajah yang paling dipermasalahkan adalah komedo (48,9%), jerawat (45,7%), dan bekas jerawat (43,5%).

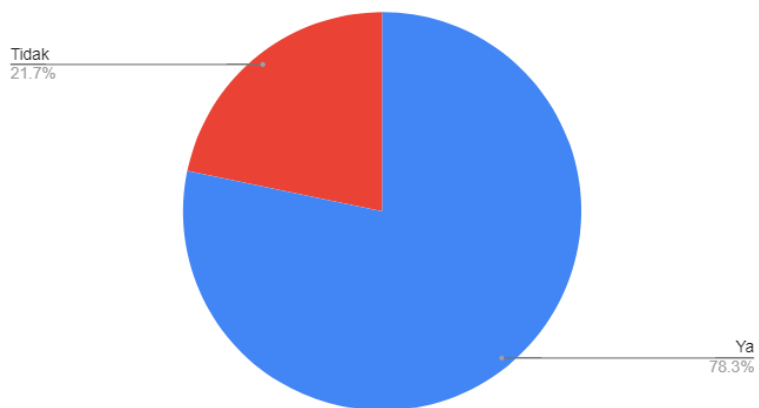
Menurut sumber dari ZAP Beauty Index (SBI) 2023, permasalahan kulit wajah menduduki pertama sebagai penyebab wanita Indonesia merasa insecure. Apakah Anda mengetahui fakta tersebut?



Gambar 3.13 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

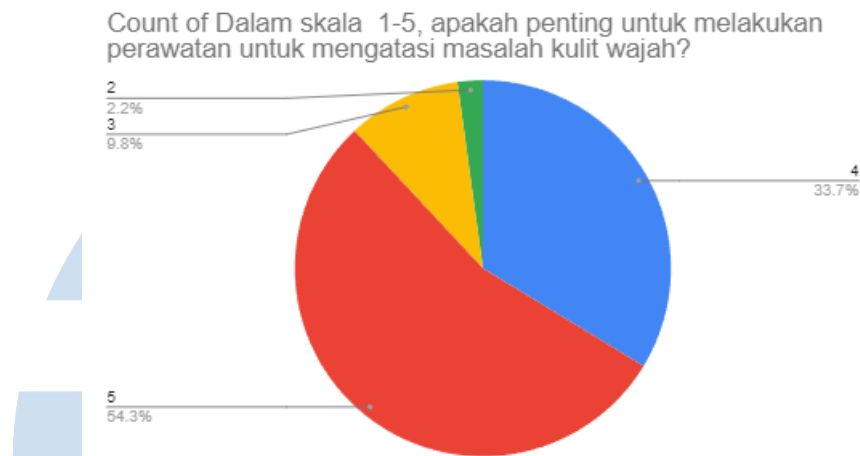
Penulis juga mencoba menarik data dari ZAP Beauty Index 2023 mengenai permasalahan kulit wajah sebagai penyebab pertama wanita Indonesia merasa *insecure* untuk mengetahui *awareness* mereka terhadap *insecurity* ini. Sebanyak 53,3% responden menjawab tidak dan 46,7% responden menjawab ya.

Apakah Anda sering melakukan perawatan kulit wajah?



Gambar 3.14 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Pada bagian ketiga mengenai perawatan kulit wajah (*general knowledge*). Pertanyaan pertama adalah dengan menanyakan apakah responden sering melakukan perawatan kulit wajah untuk melihat apakah perawatan kulit wajah dilakukan oleh responden. Sebanyak 78,3% responden menjawab “Ya” dan 21,7% menjawab “Tidak”.



Gambar 3.15 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Selanjutnya, penulis melanjutkan dengan pertanyaan “Dalam skala 1-5, apakah penting untuk melakukan perawatan untuk mengatasi masalah kulit wajah?”. Skala likert 1 memiliki arti Sangat tidak penting dan skala angka 5 memiliki arti mereka sangat penting. Sebanyak 54,3% menjawab di skala 5 (sangat penting) dan 33,7% di skala 4 (penting). Hal ini membuktikan bahwa *awareness* mengenai perawatan untuk mengatasi masalah kulit wajah sudah tinggi di khalayak.



Gambar 3.16 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Pertanyaan selanjutnya adalah “Apakah informasi terkait perawatan wajah yang tepat penting untuk diberikan kepada remaja wanita?” Sebanyak

98,9% responden menjawab “Penting” dan 1,1% menjawab “Tidak Penting”.



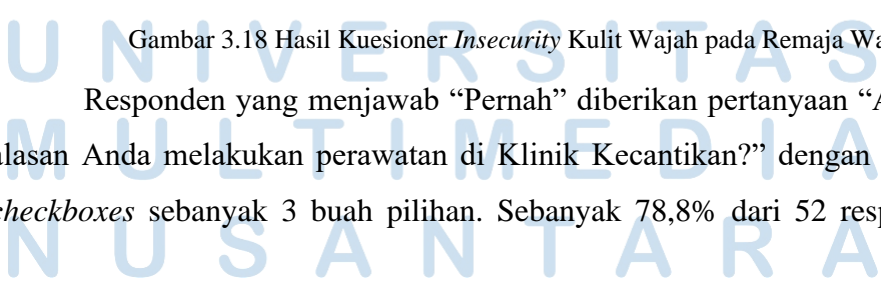
Gambar 3.17 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Bagian ke empat adalah klinik kecantikan. Penulis memulai dengan pertanyaan “Apakah Anda pernah melakukan perawatan di Klinik Kecantikan?”. Sebanyak 56,5% responden menjawab “Pernah” dan 43,5% menjawab “Tidak Pernah”. Kemudian dari pertanyaan tersebut, responden dialihkan ke bagian pertanyaan yang berbeda sesuai dengan jawaban “Pernah” dan “Tidak Pernah”.

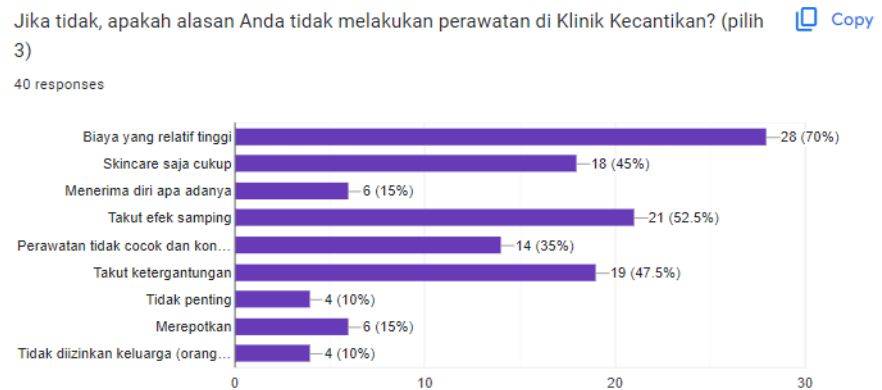


Gambar 3.18 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Responden yang menjawab “Pernah” diberikan pertanyaan “Apakah alasan Anda melakukan perawatan di Klinik Kecantikan?” dengan pilihan *checkboxes* sebanyak 3 buah pilihan. Sebanyak 78,8% dari 52 responden

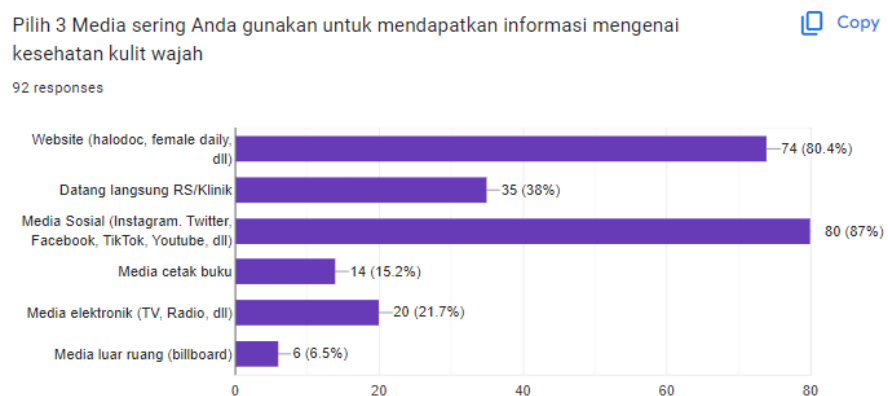


menjawab “memperbaiki kekurangan pada wajah”, 71,2% menjawab “meningkatkan kepercayaan diri”, 73,1% menjawab “menjaga penampilan”.



Gambar 3.19 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Responden yang menjawab “Tidak Pernah” diberikan pertanyaan “Apakah alasan Anda tidak melakukan perawatan di Klinik Kecantikan?” dengan 3 buah pilihan dalam bentuk *checkboxes*. Sebanyak 70% dari 40 responden menjawab “biaya yang relatif tinggi”, 52,5% menjawab “Takut efek samping”, 47,5% “Takut ketergantungan”. Pertanyaan ini untuk melihat apa yang menjadi hambatan dalam melakukan perawatan ke klinik kecantikan.



Gambar 3.20 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Bagian terakhir dari kuesioner membahas *Media Behaviour* Responden. Responden diberikan pilihan mengenai media yang paling sering digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai kesehatan kulit wajah dan diminta untuk memilih 3 pilihan. Sebanyak 87% dari 92

responden menjawab “Media Sosial”, 90,4% menjawab “Website”, dan 38% menjawab “datang langsung ke RS/Klinik”.



Gambar 3.21 Hasil Kuesioner *Insecurity* Kulit Wajah pada Remaja Wanita

Selanjutnya, responden diminta untuk memilih konten informasi mengenai perawatan kulit wajah. Responden memilih topik “solusi setiap masalah kulit wajah secara spesifik”, “struktur dan jenis kulit”, dan “prosedur skincare”.

Berdasarkan hasil kuesioner, penulis melihat bahwa para responden sudah memiliki edukasi mengenai perawatan kulit wajah dimana mereka telah melakukan perawatan *skincare* dan pergi ke klinik kecantikan. Namun, penulis juga mendapatkan fakta bahwa informasi mengenai memperbaiki masalah kulit wajah lebih besar dibanding bagaimana cara menyikapi *insecurity* yang mereka alami.

Penulis menarik kesimpulan bahwa responden memiliki minat terhadap media sosial, tetapi media sosial bukan media yang dapat mengeksekusi informasi mengenai *insecure* kulit wajah secara maksimal. Penulis mempertimbangkan berkurangnya tingkat literasi dalam penggunaan media digital sehingga pembuatan buku digital (*e-book*) akan dijadikan media utama dan media sosial sebagai media pendukung.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan oleh penulis dibuat berdasarkan Robin Landa dalam bukunya yang berjudul “Graphic Design Solution” edisi kelima. Menurut (Landa, Graphic design solutions 5th Edition, 2014), 5 tahapan dalam

memulai suatu perancangan desain, yaitu *orientation*, *analysis*, *conception*, *design*, dan *implementation*. Kelima tahapan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1) *Orientation*

Pada tahap *orientation*, penulis melakukan identifikasi masalah untuk memahami permasalahan yang akan dibahas dalam desain. Selain permasalahan, penulis juga memahami informasi-informasi penting terkait audiens dan menentukan solusi yang sesuai. Tujuan ditentukannya target audiens adalah untuk mengumpulkan data sesuai dengan permasalahan yang ada serta pemahaman lebih dalam terkait isu, fenomena, pihak-pihak ketiga. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada ahli, melakukan studi referensi, melakukan studi eksisting, serta menyebarkan kuesioner secara daring.

2) *Analysis*

Setelah tahap orientasi, penulis selanjutnya menganalisis hasil informasi yang telah diperoleh. Penulis akan mengidentifikasi solusi-solusi serta strategi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemukan pada tahap orientasi. Hasil dari tahap *analysis* berupa *design brief* berupa perancangan buku informasi yang dapat mengedukasi remaja wanita berusia 17-22 tahun dalam mengatasi *insecurity* kulit wajah.

3) *Conception*

Tahap selanjutnya adalah *conception*, penulis melakukan perancangan konsep desain yang akan diimplementasikan. Dalam tahapan ini, penulis akan merumuskan ide dan konsep yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Konsep desain akan dilakukan dengan melakukan *brainstorming*, *mindmapping* dan penentuan elemen-elemen desain yang akan digunakan.

4) *Design*

Pada tahap ini, penulis akan melakukan perancangan media informasi mengenai masalah *insecurity* kulit wajah remaja wanita ke dalam

bentuk visual. Penulis akan membuat sketsa, *typeface*, warna, ilustrasi, *layout* dan elemen-elemen desain lain sesuai dengan konsep desain yang telah dibuat sebelumnya.

5) **Implementation**

Tahap *implementation* merupakan eksekusi dari desain serta strategi yang telah dirancang sebelumnya. Desain yang terpilih dari tahapan desain akan diproduksi sesuai media yang telah ditentukan, baik media cetak maupun digital. Pada tahap terakhir, penulis juga akan melalui fase *debriefing* yang merupakan tahapan mengkaji kembali desain dan strategi yang telah diimplementasikan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA