

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan yang ditujukan dalam perancangan buku tentang *Color analysis* untuk mendukung kepercayaan diri yaitu:

3.1.1 Demografis

1. Jenis Kelamin: Perempuan
2. Usia: 18-30 tahun

Rentang umur ditentukan berdasarkan data yang didapat dari pre-wawancara dengan beberapa *target market* dan hasil usia terbanyak dari kuesioner yang telah disebar, yaitu 18-30 tahun. Hal ini juga didukung dengan pernyataan dari National Institutes of Health (NIH) di tahun 2021, dimana penelitiannya menyatakan bahwa rata-rata perempuan mementingkan penampilan mereka hingga usia 30 tahun.

3. Pekerjaan: Mahasiswa yang baru memulai magang, Karyawan, Wiraswasta

4. SES: B

Rentang SES ditentukan berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah disebar oleh penulis, dimana hasil kuesioner menunjukkan pengeluaran rata-rata *target market* dalam sebulan adalah Rp 2.000.000-Rp 6.000.000. Hal tersebut diperkuat dengan data dari Dipstrategy (2023), bahwa pengeluaran perbulan untuk SES B adalah dengan rentang Rp 3.000.000-Rp 5.000.000.

3.1.2 Psikografis

Psikografis dibagi menjadi dua kategori yaitu sikap dan gaya hidup (Kotler & Keller, 2016, h. 280). Berikut merupakan penjelasannya:

1. Sikap

- a. Menyukai *fashion* dan warna
- b. Memiliki ketertarikan dalam bidang *fashion*
- c. *Open-minded*

2. Gaya Hidup

- a. Mengutamakan penampilan menarik saat bekerja
- b. Peduli pada penampilan terutama kombinasi warna pada *fashion*

3.1.3 Geografis

Tinggal di Indonesia, Berdomisili di daerah Jabodetabek (DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi)

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Penulis menggunakan metode perancangan dari Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions: 6 Edition (2018)*. Teori yang digunakan terdiri dari 5 fase berupa *research*, *analysis*, *concepts*, *design* dan *implementation* (h.68). Ditahapan pertama, *research* dilakukan untuk mengetahui dan mengumpulkan apa saja informasi yang berhubungan dengan topik dan perancangan yang akan dibuat, pada tahapan *analysis* dilakukan untuk menganalisa masalah yang ditemukan dan memastikan informasi yang didapatkan itu benar adanya. Ditahap ketiga, ada fase *concepts*, dimana ditahap inilah ide kreatif dan strategi perancangan karya terbentuk, kemudian dilanjutkan ke tahapan *design*, ditahapan ini konsep yang sudah ada akan direalisasikan menjadi sebuah karya desain, dan terakhir yaitu tahapan *implementation*, dimana karya yang sudah selesai didesain akan dicetak. Berikut merupakan penjelasan yang lebih mendetail dari kelima tahapan yang ada.

3.2.1 *Research*

Dalam tahapan *research* ini, penulis melakukan pencarian data terkait topik perancangan dan menemukan masalah desain yang ditemukan yaitu minimnya buku untuk mengenai *color analysis* untuk dewasa awal. Pencarian informasi yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner, melakukan

wawancara, dan observasi lapangan. Ditahapan ini penulis juga melakukan studi referensi untuk mencari visualisasi desain untuk perancangan karya.

3.2.2 Analysis

Dalam tahapan *analysis*, penulis melakukan analisa data yang sudah terkumpulkan di tahapan sebelumnya dan kemudian menyusun strategi untuk merancang karya yang sesuai. Dari pemahaman yang sudah ada dan dianalisa, penulis akan mengambil kesimpulan yang nantinya akan berguna untuk tahapan selanjutnya.

3.2.3 Concepts

Dalam tahapan *concepts*, penulis melakukan perancangan ide dan konsep dengan melakukan *mindmapping*, menyusun *moodboard* sebagai referensi untuk perancangan karya. *Moodboard* akan berisi gambaran visualisasi dari karya, penggunaan *layout*, *grid* dan juga tipografi yang nantinya akan digunakan. Selanjutnya dengan ide dan konsep yang ada penulis mulai membuat sketsa alternatif, pemilihan sketsa yang akan dipakai untuk *final artwork*.

3.2.4 Design

Dalam tahapan design, penulis memulai perancangan desain karya sesuai dengan ide dan konsep yang sudah ditentukan di tahapan sebelumnya. Penulis akan melakukan perancangan dengan sketsa yang terpilih dan memasukan elemen-elemen desain yang digunakan.

3.2.5 Implementation

Dalam tahapan terakhir yaitu implementation, penulis akan mencetak hasil karya yang sudah selesai didesain, dengan menentukan format karya yang akan dicetak. Selain itu, juga melakukan implementasi hasil desain untuk media-media sekunder sebagai sarana pendukung media utama.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam bukunya yang berjudul “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*” Metode kuantitatif merupakan metode tradisional, dimana merupakan metode yang

bersifat ilmiah dan data hasil penelitiannya merupakan angka dan juga analisa statistik (Sugiyono, 2013). Sedangkan untuk penelitian kualitatif, biasa disebut juga metode artistik, merupakan data hasil penelitian yang ditemukan di lapangan dan bersifat alamiah (*natural setting*).

Metode penelitian kuantitatif yang penulis gunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner terkait pentingnya *color analysis* untuk meningkatkan kepercayaan diri bagi dewasa awal yang bekerja. Dimana kuesioner tersebut bertujuan untuk diisi oleh responden dengan rentang usia 18-40 tahun, dan disebarkan secara digital melalui Google Form. Sedangkan untuk metode penelitian kualitatif, penulis melakukan wawancara dengan seorang *fashion designer*, *color analysis consultant* dan juga ahli desain guna mengumpulkan data dan informasi yang dapat mendukung perancangan penulis kedepannya.

3.3.1 Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2013), merupakan metode yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian demi mengetahui kondisi dan mengecek kebenaran dari proses penelitian yang sedang dilakukan (h.145). Penulis akan melakukan observasi dengan berkunjung ke toko buku Gramedia Summarecon Mall Gading Serpong, pada 9 September 2024, dijam 16.00 dan menggunakan handphone sebagai alat pengumpulan dan mendapatkan data seputar topik untuk menemukan solusi perancangan karya dari masalah yang ada.

Pengamatan yang dilakukan merupakan pengamatan terfokus, dimana penulis mengobservasi kategori buku yang relevan dengan topik perancangan, yaitu macam-macam buku tentang *fashion*, visual pada cover buku, penggunaan *font* dan warna apa saja yang digunakan dalam buku. Hal ini bertujuan agar penulis mendapatkan data mengenai apakah sudah ada karya terdahulu yang memiliki topik yang sama, dan juga bukti bahwa informasi seputar *color analysis* pada *fashion* terbilang minim atau bahkan tidak ada sama sekali.

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data berupa studi pendahuluan mengenai masalah yang diteliti dengan cara bertanya kepada orang yang termasuk ahli dibidang yang akan diteliti (Sugiyono, 2013, h.137). Penulis melakukan wawancara dengan *fashion designer* guna mengetahui hubungan antara pengaruh *fashion* dan warna pada kepercayaan diri seseorang. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan *color analysis consultant*, guna mengetahui lebih mengenai *color analysis* juga perbedaan *seasonal color* yang ada didalamnya. Untuk lebih memahami mengenai media *output* yang akan dirancang, penulis juga melakukan wawancara dengan narasumber ahli yang sudah memiliki pengalaman dalam merancang buku, hal tersebut dilakukan agar buku yang akan dirancang dapat sesuai dengan kebutuhan *target market* maupun penulis sendiri.

1. Wawancara *Fashion Designer*

Wawancara dilakukan dengan Gusti Agung Omar, yaitu seorang *fashion designer, founder Anggalang by Omar* dan aktivis wastra yang sudah bekerja sejak tahun 2015, tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi seputar penggunaan warna pada *fashion* dan opini beliau seputar tren *fashion* dan warna yang ada. Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan secara *online* melalui *platform Zoom*, pada 18 September 2024 di jam 13.00. Berikut merupakan pertanyaan yang ditanyakan penulis:

Tabel 3.1 Pertanyaan Wawancara *Fashion Designer*

No.	Pertanyaan
1	Apakah berkenan untuk memperkenalkan diri dan sudah berapa lama menjadi seorang <i>fashion designer</i> ?
2	Apakah <i>fashion</i> dapat mempengaruhi penampilan pada kepercayaan diri seseorang?
3	Apakah warna <i>fashion</i> yang digunakan seseorang dapat secara tidak langsung dapat mendukung <i>tone</i> warna kulit klien?

No.	Pertanyaan
4	Apakah ada warna-warna atau kombinasi warna tertentu yang sering Anda gunakan untuk meningkatkan kepercayaan diri?
5	Apakah ada tren warna tertentu yang mempengaruhi pilihan warna klien Anda pada saat ini?
6	Bagaimana anda sebagai seorang <i>fashion designer</i> menerapkan teori <i>color analysis</i> khususnya untuk target pasar berusia dewasa awal rentang usia 18-30 tahun?
7	Seberapa dalam tingkat kesadaran atau pemahaman generasi dewasa awal mengenai teori <i>color analyst</i> ?
8	Apakah mereka aktif mencari informasi tentang warna yang sesuai untuk mereka atau lebih cenderung mengikuti tren yang sedang populer?
9	Apakah Anda memprediksi akan ada tren baru yang muncul terkait dengan penggunaan warna dan personalisasi gaya?

2. Wawancara *Color analysis Consultant*

Wawancara dilakukan dengan Polene Tan, yaitu seorang *color analysis consultant* dan pendiri dari *Jakarta International Color Academy (JICA)* untuk mendapatkan informasi mengenai *color analysis* secara general, *seasonal color* yang ada, *undertone* setiap orang hingga alasan mengapa banyak orang yang tertarik untuk mencoba *color analysis*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan secara *offline* di kantor JICA Academy yang berada di Rainbow Spring Condovillas, Gading Serpong, pada 18 September 2024 di jam 14.00. Berikut merupakan pertanyaan yang ditanyakan oleh penulis:

Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara *Color analysis Consultant*

No.	Pertanyaan
1	Apakah berkenan untuk memperkenalkan diri Anda?
2	Apa itu <i>Color analysis</i> ?
3	Apakah fungsi atau manfaat dari <i>Color analysis</i> ?

No.	Pertanyaan
4	Apa yang membuat orang-orang tertarik untuk mencoba melakukan <i>color analysis</i> ?
5	Apakah <i>color analysis</i> penting untuk kepercayaan diri seseorang terutama mereka yang sedang bekerja?
6	Apa saja yang ada di dalam <i>color analysis</i> ?
7	Apa saja informasi yang perlu diketahui <i>target market</i> seputar <i>color analysis</i> ?
8	Bagaimana pandangan anda terhadap edukasi seputar <i>color analysis</i> bagi masyarakat?
9	Apakah yang dapat menjadi perhatian utama saat melakukan <i>color analysis</i> ?
10	Bagaimana pengalaman anda selama menjadi <i>Color analysis expert</i> ?
11	Menurut anda, apakah di Indonesia sendiri membutuhkan informasi lebih mendalam seputar <i>color analysis</i> ?
12	Bagaimana Anda memastikan akurasi hasil <i>color analysis</i> yang Anda berikan kepada klien? - Apakah ada alat atau teknologi khusus yang Anda gunakan untuk membantu proses analisis warna?
13	Menurut Anda, apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya <i>color analysis</i> ?
14	Bagaimana cara yang efektif untuk mengedukasi masyarakat tentang dasar-dasar <i>color analysis</i> , terutama melalui media sosial?
15	Apakah Anda memiliki saran untuk orang-orang yang ingin belajar lebih banyak tentang <i>color analysis</i> secara mandiri?

3. Wawancara Ahli Desain

Wawancara dilakukan dengan Feby Agnestasya, yaitu seorang *graphic designer* yang bekerja di Hangry untuk mendapatkan informasi

mengenai perancangan buku yang akan dirancang, penggunaan elemen visual yang cocok dengan *target market*, serta saran perancangan buku yang tepat dan berbagi *insight* seputar pengalaman dalam merancang suatu media. Berdasarkan wawancara yang dilakukan secara *online* melalui *platform Google Meet*, pada 19 September 2024 di jam 19.00. Berikut merupakan pertanyaan yang ditanyakan oleh penulis:

Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara Ahli Desain

No.	Pertanyaan
1	Apakah berkenan untuk memperkenalkan diri Anda?
2	Apa itu Media Informasi buku menurut Anda?
3	Apa output dari media informasi yang pernah dirancang?
4	Apa unsur penting yang ada dalam media informasi sehingga dapat disebut sebagai media informasi?
5	Adakah saran dalam memilih visual yang cocok untuk perancangan karya?
6	Bagaimana cara menentukan komposisi desain yang tepat untuk perancangan karya?
7	Bagaimana cara menentukan ukuran dan jenis <i>typeface</i> yang tepat untuk perancangan karya?
8	Bagaimana cara menentukan gaya <i>layout</i> yang tepat untuk perancangan karya?
9	Adakah saran mengenai <i>style visual</i> yang cocok untuk perancangan dan juga <i>target market</i> yang ingin dituju?
10	Saran merancang media informasi yang tepat bagi <i>target market</i> ?

4. Wawancara Psikolog

Wawancara dilakukan dengan Indriyani Virginia, M.Psi, yaitu seorang psikolog remaja dan dewasa untuk mendapatkan informasi seputar kepercayaan diri pada dewasa awal, indikator, faktor kepercayaan diri dan pengaruh penampilan yang baik dengan ketertarikannya dengan kepercayaan diri bagi dewasa awal. Berdasarkan

wawancara yang dilakukan secara online melalui *platform Zoom*, pada 21 Oktober 2024 di jam 16.30 Berikut merupakan pertanyaan yang ditanyakan oleh penulis:

Tabel 3.4 Pertanyaan Wawancara Psikolog

No.	Pertanyaan
1	Apa kepercayaan diri itu?
2	Apakah kepercayaan diri penting dalam bekerja dan bersosialisasi?
3	Apakah indikator dari kepercayaan diri?
4	Apa ketidakpercayaan diri itu?
5	Apa saja dampak yang dapat terjadi jika tidak ada kepercayaan diri dalam bekerja dan bersosialisasi?
6	Apa saja tanda atau indikator seseorang tidak dapat merasa percaya diri?
7	Hal atau faktor apa saja yang dapat mendukung kepercayaan diri bagi dewasa awal? Mengapa faktor tersebut penting dan bagaimana cara meningkatkannya?
8	Hal atau faktor apa saja yang dapat membuat seseorang (dewasa awal) tidak merasa percaya diri? Mengapa faktor tersebut dan bagaimana cara memperbaikinya?
9	Apakah penampilan (pakaian dan warna pakaian yang digunakan) merupakan salah aspek untuk mendukung kepercayaan diri bagi dewasa awal?
10	Apakah kepercayaan <i>inner beauty</i> dapat dibentuk dengan pemakaian pakaian dan juga make up dengan komposisi warna yang sesuai dengan <i>skintone</i> kulit pemakai? dan mengapa?
11	Bagaimana memaksimalkan penampilan dan mendukung kepercayaan diri seseorang?

12	Bagaimana pendapat anda, mengenai <i>color analysis</i> yang sedang tren yang bertujuan untuk memaksimalkan penampilan seseorang?
----	---

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dapat dijawab (Sugiyono, 2013, h.142). Penulis melakukan dua kali tahapan kuesioner yang keduanya dibagikan secara *online* melalui *platform Google Form* untuk dapat benar-benar mengetahui pendapat *target market* mengenai perancangan yang dilakukan.

Kuesioner pertama ditujukan kepada responden dengan rentang usia 18-40 tahun, yang sudah bekerja atau sedang magang dan berdomisili di Jabodetabek. Kuesioner dibagi menjadi 4 bagian, yaitu data pribadi responden, *awareness* responden terkait kepercayaan diri dalam bekerja, *awareness* responden terkait *color analysis*, dan *media behavior* responden. Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tahap 1:

Tabel 3.5 Pertanyaan Kuesioner Tahap 1 *Section 1*

SECTION 1: DATA RESPONDEN			
Pertanyaan		Model	Jawaban
1.	Nama	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
2	Usia	<i>Multiple Choice</i> <i>(Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 18-30 • 31-40
3	Jenis Kelamin	<i>Multiple Choice</i> <i>(Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Perempuan • Laki-laki
4	Domisili	<i>Multiple Choice</i> <i>(Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • DKI Jakarta • Tangerang • Bogor, Bekasi, Depok

5	Pekerjaan	<i>Short Answer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Diisi oleh responden...</i>
---	-----------	---------------------	--

Section 1 berisi mengenai pertanyaan seputar informasi *personal* responden. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai range umur, jenis kelamin dari responden dan pekerjaannya. Pertanyaan ditanyakan agar nantinya karya yang dibuat dapat mencapai *target market* yang sesuai.

Tabel 3.6 Pertanyaan Kuesioner Tahap 1 *Section 2*

SECTION 2: AWARENESS TERKAIT KEPERCAYAAN DIRI SAAT BEKERJA			
Pertanyaan		Model	Jawaban
1	Apa kepercayaan diri menurutmu?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
2	Menurut Anda, seberapa penting kepercayaan diri dalam bekerja	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Penting Skala 5: Penting
3	Apakah penampilan seseorang dapat mempengaruhi kepercayaan diri mereka?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
4	Menurut anda, apakah warna <i>fashion</i> yang digunakan seseorang dapat mempengaruhi keseluruhan penampilan dan kesan yang ditunjukkan?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

SECTION 2: AWARENESS TERKAIT KEPERCAYAAN DIRI SAAT BEKERJA			
	Pertanyaan	Model	Jawaban
5	Apakah anda pernah merasa bingung dalam mengkombinasikan warna <i>fashion</i> yang tepat untuk <i>skintone</i> anda?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
6	Apakah anda merasa bingung dalam melakukan <i>mix and match</i> warna <i>fashion</i> yang akan digunakan?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
7	Menurut Anda, apakah ada warna yang secara umum dianggap lebih <i>professional</i> atau formal dibandingkan warna lainnya? Jika ya, warna apa saja itu, dan mengapa menurut Anda demikian?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>

Section 2 berisi mengenai pertanyaan seputar informasi kepercayaan diri terutama pada saat bekerja. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai opini responden seputar kepercayaan diri, penampilan dan juga warna pada *fashion*. Hal ini ditanyakan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh responden terkait penampilan dan juga kombinasi warna pada *fashion*.

Tabel 3.7 Pertanyaan Kuesioner Tahap 1 *Section 3*

SECTION 3: AWARENESS TERKAIT COLOR ANALYSIS			
Pertanyaan		Model	Jawaban
1	Apakah anda pernah mendengar istilah “ <i>Color analysis</i> ”?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah (pindah ke <i>section</i> pernah) • Tidak Pernah (pindah ke <i>section</i> tidak pernah)
Jika menjawab : PERNAH			
1	Menurut Anda, apa saja manfaat yang bisa diperoleh seseorang dengan berkonsultasi dengan seorang <i>color analyst</i> ?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
2	Apakah Anda mengetahui ada perbedaan antara <i>color analyst</i> dan <i>personal stylist</i> ? Jika ya, apa perbedaan utama keduanya?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
3	Menurut anda, apakah <i>Color analysis</i> dapat membantu permasalahan target audience yang merasa kurang percaya diri terhadap	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

SECTION 3: AWARENESS TERKAIT COLOR ANALYSIS			
Pertanyaan		Model	Jawaban
	penampilannya saat bekerja?		
4	Jika Anda memiliki kesempatan untuk berkonsultasi dengan seorang <i>color analyst</i> , apa yang paling ingin Anda tanyakan atau pelajari?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
5	Apa yang Anda harapkan dari seorang <i>color analyst</i> ? Apa saja layanan atau informasi yang menurut Anda paling penting diberikan oleh seorang <i>color analyst</i> ?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
Jika menjawab : TIDAK PERNAH			
1	Apakah anda tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai apa itu “ <i>Color analysis</i> ”?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

Section 3 berisi mengenai pertanyaan seputar pendapat responden terkait *Color analysis*. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai opini responden seputar *Color analysis* dan pengetahuan seputar perbedaan personal *color analyst* juga *personal stylist*. Hal ini ditanyakan untuk mengetahui seberapa jauh

pengetahuan responden mengenai *Color analysis* yang berhubungan pada *fashion*.

Tabel 3.8 Pertanyaan Kuesioner Tahap 1 *Section 4*

SECTION 4: MEDIA BEHAVIOR			
Pertanyaan		Model	Jawaban
1	Dalam skala 1-5 seberapa sering anda melihat trend <i>Color analysis</i> di media sosial?	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Penting Skala 5: Penting
2	Pilih satu diantara 3 Media apa yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai <i>Color analysis</i>	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Media Cetak • <i>E-Book</i> • Lainnya...
3	Informasi apa yang menurut anda dapat dimasukan kedalam media informasi tersebut?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipe <i>Skintone</i> dan warna yang cocok • <i>Seasonal color</i> untuk <i>fashion</i> • Tips seputar menentukan <i>color palette</i> yang sesuai • Tips kombinasi warna pakaian yang cocok • Lainnya...

Section 4 berisi mengenai pertanyaan seputar *media behavior* responden terkait informasi *Color analysis*. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai opini responden

seputar jenis media yang dapat menginformasikan *Color analysis* dan informasi apa saja yang responden harapkan untuk ada didalam karya nantinya. Hal ini ditanyakan untuk mengetahui preferensi media apa yang cocok untuk dapat mengedukasi dan memberikan informasi seputar *Color analysis* yang mudah berguna dan dipahami oleh *target market*.

Kuesioner kedua dibuat untuk mendalami lebih dalam mengenai *awareness*, SES dan juga spesifikasi *target market* melalui responden yang ada dan karena adanya kesalahan minor dalam kuesioner tahap 1. Kuesioner kedua ditujukan kepada responden perempuan dengan rentang usia 18-30 tahun, mahasiswa tingkat akhir, karyawan magang ataupun karyawan tetap, dan wirausaha yang berdomisili di Jabodetabek. Kuesioner kedua dibagi menjadi 3 bagian, yaitu data pribadi responden, *awareness* mengenai penampilan dan *color analysis*, dan *media behavior* responden. Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tahap 2:

Tabel 3.9 Pertanyaan Kuesioner Tahap 2 *Section 1*

SECTION 1: DATA RESPONDEN			
Pertanyaan		Model	Jawaban
1.	Usia	<i>Multiple Choice</i> (<i>Single Ans</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • 18-22 • 23-25 • 26-30
2	Domisili	<i>Multiple Choice</i> (<i>Single Ans</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • DKI Jakarta • Tangerang • Bogor, Bekasi, Depok
3	Pekerjaan	<i>Multiple Choice</i> (<i>Single Ans</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa • Karyawan • Wirausaha
4	Pengeluaran Bulanan (Kebutuhan Umum)	<i>Multiple Choice</i> (<i>Single Ans</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • < Rp 2.000.000 • Rp 2.000.000-Rp 4.000.000

SECTION 1: DATA RESPONDEN			
Pertanyaan		Model	Jawaban
			<ul style="list-style-type: none"> • Rp 4.000.000-Rp 6.000.000 • > Rp 6.000.000
5	Pengeluaran Bulanan (Kebutuhan <i>Lifestyle & Fashion</i>)	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 0-Rp 250.000 • Rp 250.000-Rp 500.000 • Rp 500.000-Rp 750.000 • Rp 750.000-Rp 1.000.000

Section 1 berisi mengenai pertanyaan seputar informasi *personal* responden yang lebih mendalam. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui mengenai range umur yang lebih spesifik, pekerjaan atau kesibukan dari responden dan pengeluaran yang dikeluarkan dalam sebulan untuk keperluan umum juga *lifestyle*. Pertanyaan ditanyakan agar nantinya karya yang dibuat dapat mencapai *target market* dengan SES yang sesuai.

Tabel 3.10 Pertanyaan Kuesioner Tahap 2 *Section 2*

SECTION 2: AWARENESS TERKAIT PENAMPILAN & COLOR ANALYSIS			
Pertanyaan		Model	Jawaban
1	Apakah penampilan penting untuk kepercayaan diri seseorang?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
2	Apakah penampilan penting dalam bekerja?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

SECTION 2: AWARENESS TERKAIT PENAMPILAN & COLOR ANALYSIS			
Pertanyaan		Model	Jawaban
3	Apakah anda pernah mendengar istilah “ <i>Color analysis</i> ”?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah (pindah ke <i>section</i> pernah) • Tidak Pernah (pindah ke <i>section</i> tidak pernah)
Jika menjawab : PERNAH			
1	Pernahkah anda salah mengkombinasikan warna pakaian?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah • Tidak Pernah
2	Dimana anda sering mendengar “ <i>Color analysis</i> ”?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Keluarga • Teman • Media Sosial (Instagram & Tiktok) • Website • Youtube
3	Dari skala 1-5 seberapa paham anda memahami tentang <i>Color analysis</i>	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Paham Skala 5: Paham
4	Apakah peranan “ <i>Color analysis</i> ” yang anda tau?	<i>Short Answer</i>	<i>Diisi oleh responden...</i>
5	Menurut Anda, apakah informasi terkait <i>Color analysis</i> ini akan membantu penampilan Anda	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
Jika menjawab : TIDAK PERNAH			

SECTION 2: AWARENESS TERKAIT PENAMPILAN & COLOR ANALYSIS			
	Pertanyaan	Model	Jawaban
1	Pernahkah anda salah mengkombinasikan warna pakaian?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah • Tidak Pernah
2	Apakah anda tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai “ <i>Color analysis</i> ”?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

Section 2 berisi mengenai pertanyaan seputar informasi mengenai penampilan dan *Color analysis*. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai opini responden seputar penampilan dan juga *Color analysis*. Hal ini ditanyakan untuk mengetahui pentingnya penampilan untuk dapat mendukung kepercayaan diri, pemahaman responden mengenai *Color analysis*, dan kesalahan dalam mengombinasikan warna pada *fashion*.

Tabel 3.11 Pertanyaan Kuesioner Tahap 2 *Section 3*

SECTION 3: MEDIA BEHAVIOR			
	Pertanyaan	Model	Jawaban
1	Bentuk media informasi apa yang sering anda akses?	Multiple Choice (Single Ans)	<ul style="list-style-type: none"> • Digital (website, media sosial) • Konvensional (buku, flyer, media cetak lainnya)
2	Dalam skala 1-5 seberapa penting peran media informasi dalam membantu <i>target market</i> untuk	Likert	Skala 1 = Tidak Penting Skala 5 = Penting

SECTION 3: MEDIA BEHAVIOR			
Pertanyaan		Model	Jawaban
	mengetahui “ <i>Color analysis</i> ”?		
3	Informasi apa saja yang menurut anda dapat dimasukan kedalam media informasi tersebut	Multiple Choice (Single Ans)	<ul style="list-style-type: none"> • Tipe <i>Skintone</i> dan warna yang cocok • <i>Seasonal color</i> untuk <i>fashion</i> • Tips seputar menentukan color palette yang sesuai • Tips kombinasi warna pakaian yang cocok • Lainnya...
4	Apakah media informasi berupa buku interaktif dapat menjadi solusi efektif dalam membantu edukasi terkait “ <i>Color analysis</i> ”?	Multiple Choice (Single Ans)	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak

Section 4 berisi mengenai pertanyaan seputar *media behavior* responden terkait informasi *Color analysis*. Pertanyaan yang diberikan pada *section* ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai opini responden seputar jenis media yang dapat menginformasikan *Color analysis*, informasi apa saja yang responden harapkan untuk ada didalam karya nantinya dan apakah media yang interaktif dapat lebih efektif dalam membantu seputar edukasi terkait *Color analysis*. Hal ini ditanyakan untuk mengetahui preferensi media yang unik dan cocok untuk dapat mengedukasi serta memberikan

informasi seputar *Color analysis* yang mudah berguna dan dipahami oleh *target market*.

3.3.4 Studi Eksisting

Dalam perancangan ini, penulis juga melakukan studi eksisting terhadap *color analysis information sheets* dari *Style Coaching Institute* sebagai acuan konten dari perancangan yang akan dilakukan. Dikarenakan informasi yang ada didalam *sheets* tersebut relevan dengan topik dari perancangan yang akan dibuat.

3.3.5 Studi Referensi

Dalam perancangan ini, penulis juga melakukan studi referensi terhadap beberapa media, seperti buku anak yaitu *Rainbow Chameleon* by Yusuke Yonezu, sebagai acuan dari referensi interaktivitas dalam perncangan buku interaktif nantinya. Selain itu penulis juga melakukan studi referensi terhadap website parfum *A.N OTHER*, sebagai acuan untuk referensi tipografi dalam perancangan.

