

JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKATIF

MENGENAI *SKIN CARE*



PERANCANGAN

Agustina Elda Jacinda Giovanni

NIM 1512371024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2020

JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKATIF

MENGENAI *SKIN CARE*



PERANCANGAN

Agustina Elda Jacinda Giovanni

NIM 1512371024

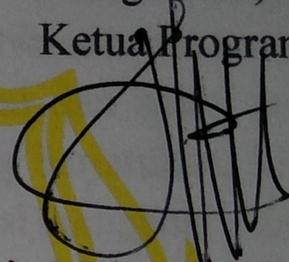
Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual

2020

Jurnal Tugas Akhir Perancangan berjudul :

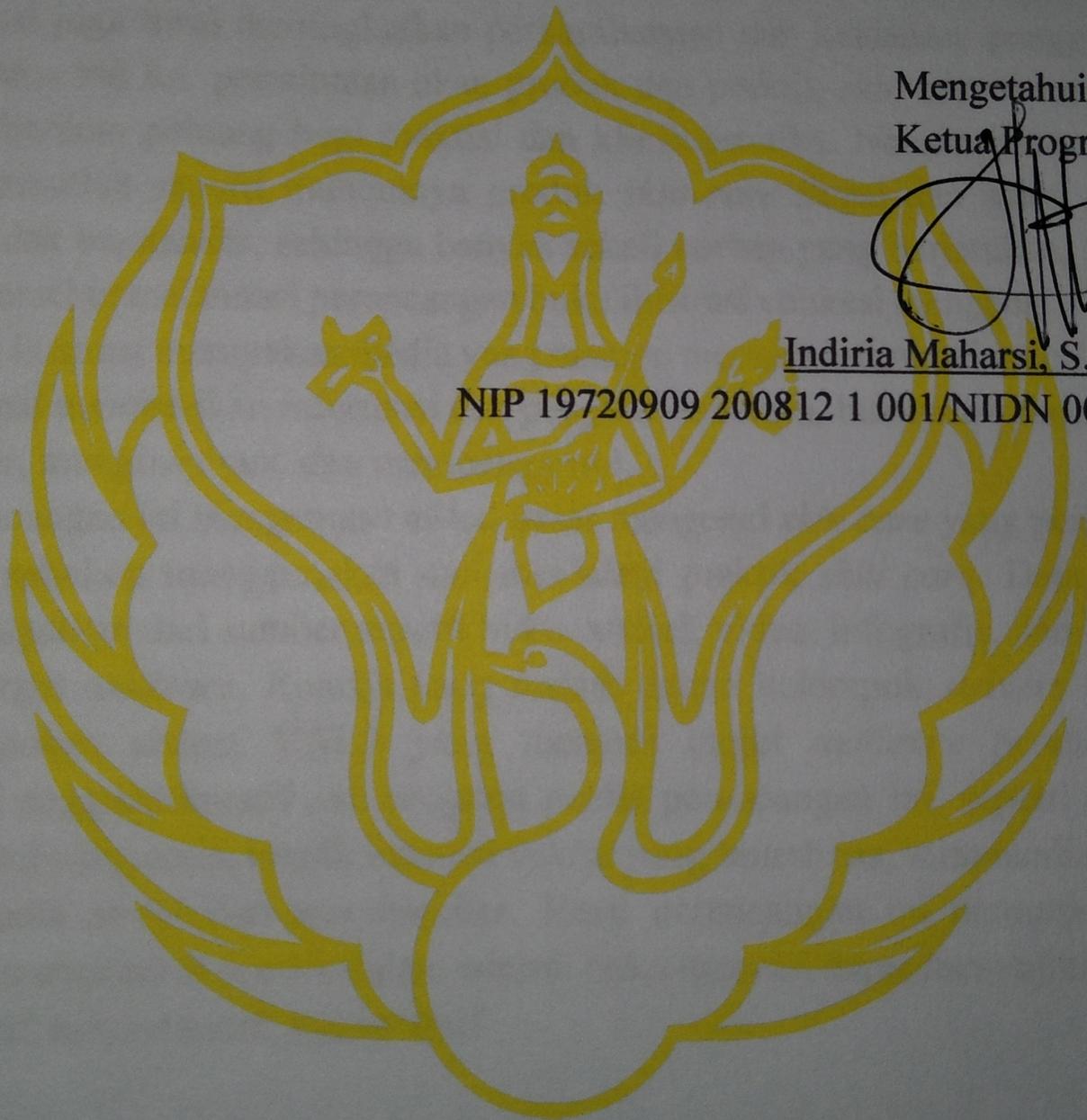
PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKATIF MENGENAI *SKIN CARE*
diajukan oleh Agustina Elda Jacinda Giovanni, NIM 1512371024, Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji
Tugas Akhir pada tanggal 6 Januari 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Mengetahui,
Ketua Program Studi



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

NIP 19720909 200812 1 001/NIDN 0009097204



ABSTRAK

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKASI MENGENAI *SKIN CARE*

Oleh: Agustina Elda Jacinda Giovanni

NIM: 1512371024

Perkembangan produk dan praktik *skin care* semakin pesat seiring berkembangnya teknologi dan tren gaya hidup sehat. Memiliki kulit yang sehat seutuhnya menjadi *goal* kecantikan tersendiri untuk sebagian orang saat ini. Perkembangan teknologi komunikasi juga turut meningkatkan perkembangan dan kebiasaan penggunaan *skin care*. Karena hal itu, permintaan akan produk dan praktik *skin care* turut meningkat dan memberikan peluang bagi praktisi dan klinik estetika. Namun hal tersebut juga memicu masalah seperti munculnya produk *skin care* ilegal dan salon atau klinik estetika tidak berstandar, sehingga banyak sekali korban yang berjatuh. Munculnya masalah tersebut melandasi perancangan buku ilustrasi edukasi mengenai *skin care* ini.

Buku ilustrasi merupakan media yang mampu memuat informasi verbal dan visual. Selain dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru, buku ilustrasi juga bersifat menghibur, menginspirasi, dan mempengaruhi.

Perancangan ini mengemas hal-hal dasar mengenai *skin care* yang perlu diketahui khalayak sebelum menggunakan dan menjalani praktik *skin care*. Data verbal dan visual didapatkan dari sumber seperti buku, artikel, video, infografis, dan hasil survey kepada target *audience*. Remaja yang masuk dalam kelompok *strivers* berdasarkan pengelompokan sistem VALS yang menjadi target *audience* perancangan ini, mendasari program kreatif dan program media perancangan ini, seperti penggunaan warna pastel yang ceria, teknik ilustrasi vektor yang sederhana, serta media pendukung seperti media sosial dan *merchandise*. Hasil perancangan ini menunjukkan bahwa informasi mengenai *skin care* dalam bentuk buku ilustrasi dapat menyajikan informasi yang efektif, komunikatif, dan atraktif.

Kata kunci : *skin care*, perawatan kulit, wajah, buku ilustrasi.

ABSTRACT

THE DESIGN OF EDUCATION ILLUSTRATION BOOK

ABOUT SKIN CARE

By: Agustina Elda Jacinda Giovanni

NIM: 1512371024

The development of skin care products and skin treatments is growing rapidly along with the development of technology and healthy lifestyle trends. Today, Having healthy skin completely becomes a “beauty goal” for some people. The development of communication technology also increases the development and habits of skin care. Because of this, the demand for skin care products and skin treatment also increases and provides opportunities for practitioners and aesthetic clinics. Unfortunately, it also triggers problems such as the emergence of illegal skin care products and aesthetic clinics that are not standardized what makes so many victims have fallen. Because of these problems, finally an idea was created to design an education illustration book about skin care.

Illustration books are media that can contain verbal and visual information. Besides being able to provide new information and knowledge, illustration books are also entertaining, inspiring, and influential.

This illustrated book contains basic information about skin care that people need to know before using skin care product or undergoing the skin treatments. Verbal and visual information are obtained from sources such as books, articles, videos, infographics, and from the survey results to the target audience. Teenagers who are included in the strivers group based on VALS system grouping which become the target audience of this design, underlie the creative concept, such as the use of cheerful pastel colors, vector illustration techniques, and supporting media such as social media and merchandise. The results of this design show that information about skin care in the form of illustration book can present information that is effective, communicative, and attractive.

Keyword: skin care, face, illustration book.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Produk *skin care* merupakan kelompok kosmetik yang dewasa ini sedang tumbuh pesat dan laris manis di dunia kecantikan, khususnya di Indonesia. Menawarkan kulit yang sehat, lembut, bersih, dan awet muda, tak heran jika *skin care* memiliki peminat yang banyak baik wanita maupun pria. Dengan kemajuan teknologi, semakin mudah saja mendapatkan produk *skin care* yang berkualitas baik produk impor maupun produk lokal. Meskipun sudah banyak produk *skin care* yang aman dan berkualitas, muncul juga *skin care* yang tidak jelas komposisinya beredar di pasaran dengan harga yang cenderung murah tapi menawarkan hasil yang sempurna. Jika tidak berhati-hati dalam memilih *skin care*, bisa jadi bukan sehat yang didapat justru malah memperparah kondisi kulit bahkan memberikan efek negatif pada organ tubuh yang lain.

Kondisi khalayak saat ini juga cenderung tidak terlalu peduli terhadap komposisi dalam suatu *skin care* yang sudah maupun akan mereka gunakan karena sudah terlanjur percaya dengan ulasan orang lain mengenai produk serupa dan percaya saja dengan janji yang ditawarkan oleh produk-produk *skin care* tersebut melalui iklan. Terbukti pada Desember 2018, sebuah *brand* produk *skin care* ilegal yang berasal dari Kediri diamankan pihak berwajib karena terbukti mengedarkan produknya tanpa izin edar dari BPOM selama dua tahun lamanya dengan omzet hingga Rp 300.000.000,00 per bulannya. Bahkan produk ilegal ini sempat membayar enam artis kenamaan di ibukota dengan jumlah pengikut di media sosial Instagram yang tidak sedikit untuk mempromosikan produknya (Hilda Meilisa Rinanda – detikNews). Artis-artis tersebut diantaranya adalah Nia Ramadhani dan Via Vallen. Melihat fakta tersebut, dapat dipastikan jumlah korban dari produk *skin care* ilegal tersebut tidaklah sedikit.

Teknologi di bidang informasi dan komunikasi saat ini juga mempermudah penyebaran informasi dalam dunia kecantikan, namun munculnya informasi yang sangat banyak mengenai *skin care* juga dinilai

tidak terlalu baik dan menimbulkan efek samping bagi khalayak. Belakangan ini, produk *skin care* yang amat diminati adalah *skin care* yang mampu mencerahkan kulit, di mana biasanya ditemukan pada produk serum (produk yang mengandung patikel halus dan aktif untuk memerangi masalah kulit dari dalam) atau *chemical exfoliation* (produk untuk menangkat sel kulit mati penyebab kusam pada kulit). Sementara untuk produk-produk yang fungsinya membersihkan, menghidrasi, melembapkan, dan melindungi kulit dari radikal bebas dan sinar matahari justru cenderung diabaikan. Padahal kalau penggunaannya tidak tepat, serum semahal apapun juga tidak akan bekerja dengan baik di kulit kita, begitu juga dengan produk *exfoliation* yang justru akan membuat kulit kering dan sensitif jika kita tidak membarengi dengan penggunaan produk yang mendehidrasi setelahnya. (Celle, FemaleDaily.com).

Dalam kasus lain, khalayak juga cenderung mengabaikan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh kulit dan memilih mengikuti tren. Seperti tren praktik injeksi Vitamin C pada wajah yang mulai *booming* sekitar tahun 2010. Tren tersebut berkembang sangat pesat karena Vitamin C dipercaya mampu membuat kulit menjadi segar dan cerah secara instan. Karena tingginya permintaan dari konsumen, tindakan “kecantikan” ini bisa kita temui mulai dari klinik kecantikan mahal hingga salon sederhana. Sayangnya, lagi-lagi timbul masalah karena tren injeksi Vitamin C ini. Tindakan “kecantikan” ini sering dilakukan oleh orang-orang tanpa latar belakang medis (seperti dokter dan perawat), terutama tindakan yang dilakukan di salon-salon sederhana. Akibatnya, karena ketidaktahuan itu timbul masalah seperti overdosis Vitamin C, konsumen yang alergi Vitamin C, tersumbatnya pembuluh darah, dan lain sebagainya.

Sama seperti obat, produk dan praktik *skin care* memiliki aturan pakai dan penanganan yang harus ditaati oleh penggunanya, mulai dari cara pengaplikasian produk, cara penyimpanan, memperhatikan komposisi apa saja yang aman dan tidak aman atau yang cocok maupun tidak dengan

penggunanya, memperhatikan fungsi produk atau praktik *skin care* dengan kondisi kulit, dan sebagainya. Produk dan praktik *skin care* sejatinya tidak hanya produk-produk yang dijual secara komersil, namun juga mencakup penggunaan bahan-bahan alami seperti madu, tomat, telur, bawang putih, cuka apel, oat, kopi, dan bahan alami lainnya yang dipercaya mampu menyelesaikan beberapa masalah kulit. Meskipun terbuat dari bahan alami, komposisi dan penggunaannya juga memerlukan aturan dasar, karena jika berlebihan sekalipun atau kondisi kulit kita tidak cocok dengan bahan-bahan tersebut, maka tidak menutup kemungkinan bisa memperparah kondisi kulit.

Buku yang membahas mengenai kecantikan dan perawatan kulit berbahasa Indonesia memang dapat kita temukan di toko buku. Meskipun tidak banyak pilihannya, buku-buku mengenai perawatan kulit ini menawarkan informasi yang menarik dan mengedukasi. Sayangnya buku-buku tersebut kurang menarik karena kurangnya unsur visual dan penggunaan warna-warna yang monoton. Selain itu, buku mengenai perawatan kulit ini beberapa digunakan sebagai media promosi suatu produk atau klinik estetika, sehingga informasinya dikhawatirkan dapat bersifat subjektif.

Melihat hal-hal tersebut tersebut, buku ilustrasi dirasa dapat menjadi media pilihan dalam perancangan ini karena dapat memuat data visual dan verbal yang banyak, sistematis, dan terperinci. Buku ilustrasi dengan komposisi informasi visual dan verbal yang seimbang juga dinilai mampu menjadi solusi agar informasi yang disajikan lebih membekas dalam ingatan target *audiences*. Ilustrasi mampu mengkomunikasikan konten dalam bentuk visual yang imajinatif dan khas, bersifat menghibur, menghiasi, memberi informasi, menginspirasi, memprovokasi, memperdaya, dan mampu menjelaskan gambaran tentang bagaimana hal-hal berkaitan dengan *skin care* yang tidak cukup dijelaskan secara verbal (Mark Wigan, *The Visual Dictionary of Illustration* 2009:9).

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang buku ilustrasi mengenai *skin care* yang edukatif, informatif, dan menarik, sehingga dapat memberikan pengetahuan dasar mengenai *skin care* dan mencegah efek samping dari kesalahan penggunaan dan praktik *skin care* di Indonesia?

3. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk mengemas informasi dasar mengenai *skin care* melalui buku ilustrasi sebagai upaya edukasi kepada masyarakat untuk mengurangi risiko yang dapat ditimbulkan dari kesalahan dasar dalam penggunaan produk dan praktik *skin care*.

4. Batas Lingkup Perancangan

Mengingat informasi mengenai *skin care* sangatlah luas dan bermacam-macam, maka perlu dibuat batasan-batasan yang jelas dalam perancangan ini. Adapun batasan masalah dalam perancangan ini sebagai berikut:

- a. Perancangan ini hanya akan mengemas informasi seputar *skin care* yang dapat digunakan di area wajah dan leher saja.
- b. Perancangan ini hanya membahas hal-hal dasar dan umum mengenai *skin care*.
- c. Perancangan ini hanya membahas *skin care* yang cocok untuk masyarakat yang tinggal di Indonesia yang memiliki iklim tropis.

5. Manfaat Perancangan

a. Bagi Masyarakat dan Target *Audiences*

Bagi masyarakat secara umum, perancangan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan baru mengenai *skin care* dan dapat digunakan sebagai salah satu acuan pertama sebelum menggunakan *skin care*.

b. Manfaat Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

- 1) Menjadi bahan referensi dalam perancangan media edukasi yang menarik.
- 2) Menjadi bahan inspirasi dalam perancangan dan karya dengan konsep dan media serupa.

c. Bagi Dunia Ilustrasi dan Buku Bacaan Indonesia

Perancangan ini diharapkan mampu memberikan inspirasi, referensi, dan pandangan yang lebih besar dan luas lagi terhadap ilustrasi untuk lebih dimanfaatkan untuk menyampaikan konten agar lebih menarik dan mudah dicerna.

6. Metode Perancangan

a. Data yang Dibutuhkan

1) Data Verbal

Merupakan data berupa teori yang didapatkan dari buku, jurnal, artikel, dan sumber tertulis lain yang dikeluarkan oleh para ahli dan sumber yang terpercaya sehubungan dengan informasi mengenai kesehatan kulit, *skin care*, ilustrasi, dan desain yang dapat mendukung perancangan ini.

2) Data Visual

Merupakan data yang didapatkan melalui sumber visual seperti ilustrasi, audio visual, dan infografis yang berkaitan dengan kesehatan kulit dan *skin care*.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Studi Pustaka dan Sumber Tertulis

Mendapatkan informasi dan data dari sumber literatur seperti buku, jurnal, dan karya tulis lain untuk memperkuat informasi topik perancangan.

2) Internet

Mengumpulkan data seperti melalui video, infografis, dan artikel yang dikeluarkan oleh sumber yang dapat dipertanggungjawabkan yang ada di internet.

3) Wawancara

Mengajukan pertanyaan terkait dengan topik perancangan kepada narasumber yang mengerti akan *skin care* untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat.

7. Metode Analisis Data

Dalam proses mendesain yang baik, data yang telah didapat harus dianalisis untuk memperkuat konsep visual. Salah satunya menggunakan metode analisis 5W+1H dengan penjabaran sebagai berikut.

a. *What*

Dalam laporan tugas akhir ini membahas perancangan buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care*. *Skin care* merupakan hal yang sedang tren saat ini di Indonesia. Permintaan *skin care* yang membludak ini mengakibatkan munculnya informasi tak terkontrol mengenai *skin care* dan mengakibatkan banyak bias pada pengertian *skin care* itu sendiri. Tidak hanya informasi, bahkan memunculkan pelbagai produk dan praktik *skin care* yang tidak diketahui keamanannya, dan sering sekali memberikan efek samping bagi konsumennya. Perancangan ini akan mengemas informasi dasar mengenai *skin care* sehingga dapat menjadi acuan pertama bagi masyarakat di Indonesia sebelum akan menggunakan atau menjalankan praktik *skin care*.

b. *Who*

Target *audiences* dari perancangan ini ada dua kelompok, yakni target primer dan sekunder. Target primernya adalah kelompok remaja, di mana menurut Departemen Kesehatan RI dalam Profil Kesehatan

Indonesia pada tahun 2009, usia 12-16 merupakan masa remaja awal, dan usia 17-25 tahun adalah masa remaja akhir. Kemudian target sekundernya adalah kelompok dewasa akhir, di mana menurut Departemen Kesehatan RI, dewasa akhir ialah mereka yang dalam rentang usia 35-45 tahun, dan kelompok lansia awal berumur 46-55 tahun.

Target *audiences* kelompok primer merupakan mereka yang sebagian besar baru akan menggunakan *skin care* dan sedang mengeksplorasi produk dan praktik *skin care*, sehingga buku ilustrasi ini diharapkan dapat menjadi panduan dasar mengenai perawatan kulit. Selain itu, usia remaja adalah usia yang direkomendasikan untuk memulai merawat kulit agar dapat melawan tanda awal penuaan dan mengurangi masalah kulit yang akan dihadapi pada usia lanjut (Nindys Putri 2014, FemaleDaily.com). Sementara kelompok sekunder merupakan *audiences* yang memiliki peran sebagai orang tua yang sudah maupun akan memiliki anak dengan umur kategori remaja sehingga diharapkan memiliki informasi dan pengetahuan yang sama mengenai *skin care* dan dapat membantu anak-anaknya yang akan maupun sudah menggunakan *skin care*.

c. *Why*

Perancangan buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care* ini dirancang karena minat dan kebutuhan mengenai *skin care* yang tinggi di Indonesia, namun cenderung tidak dibarengi dengan informasi dan pengetahuan dasar mengenai *skin care*. Sebagian besar masyarakat yang menggunakan *skin care* juga cenderung mengabaikan hal-hal dasar sebelum maupun setelah menggunakan *skin care* seperti membaca *ingredients* produk, tidak mempelajari apa yang sebenarnya dibutuhkan kulit, dan mengabaikan *skin care* dasar karena dirasa tidak perlu.

Di samping itu, informasi mengenai *skin care* di internet sangat beragam dan tidak terkontrol, sementara buku yang membahas mengenai

skin care dengan bahasa Indonesia masih sedikit jumlahnya dan kurang menarik. Hal-hal tersebut mengakibatkan banyak orang akhirnya cenderung mencari *skin care* yang menawarkan hasil mereka inginkan dan mengabaikan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh kulit.

Melihat hal itu, maka dirasa perlu untuk merancang sebuah media edukasi yang khusus membahas hanya hal-hal dasar mengenai *skin care*, agar *audiences* yang telah membaca informasi yang ada dalam perancangan ini bisa lebih cermat dalam memilih *skin care* yang aman dan cocok bagi setiap penggunanya.

d. *When*

Latar waktu perancangan ini adalah tahun 2019 dimana dalam buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care* ini akan lebih banyak membahas produk *skin care* yang masih populer dilakukan dan digunakan hingga akhir tahun 2019.

e. *Where*

Perancangan ini ditujukan bagi target *audiences* yang tinggal di daerah beriklim tropis, khususnya di Indonesia. Selain itu, perancangan ini akan membahas hal-hal mengenai kondisi kulit dan *skin care* yang cenderung dibutuhkan dan cocok digunakan untuk kulit yang memiliki di daerah tropis, khususnya di Indonesia.

f. *How*

Perancangan buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care* ini akan melewati tiga tahap, yakni pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada pra produksi akan dikumpulkan informasi dan data guna produksi seperti rumusan masalah, tujuan perancangan, target *audiences*, konsep dan program kreatif, hingga informasi mengenai isi buku ilustrasi. Setelah mendapatkan data yang cukup, kemudian masuk pada tahap produksi di

mana dalam tahap ini mengemas informasi yang hendak disampaikan untuk diterapkan dalam rancangan visual yang sudah dibentuk dalam tahap konsep desain menjadi sebuah buku ilustrasi. Pada tahap pasca produksi, hasil final perancangan ini akan diperlihatkan kepada target *audiences* untuk melihat respon yang kemudian akan dievaluasi, dan menjadi masukan dan perbaikan untuk perancangan ini.

B. KONSEP KREATIF

1. Tujuan Kreatif

Banyaknya informasi mengenai *skin care* di internet yang bermacam-macam dan sering kali bersifat subjektif mengakibatkan banyak informasi yang disajikan terkadang tidak dapat diketahui secara pasti keamanannya. Tidak hanya itu, banyaknya informasi mengenai *skin care* ini mengakibatkan khalayak menjadi tidak acuh dengan hal-hal dasar mengenai *skin care* karena cenderung lebih mengutamakan hasil yang cepat untuk perubahan pada kulitnya. Belum lagi informasi di internet terkadang dibarengi oleh promosi suatu *brand* kecantikan yang akhirnya informasi tersebut berakhir memberi janji kepada *audiences* tentang apa yang akan didapat setelah menggunakan produk tersebut, padahal mungkin hasil yang diterima setiap orang berbeda. Melihat hal itu, perlu adanya suatu media yang khusus untuk membahas hal-hal dasar mengenai *skin care* yang bersifat objektif dan netral dari *brand* kecantikan.

Buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care* ini hanya memuat hal-hal dasar yang berkaitan mengenai *skin care* yang bersifat umum. Selain menjadi sebuah media informasi mengenai *skin care*, buku ilustrasi ini juga diharapkan menjadi buku acuan pertama bagi remaja yang baru pertama kali akan menggunakan *skin care*, juga para orang tua yang memiliki anak remaja yang akan menggunakan *skin care*. Buku ilustrasi ini juga bertujuan untuk memberikan kesadaran kepada *audiences* dalam hal penggunaan *skin care* agar lebih teliti sebelum menggunakan atau menjalani suatu praktik *skin care*.

Ilustrasi dalam buku ini akan menjelaskan beberapa informasi mengenai *skin care* yang tidak dapat dijelaskan secara verbal, sehingga harapannya ilustrasi tidak hanya bersifat dekoratif, namun juga dapat memberikan informasi baru dan mengedukasi pembacanya.

2. Strategi Kreatif

Skin care merupakan suatu bahasan yang sedikit rumit mengingat banyaknya jenis *skin care* yang menyesuaikan dengan tipe kulit yang ada, sehingga banyak informasi penting yang harus diketahui oleh calon penggunanya. Buku ilustrasi dipilih sebagai media perancangan ini karena dapat menggabungkan bahasa verbal dan visual untuk membawakan suatu informasi agar menjadi menarik dan saling mengisi. Agar tercapainya tujuan kreatif, maka perlu adanya sebuah strategi kreatif yang tepat dan jelas agar informasi yang disampaikan melalui buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care* ini bisa tepat sasaran dan berguna bagi pembacanya.

a. Target Pembaca (*Audiences*)

1) Kondisi Demografis

Target pembaca dari perancangan ini dibagi dalam dua kelompok, primer dan sekunder. Target primer (utama) perancangan ini adalah mereka yang memiliki usia dengan kategori remaja yakni 12-25 tahun dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Sementara untuk target sekundernya adalah mereka yang berusia dewasa akhir yakni 35-45 tahun dan lansia awal berumur 46-55 tahun dengan jenis kelamin perempuan maupun laki-laki yang memiliki tanggung jawab sebagai orang tua. Target sekunder ditentukan dengan harapan agar orang tua juga sama-sama memiliki pengetahuan dasar mengenai *skin care*.

2) Kondisi Geografis

Perancangan ini akan membahas hal-hal yang berkaitan dengan *skin care* yang cocok digunakan dalam iklim tropis, sehingga target *audiences* perancangan ini adalah mereka yang tinggal di iklim tropis, khususnya adalah Indonesia, baik mereka yang tinggal di perkotaan maupun pedesaan.

3) Psikologis dan Kebiasaan

Pengelompokan target *audiences* secara psikografis ditentukan dengan menggunakan sistem *Values and Lifestyle Categories* atau yang disebut dengan VALS. Sistem VALS mengkategorikan *audiences* ke dalam delapan kelompok berdasarkan kebiasaan membeli, tujuan dan aspirasi hidup, minat, dan gaya hidup (Terry Lee Stone, *Managing The Design Process* 2010 : 75). Berdasarkan sistem pengelompokan VALS, target *audiences* perancangan ini adalah mereka yang masuk dalam kelompok *strivers*. Kelompok *strivers* (pekerja keras) memiliki ciri-ciri sebagai berikut

- a) Kelompok masyarakat menengah
- b) Ingin diakui dan memperhatikan opini orang lain terhadapnya
- c) Memperhatikan penampilan dan/atau berpenampilan trendi dan mencintai kesenangan
- d) Menggambarkan kekayaan dan prestasi sebagai bentuk kesuksesan
- e) Menggunakan atau menyukai produk-produk yang dapat mencerminkan status sosial yang lebih tinggi daripada keadaan mereka sebenarnya

Selain itu, target *audiences* dari perancangan ini adalah mereka yang aktif menggunakan produk maupun menjalani praktik *skin care* setidaknya selama minimal satu tahun kebelakang, dan mereka yang hendak memulai menggunakan *skin care*.

b. Buku Ilustrasi

1) Format dan Ukuran Buku

Buku ilustrasi ini akan menggunakan ukuran panjang 19 cm dan lebar 17 cm (19 x 17 cm). Ukuran tersebut dipilih agar buku tidak terlalu besar dan mudah dibawa kemanapun namun tetap efisien untuk memuat informasi berupa visual dan teks.

2) Konsep Visual

a) Judul Buku

Judul buku ilustrasi dari perancangan ini adalah “*SKIN CARE BASE*” dengan subjudul “Pedoman Dasar untuk Wajah Sehat”. Judul “*SKIN CARE BASE*” atau dalam Bahasa Indonesia adalah ‘Perawatan Kulit Dasar’, harapannya menjadi judul yang langsung dimengerti oleh target *audiences* bahwa buku ilustrasi ini membahas dasar-dasar mengenai *skin care*. Sub judul “Pedoman Dasar untuk Wajah Sehat” dimaksudkan untuk memberikan keterangan tambahan agar target *audience* dapat mengetahui isi buku ini.

b) Sinopsis

Isi dari buku ilustrasi ini adalah membahas segala hal dasar tentang perawatan kulit yang dikhususkan untuk remaja umur 12-25 tahun di Indonesia. Dimulai dari membahas bagaimana sih karakteristik kulit yang mungkin dimiliki oleh remaja serta masalah-masalah kulit wajah yang sering dan akan dialami oleh remaja. Berangkat dari hal tersebut, kemudian dilanjutkan mengenai pembahasan *skin care* itu sendiri.

Selain untuk menarik minat target *audiences* agar mau membaca buku ini, ilustrasi juga membantu memberikan

gambaran tentang bagaimana cara menggunakan *skin care*, bagaimana gambaran masalah kulit yang mungkin dialami agar pembaca lebih memahami informasi verbal yang disampaikan. Buku ini juga hendak meluruskan beberapa mitos dan fakta yang seringkali dianggap berbeda oleh sebagian orang, agar kedepannya orang tidak lagi salah kaprah.

c) Storyline

Buku ini akan dibagi beberapa bab yang setiap babnya akan fokus membahas satu topik. Berikut adalah penjabaran bab dan sekilas isi dari buku ilustrasi edukatif mengenai *skin care*.

(1) Kulit Sehat, Kulit Indonesia

(2) *All About Skin Care*

(3) Pola Hidup Kulit Sehat

(4) Mitos atau Fakta?

3) Tipografi

Penggunaan jenis huruf pada perancangan ini menggunakan jenis font *sans serif* karena memiliki kesan santai dan fleksibel, serta jenis font *script-brush* untuk judul tiap bab agar memberikan kesan yang ceria dan fleksibel.

4) *Layout*

Jenis grid yang digunakan dalam tata letak perancangan ini menggunakan *two column grid* agar tata letak gambar dan teks tersusun secara rapih dan dapat memuat banyak informasi.

3. Media Pendukung

a. Media Sosial

Media sosial yang digunakan dalam perancangan ini adalah Instagram, karena fitur Instagram yang dapat memuat konten visual (foto, gambar, ilustrasi, infografis), audio visual (video dengan durasi maksimal sepuluh menit), dan tulisan (*caption*). Konten yang akan disajikan dalam sosial media ini merupakan cuplikan dan kutipan yang lengkapnya dapat dibaca pada perancangan buku ilustrasi ini. Hal tersebut diharapkan agar dapat merangsang keingintahuan target *audiences* untuk membaca buku ilustrasi “*Skin Care Base*”.

b. Merchandise

Sama seperti media sosial, *merchandise* memiliki peran sebagai stimulan agar target *audiences* tertarik mencari tahu mengenai desain yang ada pada *merchandise* tersebut. Namun berbeda dengan konten media sosial, *merchandise* dapat dilihat, dirasakan, dan digunakan fisiknya, sehingga memberikan kesan dekat antara *audiences* dan desain, atau dalam konteks ini adalah buku ilustrasi ini.

Merchandise yang akan digunakan dalam perancangan ini merupakan barang-barang yang tidak jauh-jauh dari tema perancangan ini, yakni *skin care*. Merchandise yang digunakan adalah botol minum, *pouch* (dompet kecil untuk tempat kosmetik), kaus, tas jinjing, dan sticker.

C. HASIL PERANCANGAN

1. Buku Ilustrasi



Gambar 1. Mockup cover buku
(sumber: Dokumentasi Agustina Elda).



Gambar 2. Mockup buku dibuka
(sumber: Dokumentasi Agustina Elda).



Prinsip Perawatan Kulit Kombinasi

KEMUNDURAN PIGMEN

PERILAH! Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen. Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen. Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen.

MALAM BAIK! Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen. Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen.

KEMUNDURAN PIGMEN

PERILAH! Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen. Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen.

MALAM BAIK! Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen. Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen.

REKOMENDASI PERAWATAN KULIT YANG SIMPLE UNTUK COWOK

Pada dasarnya, perawatan kulit itu harus dilakukan pada kulit yang berminyak, berjerawat, dan mengalami kemunduran pigmen. Kulit berminyak dan berjerawat, tetapi mengalami kemunduran pigmen.

Perawatan Kulit Pagi Hari

1. Bersihkan wajah dengan sabun cuci muka yang lembut.
2. Gunakan pelembab yang mengandung SPF.
3. Gunakan tabir surya.
4. Gunakan pelembab yang mengandung SPF.

10 Makanan Paling Kaya Antioksidan

Banyak makanan kaya antioksidan, tapi yang paling penting adalah yang mengandung vitamin C, E, dan beta-karoten.

10 Makanan Tidur Nyenyak dan Anti Stress

Menjadi stres bisa jadi masalah yang serius. Ada beberapa makanan yang bisa membantu mengurangi stres.

KATANYA: Bagaimana cara merawat kulit berminyak dan berjerawat?

FAKTYANYA: Kulit berminyak dan berjerawat disebabkan oleh kelebihan produksi minyak oleh kelenjar sebaceous. Kulit berminyak dan berjerawat disebabkan oleh kelebihan produksi minyak oleh kelenjar sebaceous.

KATANYA: Bagaimana cara merawat kulit berminyak dan berjerawat?

FAKTYANYA: Kulit berminyak dan berjerawat disebabkan oleh kelebihan produksi minyak oleh kelenjar sebaceous. Kulit berminyak dan berjerawat disebabkan oleh kelebihan produksi minyak oleh kelenjar sebaceous.

KATANYA: Bagaimana cara merawat kulit berminyak dan berjerawat?

FAKTYANYA: Kulit berminyak dan berjerawat disebabkan oleh kelebihan produksi minyak oleh kelenjar sebaceous. Kulit berminyak dan berjerawat disebabkan oleh kelebihan produksi minyak oleh kelenjar sebaceous.

Gambar 3. Beberapa sampel isi buku *Skin Care Base* (sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

2. Poster



Gambar 4. Desain poster pameran (sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

3. Media Pendukung

a. Botol Minum



Gambar 5. Mockup desain botol minum (sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

b. Pouch



Gambar 6. Mockup *pouch* kosmetik
(sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

c. Kaus



Gambar 7. Mockup desain kaus
(sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

d. Tas Jinjing



Gambar 8. Mockup desain tas jinjing
(sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

e. Sticker



Gambar 9. Mockup desain *sticker*
(sumber: Dokumentasi Agustina Elda).

D. KESIMPULAN

Wajah yang sehat adalah impian semua orang. Bagaimana tidak, kebiasaan bersosial kita sejak dahulu secara sadar dan tidak sadar sudah membentuk kita menjadikan wajah sebagai salah satu aset yang penting bagi tiap individu, karena wajah merupakan salah satu cerminan pertama yang akan orang lain lihat mengenai diri kita. Namun kebanyakan orang hanya fokus terhadap estetika dari kulit wajah yang sehat, padahal kesehatan wajah seharusnya memang perlu diperhatikan.

Masyarakat khususnya di Indonesia perlu sadar bahwa kesehatan wajah tidak hanya untuk dilihat secara estetika saja. Wajah adalah cerminan dari kesehatan tubuh kita secara keseluruhan. Beberapa masalah di wajah yang timbul seperti kulit kering dan pecah-pecah, jerawat, komedo, dan tanda-tanda penuaan bisa menjadi indikator bahwa kulit dan bagian tubuh kita yang lain mungkin sedang mengalami masalah. Pertolongan pertama dari masalah kulit wajah kita adalah dengan melindunginya dengan pola hidup, produk dan *treatment* perawatan kulit.

Meskipun informasi mengenai *skin care* sudah banyak ditemukan di internet, namun informasi yang diberikan antara satu artikel dengan yang lainnya atau satu video dengan yang lainnya sering sekali berbeda dan membuat bingung khalayak. Belum lagi peredaran produk dan *treatment skin care* ilegal ikut menyemarakkan perkembangan *skin care* di Indonesia yang justru menciptakan masalah baru untuk kesehatan kulit dan kesehatan tubuh.

Buku “*Skin Care Base*” hadir untuk menjadi salah satu pemecahan masalah. Minimnya buku yang membahas *skin care* yang dikhususkan untuk masyarakat Indonesia menjadi salah satu alasan buku ini dirancang. Buku ini membahas bagaimana karakteristik kulit orang Indonesia beserta masalahnya, dilanjutkan bagaimana cara merawat dan mengatasi permasalahan kulit sesuai dengan jenis kulit. Informasi dan mitos yang sering kali salah kaprah mengenai *skin care* juga turut dibahas dan diluruskan agar tidak ada lagi orang yang mengalami kerusakan kulit karena melakukan perawatan kulit yang tidak tepat. Penggunaan ilustrasi, warna, penentuan tata letak, dan jenis huruf dalam buku ini tidak hanya berperan

sebagai hiasan, namun berfungsi sebagai media komunikasi non verbal agar lebih menarik dibaca dan dimengerti oleh target *audiences* yang merupakan remaja umur 12 – 25 tahun.

Warna yang digunakan adalah merah, kuning, hijau, dan biru, di mana keempat warna itu merupakan warna yang cukup segar dan menarik jika dilihat. Ilustrasi yang digunakan juga cenderung sederhana namun tetap dapat menggambarkan informasi yang ingin disampaikan. Bahasa yang digunakan dalam perancangan ini juga sederhana agar target *audience* dapat dengan mudah mengerti pesan dan informasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, Gavin dan Paul Harris. 2003. "The Fundamentals of Creative Design". Singapore: AVA Book Production.
- Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. "Desain Komunikasi Visual : Dasar-dasar Panduan untuk Pemula". Bandung: Nuansa Cendekia.
- Keraf, Gorys. 2006. "Diksi dan Gaya Bahasa". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. "Nirmana ; Dasar-Dasar Seni dan Desain". Yogyakarta: Jalasutra.
- Shai, Avi, Howard I. Maibach, dan Robert Baran. 2009. "Hand Book of Cosmetic Skin Care ; Second Edition". London: Informa.
- Stone, Terry Lee. 2010. "Managing the Design Process Implementing Design". Beverly: Rockport Publishers, Inc.
- Tondreau, Beth. 2009. "Layout Essentials : 100 Design Principles for Using Grids". Beverly: Rockport Publishers, Inc.
- Wigan, Mark. 2009. " The Visual Dictionary of Illustration". Singapore: AVA Book Production.

JURNAL

- Chandra, Tiffany. 2014. "Perancangan Buku Ilustrasi Pencegahan Pikun Sejak Dini". Jurnal DKV, halaman 4.

WEBTOGRAFI

- Celle. FemaleDaily.com. 2018. "Efek Samping Banyaknya Informasi tentang *Skin Care*". <http://editorial.femaledaily.com/blog/2018/09/13/efek-samping-banyaknya-informasi-tentang-skincare/>. Diakses pada 24 Oktober 2018.
- Rinanda, Hilda Meilisa. detikNews. 2018. "Polisi Amankan Kosmetik Ilegal yang Endorse 6 Artis Indonesia". <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d4330233/polisi-amankan-kosmetik-ilegal-yang-endorse-6-artisindonesia>. Diakses pada Januari 2019.