

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan pada perancangan konten edukasi digital mengenai bahan bakuchiol sebagai *skincare* untuk kulit sensitif, ialah:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-laki
- b. Usia: 23-30 Tahun

Berdasarkan data dari Nuraliani (2025, h. 2758), kelompok masyarakat berusia 23–30 tahun merupakan segmen demografis terbesar yang telah bekerja dan aktif melakukan pembelian produk *skincare* sebagai bagian dari rutinitas perawatan kulit harian. Pada rentang usia 24–30 tahun, yang mencakup generasi Z dan milenial, mayoritas individu secara rutin menggunakan produk *skincare* setiap hari. Berdasarkan data dari Zap Beauty Index (2020), sebanyak 43,2% dari generasi Z dan 55,7% dari generasi milenial diketahui menggunakan produk *skincare* secara teratur.

- c. Pendidikan: Minimal SMA
- d. SES: A-B

Kelompok target dengan status sosial ekonomi (SES) A–B menunjukkan tingkat penggunaan *skincare* yang tinggi. Berdasarkan data dari ZAP Beauty Index (2024), sebanyak 59% responden melakukan pembelian produk *skincare* setiap 1–3 bulan sekali. Hal ini mencerminkan tingkat kesadaran akan perawatan diri yang cukup tinggi dan konsistensi dalam penggunaan produk *skincare*. Lebih lanjut, survei yang sama menunjukkan bahwa sekitar 28,6% wanita Indonesia dari kelompok ini menghabiskan lebih dari Rp500.000 per bulan untuk pembelian produk *skincare*.

## 2. Geografis

### Jabodetabek

Area ini menjangkau Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebagai kawasan metropolitan terbesar di Indonesia yang memiliki karakteristik demografis dan ekonomi yang mendukung. DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi nasional mencatat PDRB per kapita tertinggi di Indonesia (BPS DKI Jakarta, 2025), yang mencerminkan daya beli masyarakat yang relatif tinggi terhadap produk perawatan diri. Di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek, pengeluaran rumah tangga per kapita untuk kelompok non-makanan, termasuk kesehatan dan perawatan pribadi, juga tergolong besar (BPS, Susenas 2023). Selain itu, tingkat penetrasi internet nasional yang mencapai 79,5% pada 2024 (APJII, 2024) memperkuat relevansi penggunaan media sosial sebagai media distribusi informasi. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan industri kosmetik nasional, yang diperkirakan mencapai Rp30 triliun pada 2024 dengan proyeksi pertumbuhan 4,8% per tahun hingga 2029 (Kemenperin, 2024). Berdasarkan data tersebut, Jabodetabek dinilai sebagai wilayah yang potensial dan representatif untuk menjadi target utama dalam penyampaian informasi seputar bahan bakuchiol melalui media sosial.

## 3. Psikografis

- a. Dewasa yang menggunakan *skincare* dalam sehari-hari.
- b. Dewasa yang mepedulikan kesehatan kulitnya.
- c. Dewasa yang tertarik untuk mempelajari kandungan dalam *skincare*.
- d. Dewasa yang menggunakan media sosial sebagai tempat pencarian informasi.

Perancangan konten edukasi ini mencakup penentuan subjek perancangan berdasarkan aspek demografis, geografis, dan psikografis. Secara demografis, konten ditujukan kepada perempuan dan laki-laki berusia 23–30 tahun yang aktif melakukan pembelian produk *skincare* sebagai bagian dari rutinitas perawatan kulit harian. Target audiens memiliki tingkat pendidikan minimal SMA

dan termasuk dalam kelompok ekonomi sosial SES A–B, mengingat sebagian dari kelompok tersebut mengalokasikan pengeluaran sekitar Rp500.000 per bulan untuk pembelian produk skincare. Secara geografis, wilayah Jabodetabek dipilih karena merupakan kawasan metropolitan terbesar di Indonesia dengan karakteristik demografis dan ekonomi yang mendukung. Selanjutnya, secara psikografis, konten edukasi ditujukan kepada individu dewasa yang menggunakan skincare dalam keseharian, memiliki kepedulian terhadap kesehatan kulit, tertarik mempelajari kandungan dalam produk skincare, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pencarian informasi.

### **3.2 Metode dan Prosedur Perancangan**

Pada penelitian ini, metode perancangan yang digunakan penulis didasari oleh prosedur Robin Landa (2014) dalam bukunya yang berjudul "*Graphic Design Solutions 6<sup>th</sup> Edition*" dengan melalui lima tahapan proses desain (h. 73). Lima tahapan proses desain tersebut terdiri dari *orientation*, *analysis*, *concept*, *design*, dan *implementation*. Tahap pertama, yaitu *orientation*, merupakan proses awal di mana penulis memahami kebutuhan target dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Selanjutnya, pada tahap *analysis*, penulis menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk merumuskan permasalahan yang ada. Pada tahap *concept*, penulis melakukan brainstorming guna mengembangkan ide-ide yang dapat menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Tahap berikutnya adalah *design*, di mana penulis mulai merancang desain sebagai langkah awal menuju solusi. Terakhir, pada tahap *implementation*, penulis mengaplikasikan hasil rancangan desain ke dalam media yang telah ditentukan.

Metode penelitian yang akan dilakukan adalah dengan melalui pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Sugiyono (2014, h. 404) menjelaskan bahwa dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif ke dalam suatu penelitian dapat bermanfaat untuk memperoleh data yang bersifat lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. Dalam mengumpulkan data melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif, penulis akan melakukan observasi, wawancara, dan kuesioner.

### **3.3.2 Orientation**

Pada tahap pertama, penulis melakukan pencarian dan pengumpulan data terkait permasalahan melalui beberapa teknik, yaitu observasi untuk mengamati kondisi lapangan, wawancara dengan ahli dan pengguna guna menggali efektivitas bahan bakuchiol untuk kulit, serta penyebaran kuesioner untuk mengetahui tingkat pengetahuan audiens mengenai bahan bakuchiol. Seluruh data yang dikumpulkan bertujuan untuk mendukung proses perancangan media informasi yang tepat sasaran.

### **3.3.3 Analysis**

Pada tahap kedua, penulis menganalisis data yang telah diperoleh untuk mengidentifikasi serta merumuskan permasalahan yang dialami oleh audiens terkait topik yang dibahas. Analisis ini bertujuan untuk menemukan solusi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan target audiens, sehingga perancangan media informasi dapat dilakukan secara tepat sasaran.

### **3.3.4 Concept**

Pada tahap ketiga, penulis melakukan brainstorming untuk mengembangkan ide dan konsep yang dapat dimanfaatkan dalam perancangan media informasi sebagai solusi atas permasalahan. Proses ini dilakukan melalui pembuatan mind map, penentuan kata kunci (*keyword*), serta *big idea*, sehingga konsep desain yang tepat dapat ditemukan. Tahapan ini penting untuk mendukung terbentuknya media informasi visual yang relevan dan efektif sebagai solusi terhadap permasalahan desain yang diangkat.

### **3.3.5 Design**

Pada tahap keempat, penulis mulai melakukan proses perancangan desain berdasarkan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahapan ini mencakup pembuatan *key visual*, *stylescape*, dan sketsa sebagai dasar visual dari media informasi yang akan dikembangkan. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan media informasi yang dipilih.

### **3.3.6 Implementation**

Pada tahap kelima, penulis mengimplementasikan seluruh desain yang telah dirancang ke dalam media informasi terpilih, yaitu media sosial Instagram, sebagai tempat penyebaran konten edukasi digital.

### **3.3.7 Market Validation**

Pada tahap ini, penulis akan melakukan evaluasi melalui *market validation* kepada target audiens guna memperoleh masukan (*feedback*) terhadap desain yang telah dibuat, sebagai bahan pertimbangan untuk penyempurnaan perancangan yang lebih lanjut.

Melalui tahapan perancangan yang terstruktur, proses perancangan konten edukasi dapat dilaksanakan secara efektif. Tahap *orientation* dilakukan melalui pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Selanjutnya, pada tahap *analysis*, data yang telah diperoleh dianalisis untuk merumuskan permasalahan yang ada sehingga dapat ditentukan solusi yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Tahap *concept* merupakan proses *brainstorming* dalam merancang konsep konten edukasi sebagai solusi, yang dilengkapi dengan visual yang relevan dan efektif terhadap permasalahan yang diangkat. Pada tahap *design*, seluruh konsep diterjemahkan ke dalam perancangan visual konten edukasi yang disesuaikan dengan karakteristik media informasi yang ditentukan. Tahap berikutnya adalah *implementation*, yaitu pengaplikasian seluruh desain konten edukasi ke dalam media sosial Instagram sebagai media utama penyebaran informasi. Tahap terakhir, *market validation*, dilakukan sebagai bahan evaluasi untuk memperoleh masukan terhadap desain yang dihasilkan guna penyempurnaan hasil akhir perancangan.

## **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Teknik perancangan yang akan dilakukan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif yang terdiri dari observasi, wawancara, dan kuesioner. Sugiyono (2016, h.8) menjelaskan bahwa menghasilkan data berdasarkan interpretasi dan pemahaman yang diperoleh langsung dari lapangan. Sebaliknya, metode kuantitatif diterapkan pada kelompok audiens yang representatif, dengan hasil data yang

bersifat objektif, konkrit, dan terukur. Dalam mengumpulkan data melalui pendekatan kualitatif, penulis melakukan observasi dan wawancara bersama ahli (*expert interview*) serta pengguna untuk memperluas wawasan penulis mengenai topik yang diangkat. Sedangkan, dalam mengumpulkan data melalui pendekatan kuantitatif, penulis akan membagikan kuesioner kepada target batasan masalah untuk mengetahui pengetahuan mereka seputar topik yang dibahas. Pendokumentasian akan dilakukan dengan memotret hasil observasi, merekam hasil wawancara serta foto bersama dengan narasumber yang terpilih.

### **3.3.1 Observasi**

Sugiyono, 2020 (dalam Aini, 2024, h. 16) menjelaskan bahwa observasi merupakan teknik mengumpulkan data dengan memperhatikan dan menelusuri objek yang diteliti secara langsung. Mengamati fenomena yang ada menjadi hal yang paling utama dalam menjalankan observasi. Peneliti melakukan observasi dengan mengamati beberapa toko fisik yang menjual produk *skincare* untuk memperhatikan bagaimana keberadaan dan letak *skincare* dengan bahan bakuchiol di toko penjualan *skincare*. Dalam melakukan observasi pengamatan untuk memperoleh data, penulis menggunakan teknik berikut.

#### **1. Pengamatan Terfokus**

Penulis melakukan observasi dengan pengamatan yang terfokus pada produk *skincare* berbahan bakuchiol. Sebelum melakukan pengamatan langsung di lapangan, penulis terlebih dahulu melakukan observasi awal terhadap penjualan produk *skincare* berbahan bakuchiol melalui platform *e-commerce* Shopee dan media sosial Instagram. Untuk memperluas dan memperdalam hasil penelitian, penulis kemudian melanjutkan dengan observasi langsung melalui kunjungan ke toko fisik yang menjual berbagai produk *skincare* di pusat perbelanjaan. Pengamatan ini bertujuan untuk melihat bagaimana produk *skincare* berbahan bakuchiol diposisikan atau dipajang di rak penjualan, serta bagaimana keterlihatannya dibandingkan dengan produk lain.

### 3.3.2 Wawancara

Sugiyono, 2017 (dalam Prawiyogi, dkk, 2021, h. 449) menjelaskan bahwa wawancara merupakan proses interaksi antar dua individu yang bertujuan untuk saling bertukar informasi dan ide melalui kegiatan tanya jawab, sehingga memungkinkan terbentuknya pemahaman terhadap suatu topik tertentu. Teknik ini digunakan dalam pengumpulan data, baik ketika peneliti melakukan studi pendahuluan untuk merumuskan masalah penelitian, maupun saat peneliti ingin menggali informasi yang lebih mendalam dari responden.

#### 1. Wawancara Dokter Kecantikan & Estetika

Wawancara bersama ahli (*expert interview*) dilakukan dengan dr. Farah Maharani, sebagai dokter yang telah berpengalaman selama tujuh tahun di bidang kecantikan & estetika. Saat ini, beliau aktif berpraktik sebagai dokter estetika di Calysta Skin Clinic, Cirebon. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai risiko dan dampak penggunaan bahan aktif secara rutin pada kulit sensitif, serta memahami mekanisme kerja dan efektivitas bahan bakuchiol sebagai alternatif *skincare* yang ramah untuk jenis kulit sensitif. Hasil wawancara ini nantinya akan digunakan sebagai dasar pendukung dalam penyusunan konten edukasi digital melalui media sosial Instagram yang valid untuk dibagikan kepada audiens. Adapun beberapa *sample* pertanyaan yang diajukan kepada narasumber berdasarkan buku Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*) dari Prof. Dr. Sugiyono (2014) adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa sering Anda menerima pasien dengan kulit sensitif yang mengalami permasalahan kulit akibat salah dalam memilih *skincare* yang digunakan? dan bagaimana pengalaman Anda saat menanganinya?
- b. Bagaimana pendapat Anda mengenai seseorang berkulit sensitif yang menggunakan *skincare* dengan kandungan alkohol, parfum, SLS, ataupun bahan aktif dalam merawat kulit?



- c. Menurut Anda, apakah kelebihan dari bahan bakuchiol sebagai *skincare* untuk kulit sensitif?
- d. Kapan waktu yang tepat untuk menggunakan *skincare* dengan bahan bakuchiol pada kulit?
- e. Bagaimana mekanisme kerja bahan bakuchiol secara dermatologis dalam konteks regenerasi sel kulit, seperti dalam mencegah penuaan dini ataupun mengatasi jerawat?
- f. Apakah bahan bakuchiol aman untuk dikombinasikan dengan bahan *skincare* lainnya?
- g. Berdasarkan pengalaman, di mana titik kekeliruan pemahaman terbesar para pemilik kulit sensitif dalam memilih bahan aktif *skincare* terjadi?
- h. Bagaimana pemilihan *skincare* yang lebih direkomendasikan untuk kulit sensitif?

Beberapa *sample* pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui bagaimana pengalaman narasumber dalam menangani permasalahan kulit pasien yang sensitif dengan penggunaan bahan bakuchiol.

## **2. Wawancara Pengguna *Skincare* dengan Bahan Bakuchiol**

Wawancara bersama pengguna dilakukan dengan Danial dan Vania Clarista sebagai pemilik kulit sensitif yang menggunakan *skincare* secara rutin serta pernah menggunakan bahan bakuchiol sebagai kandungan dalam produk *skincare* mereka. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai efektivitas dan tingkat keamanan penggunaan *skincare* berbahan bakuchiol sebagai bahan alami pada kulit sensitif. Hasil wawancara ini dapat digunakan untuk mendukung penyusunan konten edukasi digital melalui media sosial yang valid untuk dibagikan kepada audiens. Adapun beberapa *sample* pertanyaan yang diajukan kepada narasumber berdasarkan buku Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*) dari Prof. Dr. Sugiyono (2014) adalah sebagai berikut:



- a. Apa jenis kulit yang Anda miliki?
- b. Apa masalah kulit yang pernah / biasa Anda alami?
- c. Seberapa sering Anda menggunakan *skincare*?
- d. Dari mana Anda pertama kali mengetahui adanya produk *skincare* dengan kandungan bahan bakuchiol?
- e. Kapan pertama kali Anda menggunakannya?
- f. Apa yang menjadi alasan utama Anda saat membeli produk *skincare* yang mengandung bahan bakuchiol saat itu?
- g. Jenis produk *skincare* dengan kandungan bahan bakuchiol apa yang Anda gunakan?
- h. Berapa lama Anda menggunakan produk *skincare* dengan bahan bakuchiol tersebut?
- i. Bagaimana pengalaman pertama Anda saat menggunakan *skincare* dengan bahan bakuchiol pada kulit? apakah ada mengalami efek samping atau reaksi tertentu setelah menggunakannya, seperti, iritasi, kemerahan, atau justru lebih nyaman?
- j. Apakah Anda merasa ada perubahan pada kulit setelah rutin menggunakan *skincare* dengan bahan bakuchiol? Kalau ada, perubahannya seperti apa?
- k. Berapa lama penggunaan produk *skincare* dengan bahan bakuchiol memberikan efeknya kepada kulit Anda?
- l. Menurut Anda, apa kelebihan bahan bakuchiol sebagai *skincare* dengan bahan alami dibandingkan dengan *skincare* dengan bahan aktif?
- m. Menurut Anda, *skincare* dengan bahan bakuchiol ini direkomendasikan untuk tipe kulit seperti apa?

Beberapa *sample* pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui bagaimana pengalaman pengguna dalam penggunaan bahan bakuchiol sebagai kandungan dalam *skincare* yang digunakan untuk merawat kesehatan kulit mereka.

### 3.3.3 Kuesioner

Dengan menerapkan pengumpulan data melalui pendekatan kuantitatif, kuesioner menjadi salah satu teknik pengumpulan data dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono, 2017 (dalam Prawiyogi, 2021, h. 449) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk mereka jawab berdasarkan pengetahuannya. Penulis akan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang dengan kriteria yang sesuai dengan target audiens yaitu, berusia 23-30 tahun dan berdomisili di Jabodetabek. Hal ini dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai bahan bakuchiol sebagai bahan alami yang aman digunakan untuk kulit sensitif. Data yang diperoleh melalui kuesioner akan digunakan oleh penulis untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh audiens, serta menentukan strategi perancangan media informasi yang tepat sasaran sesuai dengan karakteristik target. Adapun beberapa *sample* pertanyaan yang diajukan kepada narasumber berdasarkan buku Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*) dari Prof. Dr. Sugiyono (2014) adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Responden

- a. Domisili (Jabodetabek)
- b. Gender (Laki-laki/Perempuan)
- c. Usia (23-30 tahun)
- d. Pekerjaan (Jawaban pendek)
- e. Pengeluaran bulanan untuk *skincare* (Kurang dari Rp500.000/Rp500.000-Rp1.000.000/Rp1.000.000-Rp1.500.000/Rp1.500.000-Rp2.000.000/Rp2.000.000-Rp2.500.000/Rp2.500.000- Rp3.000.000/lebih dari Rp3.000.000)

#### 2. Pemahaman Bahan Bakuchiol & Masalah Kulit

- a. Apakah Anda memiliki kulit sensitif? (Ya/Tidak/Tidak Tahu)
- b. Apakah Anda pernah mendengar bahan bakuchiol dalam *skincare*? (Ya/Tidak)

- c. Dari mana Anda pertama kali mengetahuinya? (Media sosial/*E-commerce*/Internet/Teman atau keluarga/Dokter kulit atau dokter estetika/Tidak tahu atau tidak pernah mendengar tentang bakuchiol/Lainnya:\_\_\_\_\_)
- d. Apakah Anda mengetahui manfaat bahan bakuchiol? (Skala likert 1(Sangat kurang paham) - 4 (Sangat paham))
- e. Apa saja manfaat bakuchiol yang anda ketahui? (Jawaban lebih dari satu: Mencegah penuaan dini/Mencerahkan kulit/Mengatasi jerawat/Menyamarkan noda hitam/Melembabkan kulit/Menghaluskan tekstur kulit/Menyamarkan garis halus & keriput/Membantu mengontrol minyak berlebih/Lainnya:\_\_\_\_\_)
- f. Apakah Anda pernah menggunakan bahan bakuchiol dalam *skincare*? (Ya/Tidak)
- g. Apakah Anda pernah mengalami kesalahan dalam memilih produk *skincare*? (Ya/Tidak)
- h. *Skincare* dengan kandungan bahan aktif apa yang kurang cocok pada kulit Anda? (Jawaban lebih dari satu: Retinol/Vitamin C/AHA/BHA/PHA/Niacinamide/Alpha arbutin/Lainnya:\_\_\_\_\_)
- i. Apa yang terjadi pada kulit Anda saat menggunakannya? (Jawaban lebih dari satu: Gatal-gatal/Kemerahan/Munculnya jerawat baru/Sensasi panas & perih/ Kering & mengelupas/Lainnya:\_\_\_\_\_)

### 3. Penggunaan Media

- a. Media apa yang paling sering Anda temui mengenai bahan *skincare* untuk kulit sensitif? (Media sosial/*Website* atau *beauty blog*/Lainnya:\_\_\_\_\_)
- b. Media apa yang sering Anda gunakan untuk mencari informasi mengenai bahan *skincare* untuk kulit sensitif? (Media sosial/*Website* atau *beauty blog*/Lainnya:\_\_\_\_\_)

Teknik perancangan yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan melalui metode pengamatan terfokus,

yaitu dengan mengamati konten dan produk skincare pada platform *e-commerce* Shopee serta media sosial Instagram, serta melakukan pengamatan langsung di lapangan dengan mengunjungi salah satu toko fisik yang menjual berbagai produk *skincare* di pusat perbelanjaan. Selanjutnya, wawancara dilakukan dengan ahli, yaitu dr. Farah Maharani, serta pengguna produk skincare, yaitu Danial dan Vania Clarista. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi dari dokter kecantikan dan estetika sebagai bahan pendukung kelengkapan konten edukasi yang disampaikan, serta untuk mengetahui pengalaman pengguna dalam menggunakan bakuchiol sebagai bahan alami dalam produk skincare. Teknik terakhir berupa penyebaran kuesioner dilakukan dengan membagikan sejumlah pertanyaan kepada target sasaran guna mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh audiens, sehingga dapat ditentukan strategi perancangan media informasi yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik target. Pertanyaan kuesioner mencakup tingkat pemahaman audiens terhadap bahan bakuchiol dalam produk skincare. Seluruh teknik perancangan ini dilakukan untuk menganalisis permasalahan yang ada dan merumuskan solusi yang sesuai dengan kebutuhan target audiens.

