

**PERANCANGAN KOMIK WEB PANDUAN
BASIC SKINCARE WAJAH UNTUK REMAJA
LAKI-LAKI**



TUGAS AKHIR PERANCANGAN

Oleh:

Deny Rahmat Nugroho

NIM: 1610180124

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022**

Tugas Akhir Perancangan berjudul:

PERANCANGAN KOMIK WEB PANDUAN *BASIC SKINCARE* WAJAH UNTUK REMAJA LAKI-LAKI diajukan oleh Deny Rahmat Nugroho, NIM 1610180124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 14 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Penguji/Ketua Sidang



Hesti Rahayu, S.Sn., M.A.

NIP 19740730 199802 2 001/NIDN 0030077401

Pembimbing II/Penguji/Anggota



Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn.

NIP 19850103 201504 1 001/NIDN 0030198507

Cognate/Anggota,



Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP 19720909 200812 1 001/NIDN 0009097204

Ketua Program Studi DKV,



Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002/NIDN 0003018706

Ketua Jurusan Desain,



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP 19770315 200212 1 005/NIDN 0015037702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.

NIP 19691108 199303 1 001/NIDN 0008116906

“Cara terbaik untuk meramalkan masa depan ialah dengan cara menciptakannya.”

–Abraham Lincoln



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Deny Rahmat Nugroho

NIM : 1610180124

Fakultas : Seni Rupa

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Karya Desain berjudul: **PERANCANGAN KOMIK WEB PANDUAN *BASIC SKINCARE* WAJAH UNTUK REMAJA LAKI-LAKI** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya asli hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari perancang sendiri, baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, perancang akan mencantumkan sumber secara jelas.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka perancang bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 14 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

Deny Rahmat Nugroho

NIM 1610180124

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Deny Rahmat Nugroho

NIM : 1610180124

Fakultas : Seni Rupa

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, karya Tugas Akhir Perancangan yang berjudul **PERANCANGAN KOMIK WEB PANDUAN *BASIC SKINCARE* WAJAH UNTUK REMAJA LAKI-LAKI**. Dengan demikian perancang memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selaku perancang. Demikian pernyataan ini perancang buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 14 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

Deny Rahmat Nugroho

NIM 1610180124

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat-Nyalah Laporan Tugas Akhir Perancangan Komik Web *Basic skincare* Wajah Untuk Remaja Laki-Laki ini dapat disusun hingga selesai tepat waktu, serta sesuai dengan kaidah penyusunan yang sudah ditentukan.

Laporan ini membahas tentang proses perancangan komik web yang membahas tentang *basic skincare* wajah yang ditujukan untuk remaja laki-laki. Alasan dipilihnya materi ini antara lain adalah karena *concern* dari perancang mengenai topik ini yang masih minim memiliki media informasi untuk target audiens yang disebutkan dalam judul. Media komik web sendiri dipilih karena kemudahan aksesnya serta bentuk medianya yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern.

Karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, Perancang meyakini masih banyak kekurangan dalam laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi menyempurnakan karya tulis ini. Sehingga dapat memperbaiki bentuk maupun isi dari laporan Tugas Akhir ini kedepannya. Harapan dari perancang adalah, semoga laporan tugas akhir perancangan ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 14 Juni 2022

Perancang,

Deny Rahmat Nugroho

UCAPAN TERIMA KASIH

Pembuatan perancangan ini tidak akan terselesaikan tanpa segala wujud bantuan, doa, serta dukungan moril dari berbagai pihak yang bersangkutan. Maka dari itu Perancang ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr.Timbul Raharjo, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.Sa. Selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Bapak Daru Tunggul Aji, S.S., M.A. Selaku Ketua Program Studi.
5. Bapak Drs. H.M. Umar Hadi, M.S. Selaku Dosen Wali
6. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn., M.A. selaku Dosen Pembimbing I, atas dukungan dan kesabarannya kepada Perancang dalam proses pembimbingan, dengan memberikan informasi, motivasi, dan masukan yang membangun hingga laporan ini terselesaikan.
7. Bapak Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II, atas segala dukungan dan kesabarannya kepada Perancang dalam proses pembimbingan, dengan memberikan informasi, arahan, dan masukan yang membangun hingga laporan ini terselesaikan.
8. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn. Selaku *Cognate* atas bimbingan pada saat sidang tugas akhir berlangsung dengan memberikan masukan, saran, dan masukan untuk laporan perancangan ini.
9. Seluruh Dosen dan staf di Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, atas ilmu, pengalaman, perspektif, dan masukan membangun selama masa perkuliahan hingga selesainya Tugas Akhir Perancangan ini.
10. Keluarga yang menjadi alasan Perancang untuk terus berjuang menyelesaikan tugas akhir perancangan ini, dan senantiasa mendoakan yang terbaik.
11. Bagus Aji Pamungkas, teman satu *circle* terakhir yang masih bersama berjuang menyelesaikan tugas akhir.

12. Muhammad Ilham Firmanto dan Ridwan Fadilah. Dua teman dekat yang mau meluangkan waktunya unruk memberikan asistensi dalam pengerjaan karya.
13. Muhammad Iqbal, teman yang sudah beda pulau namun tetap memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir.
14. Kikuchi Makoto, *waifu* sekaligus karakter dari seri IDOLM@STER yang penampilannya dan suaranya selalu menjadi *oasis* bagi perancang ketika penat dalam proses pengerjaan tugas akhir.
15. Teman-teman DKV ISI Yogyakarta, atas pengalaman dan kerja sama selama hampir lima tahun bersama.
16. Seluruh pihak yang telah membantu dan belum dapat disebutkan satu persatu.



ABSTRAK

PERANCANGAN KOMIK WEB

PANDUAN *BASIC SKINCARE* WAJAH UNTUK REMAJA LAKI-LAKI

Oleh: Deny Rahmat Nugroho

NIM: 1610180124

Skincare semakin populer di kalangan remaja laki-laki. Akan tetapi penggunaan produk *skincare* tanpa didasari pengetahuan akan produk-produk tersebut sering berujung pada kegagalan. Pada kasus terburuknya, pengguna awam dapat terjebak pada produk-produk yang mengandung bahan berbahaya. Untuk mengatasinya, memberikan panduan singkat akan hal dasar mengenai *skincare* dapat menjadi solusi permasalahan tersebut. Namun panduan yang beredar sebagian besar masih ditujukan untuk audiens perempuan. Adanya media panduan yang ringkas dan ditujukan untuk audiens laki-laki, akan sangat membantu agar informasi tersebut juga dapat dipahami juga oleh kalangan laki-laki. Perancangan ini bertujuan untuk membantu penyampaian informasi tersebut menggunakan media komik web sebagai media panduan *skincare* wajah untuk remaja laki-laki yang informatif dan mudah dimengerti.

Metode perancangan diawali dengan identifikasi persoalan yakni adalah menyampaikan panduan *basic skincare* wajah melalui media komik web. Data yang dikumpulkan berupa data verbal dan visual yang didapat melalui studi pustaka dan observasi bersumber dari dokter maupun ahli di bidang *skincare*. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode 5W+1H untuk menemukan konsep yang sesuai dengan perancangan. Setelah analisis data selesai, dilakukan perancangan media melalui lima tahapan yaitu visualisasi sketsa, merancang *copywriting*, merancang aset visual, merancang *layout*, dan kemudian masuk pada tahap produksi. Seluruh perancangan komik web dikerjakan secara digital dan berformat berwarna. Cerita yang diangkat erat kaitannya dengan permasalahan pada penampilan dan kepercayaan diri yang diperankan oleh karakter utama remaja laki-laki. Dibantu dengan visualisasi yang maskulin membuat media ini lebih tepat sasaran.

Luaran dari perancangan ini berupa media komik web berjudul *Mob Henshin!*. Media diunggah ke platform Webtoon dengan kelebihan platformnya yang bebas biaya publikasi, dan gratis akses terhadap konten di dalam platformnya sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Kata kunci: komik web, panduan, *skincare*

ABSTRACT

THE DESIGN OF WEB COMIC ON A GUIDE FOR BASIC FACIAL SKINCARE ROUTINES TOWARDS ADOLESCENT MALES

By: Deny Rahmat Nugroho

Student IDN: 1610180124

Skincare has gain popularity in male audiences lately. However, if the usage of said skincare products isn't based on knowledges on how to properly use them, that attempt would certainly end up rather unsuccessful. In worst case scenario, unexperienced users might caught up in products containing dangerous substances. To sort that out, publishing a short guide on basic knowledge of skincare would be an answer to that problem. Nevertheless in most cases, skincare guides had published only towards female audiences. The presence of this media on brief guidance towards male audiences would be helpful for male focused audiences. This design are meant to help conveying informations through the means of web comic media as an informative and easy to understand guides on facial skincare basics for adolescent males.

Designing method starts off with identifying topics in hand, which is how to convey facial skincare basics through web comic media. Data is gathered in a form of verbal and visual data through literature studies and observations referencing to doctors and experts on skincare. Gathered data is then analyzed through 5W+1H method to figure out concepts suitable to the design. After the data is completely analyzed, as so began the designing of the media through visualizing sketches, create copywritings, designing visual assets, laying layouts, and only after that starts producing the designs. The whole web comic is designed digitally and fully colored. Chosen storyline is closely related to problems such as appearances and low self esteem which acted by an adolescent male main character. Masculine visualization is also used for more effective media.

Results of this design is in a form of web comic media with designated title "Mob Henshin!" Media then uploaded unto Webtoon's web comic platform with their merits such as cost-free publications, and free access to the contents to reach even wider audiences.

Keywords: web comic, guides, skincare

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Perancangan	6
D. Batasan Perancangan	6
E. Manfaat Perancangan	6
F. Definisi Operasional	7
G. Metode Perancangan	8
H. Metode Analisis Data	11
I. Skematika Perancangan	12
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	13
A. Identifikasi Data	13
1. Tinjauan Tentang Komik	13
2. Tinjauan Komik Web	13
3. Tinjauan Tentang Buku Panduan	25
4. Tinjauan Tentang <i>Basic skincare</i> Wajah Untuk Remaja Laki-Laki	25
B. Tinjauan Komik Web yang Akan Dirancang	45

C. Tinjauan Komik Web Pesaing di Pasaran.....	47
D. Analisis Data	53
E. Kesimpulan dan Usulan Pemecahan Masalah	55
BAB III KONSEP DESAIN	58
A. Konsep Kreatif	58
1. Tujuan Kreatif	58
2. Strategi Kreatif	58
B. Program Kreatif.....	60
1. Judul Komik Web	60
2. Sinopsis	60
3. <i>Storyline</i>	61
4. Naskah	70
5. Deskripsi Tokoh Utama dan Pendukung	88
6. Gaya <i>Layout</i>	89
7. Tone Warna.....	89
8. Tipografi	90
BAB IV PROSES DESAIN	92
A. Studi Visual	92
1. Studi Visual Karakter	92
2. Studi Visual Latar tempat	98
3. Studi Visual Properti	101
B. Ilustrasi	104
1. Ilustrasi Karakter	104
2. Ilustrasi Latar tempat.....	110
3. Ilustrasi Properti	112
4. Sketsa <i>Layout</i>	115
5. Desain Final.....	127
6. Media Pendukung.....	143
BAB V PENUTUP	150
A. Kesimpulan	150
B. Saran.....	151

DAFTAR PUSTAKA	152
WEBTOGRAFI	153
LAMPIRAN	156
A. Hasil Survei Calon Pembaca Melalui Google Form	156
B. Lembar Konsultasi	161
C. Dokumentasi Sidang dan Pameran	165



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Panel Komik	15
Gambar 2.2 Panel Komik Web	16
Gambar 2.3 Parit dalam Komik	16
Gambar 2.4 Balon Kata.....	17
Gambar 2.5 Format <i>Scroll</i> down dalam Komik	21
Gambar 2.6 Area <i>T zone</i> dan <i>U zone</i>	29
Gambar 2.7 Produk Sabun Wajah Untuk Laki-Laki	40
Gambar 2.8 Produk Eksfoliasi Jenis <i>Scrub</i> Untuk Laki-Laki	41
Gambar 2.9 Produk Penyegar/ <i>Toner</i>	42
Gambar 2.10 Produk <i>Moisturizer</i> Untuk Laki-laki	43
Gambar 2.11 Produk <i>Sunscreen</i> Untuk Laki-Laki	44
Gambar 2.12 Laman Utama Webtoon Indonesia	51
Gambar 2.13 Komik Web <i>Senior, Ini Bekalmu!</i> karya Telor Alien	52
Gambar 2.14 Komik Web <i>Hidden Beauty Formula</i> karya rchella	52
Gambar 3.1 Gaya <i>layout</i> paneling pada platform LINE WEBTOON	89
Gambar 3.2 Value dan chroma	90
Gambar 3.3 Pemilihan font untuk dialog	90
Gambar 3.4 Pemilihan font untuk Logo.....	91
Gambar 4.1 Studi Visual Karakter Jul.....	92
Gambar 4.2 Studi Visual Karakter Jul.....	93
Gambar 4.3 Studi Visual <i>Outfit</i> Karakter Jul	93
Gambar 4.4 Studi Visual Karakter Jul.....	94
Gambar 4.5 Studi Visual Karakter Sayla	94
Gambar 4.6 Studi Visual Karakter Sayla	95
Gambar 4.7 Studi Visual <i>Outfit</i> Karakter Sayla	95
Gambar 4.8 Studi Visual Karakter Surya.....	96
Gambar 4.9 Studi Visual Karakter Surya	97
Gambar 4.10 Studi Visual <i>Outfit</i> Karakter Surya.....	97
Gambar 4.11 Studi Visual <i>Outfit</i> Karakter Surya.....	98
Gambar 4.12 Studi Visual Latar Tempat	98
Gambar 4.13 Studi Visual Latar Tempat	99
Gambar 4.14 Studi Visual Latar Tempat.....	99

Gambar 4.15 Studi Visual Latar Tempat	100
Gambar 4.16 Studi Visual Latar Tempat	100
Gambar 4.17 Studi Visual Properti Produk Pembersih: <i>Face Wash</i>	101
Gambar 4.18 Studi Visual Properti Produk Penyegar	102
Gambar 4.19 Studi Visual Properti Produk Pelembab	103
Gambar 4.20 Studi Visual Properti Produk Pelindung: <i>Sunscreen</i>	103
Gambar 4.21 Studi Visual Properti Produk Pengelupas/ <i>Exfoliating</i>	104
Gambar 4.22 Sketsa Konsep Karakter Jul.....	105
Gambar 4.23 Desain Final Karakter Jul.....	106
Gambar 4.24 Sketsa Konsep Karakter Sayla	108
Gambar 4.25 Desain Final Karakter Sayla.....	108
Gambar 4.26 Sketsa Konsep Karakter Surya.....	109
Gambar 4.27 Desain Final Karakter Surya	110
Gambar 4.28 Desain Final Latar Tempat Kampus	110
Gambar 4.29 Desain Final Latar Tempat Rumah Makan.....	111
Gambar 4.30 Desain Final Latar Tempat Jalan.....	111
Gambar 4.31 Desain Final Latar Tempat Cafe.....	112
Gambar 4.32 Desain Final Ilustrasi Properti Produk Pembersih: <i>Face Wash</i>	112
Gambar 4.33 Desain Final Ilustrasi Properti Produk Penyegar	113
Gambar 4.34 Desain Final Ilustrasi Properti Produk Pelembab	113
Gambar 4.35 Desain Final Ilustrasi Properti Produk Pelindung: <i>Sunscreen</i>	114
Gambar 4.36 Desain Final Ilustrasi Produk Pengelupas/ <i>Exfoliating</i>	114
Sketsa <i>Layout</i>	115
Logo Judul Komik web.....	127
Karya Final.....	128
Gambar 4.37 Desain <i>Thumbnail</i> Utama.....	141
Gambar 4.38 Desain <i>Thumbnail</i> Episode 1.....	141
Gambar 4.39 Desain <i>Thumbnail</i> Episode 2.....	142
Gambar 4.40 Desain <i>Thumbnail</i> Episode 3.....	142
Gambar 4.41 Desain <i>Thumbnail</i> Episode 4.....	142
Gambar 4.42 Desain <i>Thumbnail</i> Episode 5.....	142
Gambar 4.43 Desain <i>Thumbnail</i> Episode 6.....	142
Gambar 4.44 Desain Poster Media Sosial Hari Pertama.....	143
Gambar 4.45 Desain Poster Media Sosial Hari Kedua	144

Gambar 4.46 Desain Poster Media Sosial Hari Ketiga	144
Gambar 4.47 Desain Sticker Fisik	145
Gambar 4.48 Desain Pin	145
Gambar 4.49 Desain Gantungan Kunci	146
Hasil Survei Calon Pembaca Melalui Google Form	156
Lembar Konsultasi	161
Dokumentasi Sidang dan Pameran.....	165



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja adalah masa dimana terjadi banyak perubahan pada diri seseorang sebagai bagian dari proses transisi menjadi dewasa setelah melalui masa anak-anak. Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (2000) perkembangan masa remaja ada tiga tahap yaitu masa remaja awal (usia 11-14), remaja pertengahan (usia 15-17), dan remaja akhir (usia 18-21). Perubahan yang dialami meliputi perubahan fisik, psikologis, dan sosial. Hal tersebut juga dialami oleh perancang. Seperti laki-laki di usia remaja lainnya, perancang juga merasakan perubahan-perubahan tersebut. Salah satu perubahannya memicu munculnya permasalahan-permasalahan pada kulit wajah seperti jerawat dan komedo. Perancang mulai mengalami permasalahan tersebut ketika dirinya menginjak bangku SMP. Merespon hal tersebut, ibu perancang membelikan produk sabun wajah (*face wash*) dari salah satu merk yang terkenal dan paling mudah didapat pada saat itu. Namun setelah pemakaian rutin setiap hari, tidak ada pertanda permasalahan yang perancang alami tersebut teratasi, malah membuat kulit wajah terasa semakin kering. Merasa tidak cocok dengan produk yang dipakai, perancang memutuskan untuk mencari sendiri produk sabun wajah lain berbekal informasi yang didapat dari iklan di televisi. Bukannya teratasi, permasalahan jerawat yang dialami oleh perancang malah semakin parah hingga meninggalkan banyak bekas jerawat. Hal tersebut terus terulangi hingga perancang beranjak dewasa tanpa menemukan solusi yang tepat. Hingga akhirnya perancang baru paham mengenai topik *skincare* setelah dirinya dewasa. Ternyata sabun wajah yang dipakai oleh perancang tidak cocok dengan kondisi kulit. Kesalahan lainnya adalah karena perancang hanya menggunakan produk sabun wajah dan tidak dibarengi dengan produk yang melembabkan kulit wajah sehingga membuat kulit wajah menjadi kering dan memicu munculnya permasalahan jerawat yang lebih banyak. Kejadian tersebut merupakan pengalaman pribadi yang dialami oleh perancang perancangan ini terkait penggunaan produk *skincare* wajah. Penyesalannya

sampai saat ini adalah tidak mengetahuinya informasi mengenai *skincare* sedikit lebih awal sehingga setidaknya dampak yang diberikan tidak cukup besar.

Peningkatan kinerja kelenjar minyak akibat perubahan hormon yang dialami saat masa remaja, menjadi salah satu pemicu munculnya permasalahan-permasalahan kulit seperti jerawat, komedo, minyak yang berlebih, dan lain-lain. Pada prosesnya tak jarang juga permasalahan ini meninggalkan bekas pada kulit wajah dan dapat berpengaruh pada penampilan fisik seseorang. Hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang kepada penampilannya. Penampilan dapat diartikan sebagai sampul depan/*cover* bagi manusia. Dimana penampilan menjadi salah satu impresi pertama ketika bertemu seseorang sebelum akhirnya mengenal kepribadianya. Penampilan fisik seseorang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang. Yang mana kepercayaan diri merupakan modal dasar dalam mengaktualisasikan potensi yang ada di dalam dirinya dan sangat dibutuhkan untuk mencapai kesuksesan dalam kehidupan sehari-hari (Sutikno, M. Sobry. 2007). Orang yang merasa puas dengan penampilan fisiknya cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi daripada yang tidak. Mereka yang memiliki penampilan menarik cenderung lebih mendapatkan penilaian yang lebih positif dari sekelilingnya. Apalagi jika kaitannya dengan asmara, maka penampilan fisik seseorang menjadi salah satu faktor penting untuk mendekati lawan jenisnya. Terutama pada usia remaja, dimana pada usia ini seseorang mulai tertarik dengan lawan jenisnya. Mereka yang memiliki kepercayaan diri terhadap penampilannya akan merasa berani untuk mendekati lawan jenis yang disukainya, sebaliknya mereka yang tidak, akan merasa minder. Pada saat dewasa, penampilan fisik juga akan berpengaruh terhadap karir pekerjaan terutama mereka yang ingin bekerja dibidang jasa dan harus berkomunikasi langsung di depan pelanggannya dimana pasti penampilan diri perlu untuk memberikan kesan pertemuan yang baik. Untuk mengatasinya, orang-orang berusaha menjaga kesehatan dan kebersihan kulit wajah mereka salah satunya adalah dengan menggunakan produk *skincare*. *Skincare* adalah hal-hal yang dilakukan untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit dari luar

dengan menggunakan produk-produk perawatan tertentu terutama perawatan pada kulit wajah. Produk-produk ini meliputi sabun wajah, *scrub*, toner, pelembap, *sunscreen*, dan masih banyak lagi. Seiring berkembangnya jaman produk-produk ini tidak hanya digunakan oleh kaum perempuan namun juga laki-laki. Hal tersebut dibuktikan oleh semakin banyaknya produk dan brand *skincare* yang dikhususkan untuk kaum laki-laki seperti Garnier Men, Nivea Men, Vaseline Men, Pond's Men, dan masih banyak lagi. Bukti tersebut juga diperkuat oleh survey oleh Nivea Men Indonesia pada 250 laki-laki Indonesia yang mendapatkan hasil bahwa 95% responden laki-laki peduli dengan penampilan kulitnya, dan 89% berusia 18-49 tahun (Tempo.co, 2017). Perkembangan drama di media sosial terkait laki-laki yang menggunakan *skincare* akhir-akhir ini juga membuat topik ini semakin lumrah di kalangan laki-laki. Akan tetapi penggunaan *skincare* yang tidak tepat tanpa didasari pengetahuan dasar akan produk produk yang dibutuhkan atau tipe kulit yang dimiliki malah dapat merusak kulit wajah dan memperparah permasalahan yang dimiliki seperti yang dialami oleh perancang di masa lalu.

Tidak hanya dialami oleh perancang, permasalahan karena ketidakcocokan dan asal membeli produk *skincare* juga dialami oleh banyak orang. Dikutip dari artikel berita oleh Bali Espress, Dokter Spesialis Estetika Kecantikan di Denpasar, dr. Ribka Gultom, Sp. KK mengatakan, sekitar 30% pasien yang mengunjungi klinik kecantikan adalah mereka yang mempunyai permasalahan yang disebabkan oleh reaksi alergi *skincare* (Bali Express, 2021). Dr. Ribka juga mengatakan dirinya paling sering menangani kasus alergi kulit yang terutama dipicu oleh penggunaan produk *skincare* yang mengandung merkuri. Yang mana penggunaanya biasanya tergiur karena harga produk yang murah dan promosi dari produk tersebut. Keluhan-keluhan yang sering dialami oleh alergi kulit tersebut meliputi kulit yang kemerahan disertai rasa perih hingga kulit wajah yang melepuh dan menyebabkan flek hitam yang susah dihilangkan. Pada kasus yang lebih parah efek dari penggunaan produk *skincare* yang tidak cocok ini bahkan dapat mengancam nyawa. Seperti yang dialami oleh perempuan 47 tahun asal Sacramento, Amerika Serikat yang dikutip dari artikel berita oleh CNN Indonesia, dirinya mengalami koma

setelah memakai krim pemutih karena mengandung iritan metil merkuri (CNN Indonesia, 2021). Kandungan tersebut merusak system saraf secara permanen dan menyebabkan dirinya kini tidak dapat berbicara dan mengandalkan tabung makanan untuk mendapatkan nutrisi. Meningkatnya pengguna *skincare* yang tidak hanya terbatas oleh perempuan namun juga laki-laki, membuat peluang terjadinya permasalahan karena ketidakcocokan dan asal membeli produk *skincare* juga semakin meningkat terutama pada pengguna awam karena kurangnya pengetahuan akan produk *skincare*.

Untuk menghindari permasalahan akibat menggunakan *skincare* tersebut, maka mencari informasi sebelum membeli dan menggunakan *skincare* dapat menjadi solusi. Dengan mencari informasi mengenai produk *skincare* yang ingin dibeli maka setidaknya calon pengguna mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai produk *skincare* tersebut sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Akan tetapi untuk dapat mencerna informasi mengenai *skincare* tersebut, sebuah pengantar berupa pengetahuan dasar/*basic* diperlukan agar calon pengguna produk *skincare* yang masih awam mengerti terlebih dahulu informasi dasar mengenai *skincare* sebelum akhirnya mencerna informasi yang lebih kompleks lagi. Untuk menyampaikan informasi tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai macam media salah satunya adalah buku panduan. Buku panduan dalam KBBI berarti buku arahan atau buku petunjuk yang berisi informasi yang menjadi rujukan untuk melakukan suatu hal. Buku panduan dibuat untuk memandu atau mengarahkan seseorang dalam melakukan sesuatu dengan informasi yang lebih ringkas dan lebih mudah dimengerti.

Buku panduan yang membahas mengenai semua tentang pengetahuan dasar tentang *skincare* tersedia banyak di pasaran. Seperti contohnya adalah buku *Skincare 101* (2018) yang ditulis oleh dr. Mufti Anam dan Wardah Nafisah atau *All About Skincare* (2020) yang ditulis oleh Nada A. Akan tetapi kelemahan dari media buku ini adalah jumlah halamannya yang lumayan tebal. Kehidupan modern yang serba cepat dan rendahnya minat membaca di masyarakat membuat tidak semua orang mempunyai cukup waktu untuk membaca buku-buku tersebut. Selain itu, karena media-media informasi

mengenai *skincare* seperti kedua buku tersebut kebanyakan ditujukan untuk audiens perempuan, membuat kaum laki-laki seperti perancang akan merasa tidak nyaman dalam membaca buku tersebut. Adanya sebuah media yang lebih ringkas sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern dan juga ditujukan untuk audiens laki-laki, akan sangat membantu agar informasi-informasi tersebut dapat dipahami lebih mudah dan cepat tidak hanya oleh kaum perempuan namun juga laki-laki yang mana pengguna *skincare* di kalangan laki-laki semakin meningkat pada beberapa waktu terakhir. Dengan pertimbangan tersebut, perancang sebagai mahasiswa DKV dan juga laki-laki pada perancangan ini menjawab permasalahan tersebut dengan media komik web mengenai *basic skincare* yang ditujukan untuk remaja laki-laki. Panduan yang sebagian besar informasinya dalam bentuk teks, akan diperingskas dengan gambar dan sedikit tulisan dalam komik web. Keseharian dari kehidupan modern yang tidak bisa lepas dari smarphone dan internet ditambah dengan semakin berkembang pesatnya komik web pada beberapa tahun terakhir ini akan sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dikutip dari artikel pada laman berita marketeers, pengguna webtoon mengalami peningkatan sebanyak 2 juta pengguna aktif selama pandemic COVID-19 (Marketeers, 2020). Sehingga tidak menutup kemungkinan juga komik web ini nantinya tidak hanya dibaca oleh audiens laki-laki, namun juga perempuan sebagai rekomendasi untuk orang terdekatnya yang berjenis kelamin laki-laki yang ingin mulai menggunakan produk *skincare*. Poin plus lainnya dari media ini adalah dengan diunggahnya komik web ke media yang gratis seperti Webtoon, membuat media ini tidak memerlukan biaya publikasi serta juga memberikan akses gratis terhadap informasi kepada audiens. Media komik web ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan awal sebelum menggunakan produk *skincare* wajah kepada audiens remaja laki-laki.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diperoleh adalah, bagaimana cara merancang komik web mengenai panduan *skincare* wajah untuk remaja laki-laki yang informatif dan mudah dimengerti?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk merancang komik web mengenai panduan *skincare* wajah untuk remaja laki-laki yang informatif dan mudah dimengerti.

D. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada masalah ini tidak terlalu jauh, maka masalah dalam perancangan ini dibatasi dalam panduan *basic skincare* wajah. Berisi tentang jenis-jenis kulit wajah, *basic* produk *skincare* diperlukan, saran-saran penting, cara pengaplikasiannya, dan zat-zat berbahaya yang harus dihindari dalam *skincare*. Dirancang dalam bentuk komik web dan dapat mudah diakses menggunakan internet. Serta bertarget audiens utama remaja laki-laki pada usia 18-21.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat yang didapat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perancang

Meningkatkan kemampuan perancang dalam mengembangkan dan menerapkan informasi panduan kedalam format komik web. Selain itu juga menambah informasi mengenai *basic skincare* wajah yang informasinya dapat diterapkan perancang di kehidupannya

2. Bagi Masyarakat khususnya Remaja Laki-laki

Perancangan ini dapat menjadi sumber informasi dasar yang diperlukan masyarakat khususnya remaja laki-laki, sebelum menggunakan produk *skincare*. Bentuk komik web yang ringkas namun informatif dapat memudahkan masyarakat terutama remaja laki-laki untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, dan mudah dimengerti.

3. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Hasil perancangan nantinya dapat dijadikan sebagai sumber referensi perancangan ataupun penelitian terkait *basic skincare* wajah, produk *skincare*, maupun komik web.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional memuat definisi atau istilah-istilah yang digunakan oleh perancang dalam perancangan agar dapat memahami konteks definisi yang dibahas dalam perancangan ini. Terdapat beberapa istilah yang menjadi definisi operasional yang digunakan oleh perancang, yaitu:

1. Komik Web

Komik Web adalah versi lain dari komik cetak, dimana perkembangan jaman membuat komik dapat dinikmati melalui media digital dan dapat diakses melalui internet. Selain lebih ramah lingkungan karena tidak menggunakan kertas, komik web juga lebih mudah untuk diakses dimanapun dan kapanpun. Tidak jarang juga komik jenis ini tersedia secara gratis dalam platform tertentu sehingga dapat menjangkau lebih banyak audiens.

2. Panduan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, panduan berarti petunjuk, atau buku petunjuk.

3. *Basic skincare*

Basic merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang berarti pondasi penting, titik awal, fundamental. Dapat diartikan *basic* adalah suatu hal yang paling mendasar dan pondasi penting pada suatu topik sebelum melangkah lebih jauh mendalami topik tersebut. Sedangkan *skincare* adalah hal-hal yang dilakukan untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit dari luar terutama pada bagian wajah dengan menggunakan produk-produk perawatan tertentu. Sehingga, *basic skincare* adalah hal-hal paling awal dan paling dasar dari *skincare* itu sendiri. Dikutip dari buku *Skincare 101* yang ditulis oleh dr. Mufti Anam dan Wardah Nafisah ada 5 tahapan dasar pada *skincare* yaitu membersihkan, menyegarkan, melembabkan, proteksi kulit, dan pengelupasan yang melibatkan beberapa produk dasar seperti sabun wajah, toner, pelembap. *Sun screen*, dan produk *scrub*.

4. Remaja Laki-laki

Masa transisi seseorang dari anak-anak menjadi dewasa. Pada masa ini banyak perubahan terjadi pada diri seseorang baik fisik maupun psikologis. Perubahan fisik yang terjadi antara lain seperti perubahan suara, tumbuhnya rambut pada area tertentu, perubahan pada alat reproduksi dan lain lain. Perubahan pada hormon memicu peningkatan produksi minyak tubuh, serta meningkatnya kinerja kelenjar keringat yang dapat menimbulkan berbagai permasalahan terutama pada kulit wajah seperti jerawat, komedo, dan produksi minyak yang berlebih. Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (2000) perkembangan masa remaja ada tiga tahap yaitu masa remaja awal (usia 11-14), remaja pertengahan (usia 15-17), dan remaja akhir (usia 18-21). Masa remaja tidak hanya terjadi pada perempuan namun juga laki-laki. Istilah remaja laki-laki digunakan untuk menyebut seorang laki-laki yang memasuki usia remaja.

G. Metode Perancangan

Pada metode perancangan, berisi tahapan-tahapan perancangan nantinya meliputi:

1. Riset

a. Identifikasi Persoalan

Permasalahan yang akan dipecahkan dalam perancangan ini adalah penyampaian informasi panduan *basic skincare* wajah untuk remaja laki-laki. Dengan media yang digunakan adalah komik web.

b. Data yang dibutuhkan

1) Data Verbal

Data verbal yang dibutuhkan adalah data-data berbentuk tulisan atau lisan oleh dokter atau ahli pada bidang *skincare* mengenai jenis-jenis kulit wajah, jenis-jenis permasalahan kulit wajah, jenis-jenis produk *basic skincare* yang diperlukan, dan bahan-bahan yang harus dihindari.

2) Data Visual

Data visual yang dibutuhkan adalah data-data foto atau video mengenai pembahasan mengenai *skincare*, permasalahan kulit wajah, dan jenis produk *skincare* untuk laki-laki.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Data diambil dari berbagai literasi cetak, maupun yang didapat dari internet. Dari media-media tersebut akan dikumpulkan data yang dibutuhkan namun juga harus dapat dipertanggungjawabkan kebenaran datanya.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan. Pada perancangan ini nantinya akan dilakukan pengamatan pada video-video mengenai *skincare* dan permasalahan wajah yang tersedia di internet, produk-produk *skincare* untuk laki-laki yang ada di pasaran, yang dikumpulkan dan dipersempit untuk diambil data yang diperlukan saja.

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam perancangan media komik web panduan *basic skincare* untuk remaja ini adalah 5W+1H. Tujuannya adalah untuk menemukan konsep yang sesuai dengan perancangannya.

4. *Brainstorming* dan Ideasi

Untuk mempermudah dan mempercepat penyampaian informasi mengenai *basic skincare* kepada target audiens yang dipilih ditengah kehidupan modern yang begitu cepat, media komik web dipilih dengan pertimbangan kedekatannya dengan gaya hidup audiens yang kesehariannya selalu menggunakan *smartphone* serta kemampuannya dalam meringkas informasi dengan bentuk gambar. Selain itu dengan memanfaatkan platform komik web yang gratis seperti Webtoon membuat media ini tidak memerlukan biaya publikasi serta juga memberikan akses gratis terhadap informasi kepada audiens sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

5. Perancangan Media

Setelah menganalisis data yang ditemukan, hal selanjutnya yang dilakukan adalah perancangan media yang sudah dipilih. Pada tahapan ini dibagi menjadi lima tahapan, yaitu:

a. Visualisasi Sketsa

Pada tahapan selanjutnya adalah visualisasi sketsa. Pada tahapan ini akan dilakukan penentuan awal tatanan panel, karakter, balon kata, dan juga latar belakang yang dipakai.

b. Merancang *copywriting*

Pada tahapan ini, dilakukan penentuan kalimat dialog dan *font* yang akan digunakan pada setiap teks di dalam komik web nantinya.

c. Merancang aset visual

Pada tahapan merupakan proses perancangan aset aset visual yang akan digunakan dalam komik web nantinya dengan mempertimbangkan data-data yang sudah dikumpulkan. Proses ini meliputi penentuan desain karakter, latar yang akan digunakan, dan lain-lain.

d. Merancang *Layout*

Pada tahapan ini akan dilakukan penataan ulang panel beserta elemen-elemen lain dalam komik web agar lebih nyaman untuk dilihat.

e. Produksi

Pada tahapan produksi akan dilakukan secara digital yang dilakukan dengan bantuan laptop dan *pen display*. Produksi komik web, dilakukan melalui program aplikasi Clip Studio Paint

6. Uji dan Evaluasi Media

Setelah komik web selesai diproduksi, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah uji dan evaluasi media tersebut, pada tahapan ini juga dibagi menjadi lima tahapan, yaitu:

a. Uji Publik

Komik web yang telah selesai dipublikasi akan melalui uji publik yang mana akan mendapatkan respon dari audiens untuk menentukan keefektifan komik dalam menyampaikan informasi panduan.

b. *Feedback*

Pada proses uji publik, komik akan mendapatkan saran dan masukan dari audiens yang berguna untuk menyempurnakan rancangan media. Dalam platform Webtoon, feedback dapat diperoleh melalui fitur kolom komentar pada halaman komik web.

c. Identifikasi perbedaan antara ekspektasi dengan hasil di lapangan

Setelah mendapatkan feedback dari audiens terhadap komik web, perancang dapat mengidentifikasi perbedaan antara ekspektasi dengan hasil di lapangan untuk mengetahui kekurangan pada komik web yang dirancang.

d. Improve dan Upgrade

Setelah mengetahui kekurangan yang ada, perancang dapat memperbaiki atau menambah kekurangan pada komik web yang dirancang untuk menyempurnakan rancangan.

e. Validasi

Hal terakhir yang dilakukan dalam proses uji coba dan evaluasi media ini adalah tahapan validasi. Untuk membuktikan bahwa media yang dirancang telah mampu mencapai tujuannya dalam menyampaikan informasi mengenai panduan *basic skincare* kepada audiens remaja laki-laki.

H. Metode Analisis Data

Kumpulan data yang telah didapat kemudian dipilah-pilah sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Data visual yang didapat dari data komik web populer lokal maupun internasional yang memiliki target audiens dan konsep yang sama digunakan sebagai acuan dalam menentukan gaya gambar, desain karakter, gaya pewarnaan, dan *layout* pada komik web nantinya. Sedangkan dengan menggunakan data referensi dari data komik web populer lokal maupun internasional yang memiliki target audiens yang sama. Dalam penyusunan alur cerita dan dialog antar karakter akan menggunakan referensi dari data-data verbal yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber literatur yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hal terakhir yang dilakukan adalah proses pembuatan komik web sendiri yang mana dalam prosesnya dilakukan secara digital untuk mempermudah pembuatannya.

I. Skematika Perancangan

