

PERANCANGAN DESAIN ILUSTRASI DIGITAL KECANTIKAN BERDASARKAN PERSPEKTIF PEREMPUAN USIA 13-49 TAHUN

BEAUTY VISUAL DESIGN BASED ON THE PERSPECTIVE OF WOMEN AGED 13-49 YEARS

Merry Cryspine Hermellia Vigata¹, Rizki Taufik Rakhman ², Rahmawati ³

¹²³Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta

e-mail: merryvigata03@gmail.com ¹, rizkitr@unj.ac.id², rzahmawati@gmail.com³

Diterima: Mei, 2025 | **Disetujui:** Oktober, 2025 | **Dipublikasi:** Oktober, 2025

Abstrak

Kecantikan perempuan sering kali diukur berdasarkan standar global yang menekankan pada penampilan fisik, seperti bentuk tubuh yang langsing dan kulit yang putih. Padahal, kecantikan memiliki makna yang lebih luas, meliputi keindahan dari dalam dan luar diri perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memvisualisasikan persepsi kecantikan menurut pandangan perempuan itu sendiri tanpa dipengaruhi oleh nilai-nilai kesempurnaan yang dikonstruksi oleh masyarakat. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap perempuan rentang usia 13 hingga 49 tahun dan pendekatan Design Thinking. Data dikumpulkan dari lima subjek perempuan melalui proses wawancara dan pembuatan sketsa, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola pemaknaan kecantikan yang bersifat subjektif, beragam, serta berkaitan dengan kepribadian, pengalaman hidup, dan lingkungan sosial. Proses perancangan visual dilakukan melalui empat fase *Design Thinking* (*Empathise, Define, Ideate, Prototype*), sementara fase Test tidak dilaksanakan sehingga penelitian ini diposisikan sebagai studi eksploratif yang menghasilkan prototipe ilustrasi *digital*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecantikan dipahami secara subjektif dan personal, bukan semata-mata berdasarkan penampilan fisik, melainkan juga mencakup kepercayaan diri, keunikan, dan nilai-nilai diri yang dimiliki setiap perempuan.

Kata Kunci: kecantikan perempuan, feminitas baru, ilustrasi digital, persepsi, *design thinking*, studi eksploratif.

Abstract

Women's beauty is often measured through global standards that emphasize physical appearance, such as a slim body shape and fair skin. In reality, beauty carries a broader meaning that encompasses both inner and outer qualities. This study aims to explore and visualize the perception of beauty from women's own perspectives, independent of socially constructed ideals of perfection. The research adopts a qualitative approach using in-depth interviews with women aged 13 to 49, supported by the Design Thinking framework. Data were collected from five female participants through interviews and sketch development, then analyzed to identify patterns of beauty perception that are subjective, diverse, and influenced by personality, life experiences, and social environments. The visual design process was carried out through four stages of Design Thinking (Empathise, Define, Ideate, Prototype), while the Test stage was not conducted. Therefore, this study is positioned as an exploratory work that produces a digital illustration prototype. The findings reveal that beauty is understood subjectively and personally—not solely based on physical appearance, but also encompassing confidence, uniqueness, and the intrinsic values held by each woman.

Keywords: *women's beauty, new femininity, digital illustration, perception, design thinking, exploratory study.*

PENDAHULUAN

Perempuan merupakan pribadi yang luar biasa terutama dalam peran pentingnya dalam kehidupan ini, salah satunya melalui kodratnya yaitu hamil, melahirkan, dan menyusui. Pribadi perempuan juga diartikan sebagai seorang femininitas (Bartky, 1997) yang memiliki arti bahwa perempuan harus berpenampilan cantik. Menurut Nur (2020) Femininitas dahulu didefinisikan bagaimana perempuan dianggap cerdas atau perempuan bisa dikatakan sempurna jika dirinya dapat merepresentasikan tubuh dan perilakunya terhadap norma-norma gender kekuatan patriarkal.

Praktik femininitas ini dibagi menjadi tiga standarisasi. Pertama, mereka mengikuti standarisasi tubuh yang ideal. Kedua, ketika perempuan bersikap atau bertindak laku dengan gestur tubuh harus adanya pembatasan gerak gerik seperti cara duduk harus rapi dan benar, tidak membuka mulut terlalu lebar, dan sebagainya. Ketiga, perempuan diharuskan untuk selalu berpenampilan rapi dan cantik secara pengenalan pakaian bahkan hingga tata riasnya.

Hal ini berbeda dengan makna femininitas baru. Mengacu pada penelitian Nur (2020) yang menggunakan artikel surat kabar The Sun Herald dari Sydney, membahas bahwa femininitas baru direpresentasikan sebagai suatu bentuk kebebasan. Jadi standarisasi cantik tidak mengikuti praktik femininitas lama tetapi berkembang dengan femininitas baru. Dilansir dari berita Fimela, Ardiansih (2023) menjelaskan bahwa kecantikan itu ditandai dengan memiliki semangat, percaya diri, mandiri, peduli dan memiliki pikiran yang terbuka. Walaupun makna femininitas baru adalah demikian, masih sering pada situasi sekarang, banyak oknum yang menyuarakan femininitas lama padahal kaum perempuan sedang berjuang untuk mewujudkan femininitas baru sesungguhnya bahwa mereka bebas berekspresi.

Berbagai karya visual sebelumnya telah berupaya mengangkat isu perempuan dan kecantikan, namun sebagian besar masih merepresentasikan standar secara fisik maupun komersial, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan makna kecantikan orisinal dari pribadi perspektif perempuan itu sendiri atau dengan kata lain, belum mewakili. Hal ini ditinjau dari salah satu penelitian oleh Bella et al. (2024) yang membahas tentang representasi kecantikan dalam iklan media sosial. Penelitian yang dilakukan adalah dengan mengambil

sampel dari beberapa brand yaitu; *Whitelab*, *Glow & Lovely*, dan *SK-II*. Pada media sosial Instagram brand-brand terkait banyak menampilkan standar fisik dan komersial

yang tidak realistis, terutama melalui pemilihan model yang wajib berkulit putih dan penguatan ide kecantikan sebagai “kulit cerah” sehingga belum mewakili keberagaman perspektif perempuan terutama di Indonesia.

Lestari et al. (2022) menyampaikan bahwa dalam konteks desain komunikasi visual, isu ini memiliki urgensi karena desain berperan dalam membangun kesadaran dan wacana sosial melalui media visual yang komunikatif, edukatif, serta inklusif. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada upaya perancangan ilustrasi *digital* yang merepresentasikan makna daripada kecantikan yang berdasarkan perspektif perempuan usia 13-49 tahun. Rumusan utama penelitian ini adalah bagaimana ilustrasi *digital* dapat digunakan sebagai medium visual yang mencerminkan nilai-nilai feminitas baru serta memperkuat narasi *inner beauty* dalam konteks sosial modern. Penelitian ini memiliki tujuan yang meliputi penggalian persepsi perempuan terhadap konsep kecantikan, perancangan ilustrasi digital yang mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan dan kebebasan berekspresi, serta penciptaan narasi visual yang mampu menumbuhkan kesadaran masyarakat akan makna kecantikan yang lebih luas, reflektif, dan kontekstual.

KAJIAN TEORI

1. Kecantikan Perempuan

Menurut Fimela, Ardiansih (2023), perempuan yang cantik ditandai dengan semangat, rasa percaya diri, kemandirian, kepedulian, serta pola pikir terbuka. Konsep ini menunjukkan bahwa kecantikan tidak hanya dilihat dari fisik, tetapi juga dari nilai-nilai personal dan sosial yang melekat pada diri perempuan. Dengan demikian, kecantikan bersifat subjektif dan beragam, dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, budaya, serta konteks sosial. Pemahaman ini menjadi dasar penelitian untuk meninjau ulang makna kecantikan dari perspektif perempuan sendiri, bukan dari standar global yang cenderung menekan atau menyamaratakan penampilan perempuan.

2. Kecantikan dari Dalam dan Luar

Kecantikan dapat ditinjau melalui dua dimensi, yaitu kecantikan dari dalam (*inner beauty*) dan kecantikan dari luar (*outer beauty*). Hamer et al. (2021) menjelaskan bahwa *inner beauty* meliputi kecerdasan intelektual, emosional, serta spiritual, sedangkan *outer beauty* mencakup aspek fisik seperti postur tubuh, warna kulit, dan gaya berpakaian. Kedua dimensi ini saling melengkapi dalam membentuk persepsi seseorang terhadap kecantikan. Pemahaman dua dimensi ini menjadi landasan teoritis dalam proses perancangan ilustrasi, agar hasil visual mampu merepresentasikan kecantikan secara menyeluruh, baik dari sisi karakter maupun penampilan.

3. Ilustrasi Digital sebagai Wujud Visual Kecantikan Perempuan

Restuningsih et al. (2021) menyatakan bahwa ilustrasi digital merupakan bentuk seni visual yang dibuat menggunakan perangkat lunak desain. Berbeda dengan teknik konvensional yang menggunakan media fisik seperti kuas atau cat, teknik *digital* memanfaatkan teknologi untuk menyalurkan ide dan emosi ke dalam karya visual. Lestari et al. (2022) menekankan bahwa ilustrasi yang didukung latar konsep yang kuat mampu menarik perhatian audiens serta menyampaikan pesan dengan efektif. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk menjadi dasar penerjemahan konsep kecantikan perempuan ke dalam bentuk visual digital, sehingga setiap karya ilustrasi mampu merepresentasikan keunikan dan pandangan subjektif perempuan terhadap kecantikan.

METODOLOGI

Dalam merancang desain ilustrasi yang mengacu pada makna kecantikan perempuan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *Design Thinking*. Pendekatan ini dipilih karena relevan dengan proses perancangan berbasis empati, eksplorasi ide, dan visualisasi konsep secara konkret. Prinsip metode *Design Thinking* yang diacu berasal dari sepuluh perintah pemikiran desain (*Ten Commandments of Design Thinking*) yang berfokus pada (5) pemikiran berpusat pada kemanusiaan (*human-centered mindset*) dan (6) pendekatan visual serta tindakan nyata (*acting visually and tangibly*) (Roterberg, 2019). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam pandangan perempuan terhadap kecantikan, yang kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk visual ilustrasi *digital*.

Teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria partisipan perempuan usia tertentu. *Purposive sampling* mengadopsi strategi didasarkan dengan tujuan dan sasaran penelitian; jenis orang tertentu yang memiliki pandangan yang berbeda serta penting terkait ide dan isu yang dipertanyakan (Campbell et al., 2020). Dalam penelitian ini spesifik mengambil data dari subjek-subjek perempuan dari usia 13, 21, 25, dan 49 tahun. Rentang usia ini dipilih karena merepresentasikan perbedaan pandangan dan pengalaman dalam memaknai kecantikan di berbagai tahap kehidupan. Jumlah subjek penelitian adalah lima orang perempuan yang dipilih secara spesifik sesuai tujuan penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) berdurasi sekitar 30 menit yang dilakukan bersamaan dengan observasi, penggambaran sketsa, dan dokumentasi kegiatan. Teknik ini digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, serta perasaan subjek terhadap makna kecantikan.

Proses perancangan dilakukan melalui empat dari lima fase *Design Thinking*, yaitu *Empathise*, *Define*, *Ideate*, dan *Prototype*, sementara fase *Test* secara jujur, tidak dilaksanakan. Penulis menyadari bahwa keterbatasan ini menjadikan penelitian bersifat eksploratif dan berfokus pada pengembangan konsep visual hingga tahap *prototype*, tanpa melibatkan uji penerimaan dari target audiens. Adapun tahapan yang dilakukan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Empathise*

Pada fase ini, pentingnya memahami bagaimana tiap subjek memiliki pandangan dan pengalaman yang berbeda mengenai kecantikan, serta menggali nilai personal yang mereka rasakan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) selama 30 menit. Kesiapan daripada wawancara juga ditinjau dari penggunaan instrumen pertanyaan demi wawancara yang terlaksana dengan arah yang benar. Kemudian wawancara juga dilengkapi dengan pembuatan sketsa dari masing-masing individu. Pada proses pembuatan sketsa dari masing-masing individu perempuan, mereka menjelaskan makna dibalik sketsa yang mereka buat. Tiap gambar mewakili apa yang sudah terbahas dalam wawancara.

2. *Define*

Sesuai dengan kata "*Define*" yaitu mendefinisikan. Tahap ini adalah tahap berpikir. Dilakukan dengan mengidentifikasi hasil wawancara dan hasil daripada sketsa masing-masing individu untuk menemukan kesamaan tema dan isu visual yang dapat diangkat terkait kecantikan perempuan sesungguhnya itu seperti apa.

3. *Ideate*

Fase ini berfokus pada proses perancangan dengan mengembangkan ide visual berdasarkan hasil analisis data, menciptakan konsep ilustrasi *digital* yang mewakili pandangan perempuan terhadap kecantikan. Pada tahap ini berfokus pada *key visual* yang sudah didapatkan melalui subjek perempuan secara lisan maupun sketsa. Adapun *Key visual* yang diproses dengan pencetusan penggabungan *key visual* lainnya adalah supaya dapat menghasilkan ilustrasi digital yang kaya akan estetika bentuk maupun makna.

4. *Prototype*

Proses memvisualisasikan dengan merancang maupun mengembangkan beberapa versi ilustrasi digital dengan penggabungan beberapa *key visual* (ide dari tahap *ideate*). Dengan hasil akhir berupa penggabungan semua aset ilustrasi *digital* menjadi satu kesatuan.

Mengingat kembali, fase *Test* tidak dilakukan karena penelitian ini difokuskan pada pengembangan rancangan visual, bukan pada tahap evaluasi pengguna. Oleh karena itu, hasil penelitian berupa prototipe ilustrasi digital yang siap untuk diuji lebih lanjut pada penelitian lanjutan.

PEMBAHASAN

Landasan utama dari perancangan ini bersumber dari subjek-subjek perempuan yang berbagi mengenai pandangan mereka masing-masing. Tanpa pendapat mereka, perancangan desain ilustrasi *digital* tidak akan terbentuk sesuai dengan topik yang diangkat yaitu kecantikan menurut perempuan. Landasan utama ini masuk kedalam tahap paling awal dalam *Design Thinking* yaitu *empathise*. Proses berobservasi dan pemahaman sesuai ranah yang ingin digali. Pada tahapan ini mencakup wawancara secara mendalam, diikuti dengan sketsa dari masing-masing subjek. Pemilihan wawancara secara mendalam atau *indepth interview* bertujuan untuk menggali serta mengumpulkan pandangan tersendiri daripada subjek perempuan. Menurut Arianto dan Rani (2024), wawancara mendalam seperti ini memiliki kegunaan untuk memahami motivasi, keyakinan, atau nilai-nilai yang mendasari tindakan atau keputusan daripada seorang subjek. Maka dari itu, keputusan penggunaan wawancara mendalam ditentukan sebagai teknik utama dalam pengambilan data.

Adapun sebelum proses wawancara, terdapat persiapan pembuatan instrumen pertanyaan guna menjadi acuan pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan kepada subjek perempuan. Instrumen pertanyaan ditinjau dari kerangka teori kecantikan. Berikut dibawah ini merupakan instrumen pertanyaan yang diajukan

Instrumen Pertanyaan

Tabel 1. Instrumen Pertanyaan

A. Persepsi Kecantikan	
1.	Bagaimana kamu mendefinisikan kecantikan?
2.	Menurutmu, apakah kecantikan lebih berkaitan dengan penampilan fisik, kepribadian, atau keduanya? Mengapa?

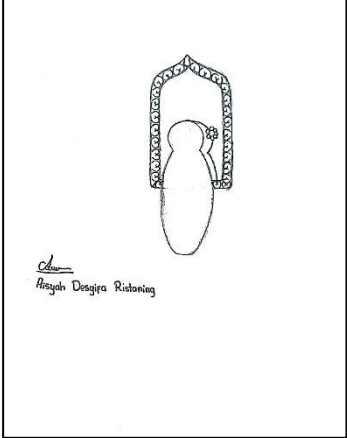
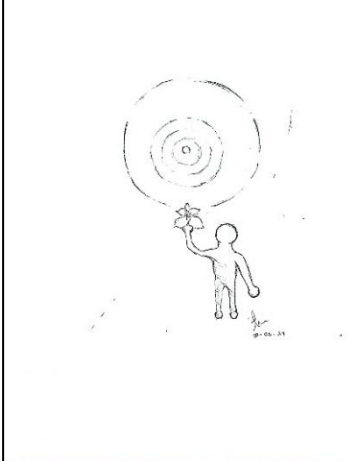
3.	Bagaimana pandanganmu terhadap standar kecantikan yang ada di masyarakat? Apakah kamu merasa standar ini berpengaruh dalam kehidupanmu?
B. Pengaruh Sosial pada Kecantikan	
1.	Apakah kamu pernah merasa harus memenuhi standar kecantikan tertentu karena pengaruh keluarga, teman, atau media sosial? Jika ya, dalam situasi seperti apa?
2.	Bagaimana caramu menghadapi komentar atau penilaian orang lain terkait penampilanmu ?
3.	Apakah ada momen dalam hidupmu di mana pandanganmu tentang kecantikan berubah? Jika ya, bisa diceritakan?
C. Perbandingan Kecantikan	
1.	Menurutmu, mana yang lebih penting dalam mendefinisikan kecantikan: kecantikan fisik (<i>outer beauty</i>) atau kecantikan dari dalam (<i>inner beauty</i>)? Mengapa?

Wawancara berjalan dengan baik bersama dengan 5 subjek perempuan dengan berbagai usia tetapi tetap dalam rentang umur 13-19 tahun. Subjek pertama dengan inisial ADR merupakan subjek termuda yaitu siswa sekolah menengah pertama dengan umur 13 tahun. Lalu ada subjek dengan inisial TIK dan PA merupakan mahasiswa dari Universitas Negeri Jakarta yang berjurusan di Program Studi Pendidikan Seni Rupa. Masing-masing berusia 20 dan 21 tahun. Masih ranah Universitas Negeri Jakarta, subjek AA yang merupakan alumni jurusan berumur 21 tahun. Selanjutnya seorang ibu yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan inisial DS berumur 49 tahun. Sebagai catatan penting, subjek ADR usia 13 tahun adalah anak dari ibu DS. Kegiatan wawancara mendalam (*indepth interview*) tidak dilakukan dalam satu hari yang sama melainkan berbeda-beda hari menyesuaikan waktu luang daripada subjek-subjek. Semua data wawancara terekam dalam waktu kurang lebih 30-35 menit tambahkan 5 menit karena subjek menjelaskan sketsa yang mereka buat. Setelah pengambilan data, masuklah ke tahap *Define* yang berfokus pada mendefinisikan. Bersamaan dengan rekaman hasil wawancara serta sketsa yang diberikan, penulis akhirnya membuat hasil simpulan daripada 5 orang responden dari jenjang usia 13 hingga 49 tahun dengan inisialnya, yaitu; ADR (13 tahun), TIK (20 tahun), PA (21 tahun), AA (25 tahun), dan DS (49 tahun).

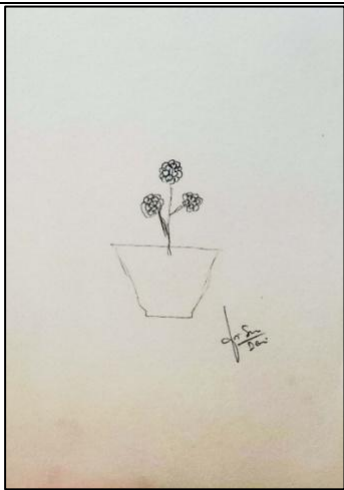
Adapula nama dibuat menjadi inisial saja supaya untuk menjaga privasi daripada subjek responden itu sendiri.

Tabel 2. Simpulan Hasil Wawancara

Nama/Umur	Hasil wawancara	Sketsa
-----------	-----------------	--------

ADR (13 tahun, seorang siswi SMPN 47 Jakarta Timur)	ADR yang merupakan siswa SMP mengartikan kecantikan sebagai rasa percaya diri serta kenyamanan saat melihat diri sendiri, seperti saat bercermin sebelum beraktivitas seperti sebelum kesekolah, dan lain-lain. Ia tidak begitu dipengaruhi oleh standar kecantikan pada lingkup masyarakat karena tumbuh dalam keluarga yang harmonis dan suportif. Dalam pergaulan pertemanan, ia bersikap menjadi penengah saja dan tidak mengikuti grup tertentu tertentu. Pribadinya mau menunjukkan bahwa baginya, kecantikan adalah perpaduan antara penampilan luar dan sikap positif yang ada dari dalam diri sendiri. Sketsa ini dibuat oleh ADR, sesuai dengan apa yang menjadi keseharian ADR yaitu bersekolah. ADR bisa mendefinisikan kecantikan seperti Gambaran orang bercermin. Terlihat ada pribadi yang sedang bercermin dan dicerminknya terpancar pribadi yang sama tetapi mengenakan bunga dikepalanya. ADR menjelaskan bahwa bunga ini menyimbolkan rasa cantik saat ia bercermin.	 Gambar 1. Sketsa ADR Sumber: Subjek wawancara ADR (2024)
TIK (20 tahun, seorang mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta)	Bagi TIK, kecantikan adalah kemampuan menjalani hidup dengan rasa bersyukur dan harapan, ia lebih menekankan pada <i>inner beauty</i>. Pengalaman pribadi dalam ranah sosial negatif berupa pilih kasih dari teman saat di SMP, yang membuatnya merasa perlu membuat senang (<i>people pleaser</i>) orang lain agar diterima. Karena pengalaman ini, berpengaruh hingga sekarang saat perkuliahan. Pada sisi keluarga, walau disayangi, TIK merasakan tekanan dari ayahnya terkait pilihan hidup, terutama ranah pendidikan. Keseluruhan pandangan dan pengalaman ini membentuk cara TIK memahami kecantikan sebagai sesuatu yang lebih dalam daripada penampilan fisik. Sesuai dengan	 Gambar 2. Sketsa TIK Sumber: Subjek wawancara TIK (2024)

	sketsa yang dibuat, TIK memvisualisasikan bentuk syukurnya dengan bunga <i>orchid</i> dan lingkaran yang dikatakannya sebuah pancaran cahaya. TIK mengatakan bahwa ia suka dengan dengan bunga orchid sehingga itu melambangkan dirinya yang dibawa kedalam lingkaran cahaya. Lingkaran cahaya ini merupakan merupakan cahaya rasa syukurnya ia sebagai perempuan yang cantik.	
PA (21 tahun, seorang mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta)	Kecantikan menurut PA yaitu, sebagai sikap dan perilaku yang baik, menekankan bahwa penampilan fisik tidak menyatakan bahwa seseorang itu benar-benar cantik. Ia lebih berfokus pada <i>inner beauty</i> dibanding <i>outer beauty</i>. Standar kecantikan masyarakat tidak terlalu memengaruhi pandangannya, tetapi menurutnya, ia sering merasa khawatir terhadap penilaian orang lain karena sifat <i>overthinker</i>-nya (berpikir berlebihan). PA merupakan anak dari keluarga <i>broken home</i> membuatnya merasa kurang mendapat dukungan secara emosional, yang ikut memengaruhi kepercayaan dirinya. PA menunjukkan bahwa bagi dirinya, kecantikan sejati adalah tentang tata krama dan karakter, bukan sekadar apa yang ditampilkan diluar. Dari sketsa yang ia tuangkan, ditinjau dari apa yang PA jelaskan, PA mengatakan gambar ini sebenarnya adalah visual perempuan yang terlihat baik tetapi aslinya (dari dalam) tidak baik. Visualisasi perempuan bertanduk dengan senyum tipis dibuat oleh PA mengartikan layaknya himbauan bahwa perempuan cantik itu tidak seperti ini melainkan perempuan yang cantik adalah perempuan yang memiliki sikap disiplin, baik hati, dan tidak sombong. Menjadi sebuah keunikan dari antara data perempuan, PA ingin memvisualisasikan hal yang menjadi	 Gambar 3. Sketsa PA Sumber: Subjek wawancara PA (2024)

	keterbalikannya daripada menggambar sesuatu yang mudah diartikan.	
AA (25 tahun, seorang alumni Universitas Negeri Jakarta yang baru lulus)	AA membahas kecantikan itu sebagai bentuk ekspresi diri melalui identitas, <i>style</i> , dan selera pribadi. Berfokus lebih menekankan pada kepribadian dan kebebasan berekspresi dibanding tampilan fisik semata. AA sudah kehilangan sosok ayah saat perkuliahan yang menjadi tantangan tersendiri, tetapi ada dukungan penuh dari ibu, kakak, dan teman-temannya membuat AA bisa tumbuh dengan rasa aman dan percaya diri. Ia tidak merasa tertekan oleh standar kecantikan diluar sana karena lingkungannya memberinya ruang untuk bebas berekspresi. Bagi AA, <i>inner beauty</i> yang tercermin lewat gaya dan keunikan diri lebih mendasar dalam mendefinisikan kecantikan. Sketsa yang dibuat oleh AA menjadi visual gaya atau <i>style</i> yang sudah dibagikan oleh dirinya sendiri. PA menggambar pribadi perempuan bergaya <i>gothic</i> yang merupakan gaya kegemarannya. Visualisasi ini diartikan PA bahwa kecantikan didefinisikan dari seorang pribadi perempuan yang bisa dengan percaya diri berbagi siapa dirinya dan apa gaya yang dianut.	 Gambar 4. Sketsa AA Sumber: Subjek wawancara AA (2024)
DS (49 tahun, berprofesi sebagai ibu rumah tangga)	Ibu DS berbagi soal kecantikan sebagai sikap itu bersyukur dan kemampuan menyebarkan kasih kepada sesama. Mengingat bagaimana pentingnya <i>inner beauty</i> , di mana karakter dan kebaikan hati jauh lebih penting daripada penampilan luar. Ibu DS tidak terlalu dipengaruhi oleh standar kecantikan masyarakat karena ibu DS berfokus pada nilai-nilai kasih dalam kehidupan keluarga dan sosial. Lingkungan keluarganya yang terjaga serta keterlibatannya dalam kegiatan sosial mencerminkan bahwa pandangan	 Gambar 5. Sketsa DS

	hidup yang positif dan penuh cinta adalah esensi dari kecantikan sejati. Ibu DS menggambar sketsa sederhana dan terlihat jelas. Sekilas memang seperti bunga dengan pot saja tetapi beliau mengatakan bunga yang bercabang dan satu buah pot ini melambangkan kasih sayang dalam suatu keluarga. Pot menjadi visual rumah tempat tinggal keluarga dan bunga yang tumbuh merupakan sesamanya keluarga. Bunga-bunga tumbuh karena kasih sayang sehingga kelopakanya cantik dan lebat.	Sumber: Subjek wawancara DS (2024)
--	---	------------------------------------

Masih dalam tahap *define*, pada hasil wawancara terhadap lima responden dengan rentang usia 13-49 tahun, ditemukan adanya pola pemaknaan kecantikan yang beragam namun memiliki benang merah yang sama, yaitu bahwa kecantikan tidak semata-mata berkaitan dengan penampilan fisik, tetapi lebih pada kepribadian, kepercayaan diri, dan penerimaan diri. Sehingga tercetuskan analisis definisi berdasarkan 4 hal yaitu terkait usia, lingkungan sosial, hubungan teori kecantikan, serta yang terakhir adalah penerapannya terhadap ilustrasi desain.

1. Analisis Usia

Responden remaja (ADR, 13 tahun) menekankan kecantikan sebagai rasa percaya diri dan kenyamanan diri sendiri. Ini menunjukkan bahwa sejak usia muda sudah ada kesadaran terhadap pentingnya *inner beauty*. Temuan ini mendukung teori Hamer et al. (2021) yang menjelaskan bahwa aspek emosional dan spiritual merupakan bagian dari kecantikan sejati. Pada kelompok usia 20-25 tahun (TIK, PA, dan AA), kecantikan dipahami sebagai ekspresi diri dan keseimbangan antara tampilan luar dengan kondisi batin. Kelompok ini menunjukkan transisi dari pencarian identitas menuju penerimaan diri. Pengalaman sosial yang mereka hadapi, seperti tekanan lingkungan dan perbandingan sosial yang memperkaya pemaknaan kecantikan menjadi lebih reflektif.

Sedangkan pada responden dewasa (DS, 49 tahun), kecantikan diartikan sebagai kemampuan untuk bersyukur dan menyebarkan kasih. Makna ini mencerminkan kematangan spiritual dan kesadaran akan nilai-nilai hidup, sesuai dengan konsep feminitas baru yang digambarkan Nur (2020) sebagai bentuk kebebasan perempuan dalam menentukan nilai dirinya.

2. Analisis Faktor Lingkungan dan Sosial

Lingkungan keluarga dan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan persepsi kecantikan. ADR dan DS tumbuh dalam lingkungan suportif sehingga memandang kecantikan secara positif dan tidak tertekan oleh standar masyarakat. Sebaliknya, TIK dan PA yang memiliki pengalaman sosial menantang justru menunjukkan proses introspeksi dan transformasi diri. Hal ini menguatkan

pandangan bahwa persepsi kecantikan perempuan terbentuk melalui pengalaman dan konteks sosial, bukan dari standar visual yang universal.

3. Analisis Hubungan dengan Teori Kecantikan dan Feminitas Baru

Hasil wawancara mengindikasikan adanya pergeseran dari konsep feminitas lama menuju feminitas baru, di mana perempuan memiliki kebebasan mendefinisikan kecantikannya sendiri. Sebagian besar responden menolak standar fisik yang sempit dan menekankan pentingnya kepribadian, kemandirian, serta ekspresi diri. Hal ini sesuai dengan pernyataan Nur (2020) bahwa feminitas baru memandang kecantikan sebagai kebebasan dan keaslian, bukan kepatuhan terhadap norma patriarkal.

4. Analisis Penerapan terhadap Perancangan Ilustrasi Digital

Nilai-nilai yang muncul dari hasil wawancara menjadi dasar bagi proses penerjemahan konsep ke dalam bentuk visual digital, yaitu:

- Subjek ADR diwakili melalui ilustrasi yang sederhana dan simple untuk perempuan seumurannya anak SMP sehingga menggambarkan ketulusan dan rasa percaya diri alami.
- Subjek TIK direpresentasikan dengan komposisi garis halus dan elemen reflektif layaknya sebuah cahaya, menandakan perjalanan emosional dan proses penyembuhan diri.
- Subjek PA divisualisasikan dengan gambar yang terstruktur dan jelas, menunjukkan perjuangan antara kecemasan dan ketenangan.
- Subjek AA digambarkan dengan gaya sketsa yang bebas dan tegas, layaknya memiliki gayanya sendiri yang khas melambangkan kebebasan berekspresi serta keunikan karakter.
- Subjek DS divisualisasikan dengan elemen lembut pada objek yang tergambarkan dan kesederhanaan, ini menonjolkan nilai kasih dan kedewasaan batin.

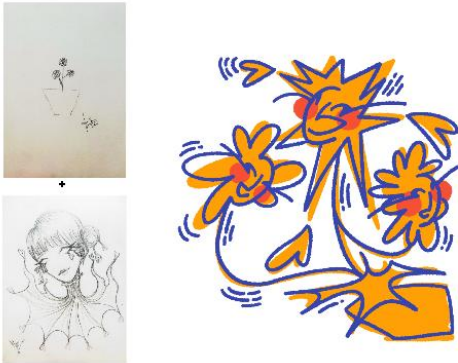
Hasil inilah yang sejalan dengan teori Hamer et al. (2021) yang menekankan bahwa *inner beauty* meliputi kecerdasan emosional dan spiritual sebagai bagian dari kecantikan sejati. Sementara itu, pengaruh *outer beauty* masih muncul dalam bentuk kesadaran sosial dan tekanan dari lingkungan, tetapi tidak menjadi faktor dominan dalam pandangan responden.

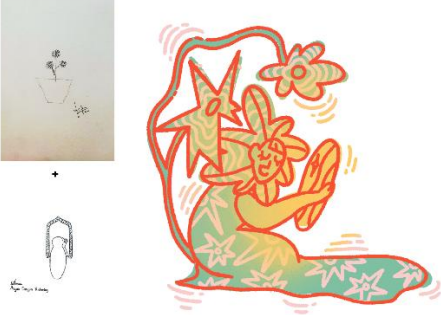
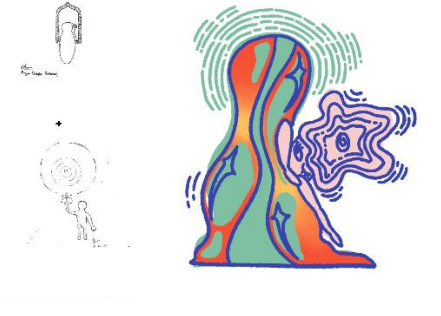
Analisis-analisis ini menunjukkan adanya pergeseran makna feminitas yang sejalan dengan konsep feminitas baru (Nur, 2020), yaitu kebebasan perempuan dalam mendefinisikan dirinya tanpa harus mengikuti standar patriarkal. Setiap responden memaknai kecantikan melalui pengalaman pribadi, mulai dari proses tumbuh dalam lingkungan suportif hingga menghadapi tekanan sosial yang mempengaruhi persepsi diri. Faktor usia juga berpengaruh terhadap kematangan cara berpikir mereka: semakin dewasa, semakin kuat kesadaran bahwa kecantikan bersifat holistik dan tidak hanya visual. Temuan ini menjadi dasar dalam proses perancangan ilustrasi digital, di mana nilai-nilai *inner beauty* dan feminitas baru diterjemahkan melalui bentuk, warna, dan ekspresi visual pada karya. Dengan demikian, proses desain tidak sekadar menghasilkan visual yang estetik, tetapi juga menjadi bentuk interpretasi terhadap data sosial dan pandangan perempuan tentang kecantikan yang otentik.

Makna serta definisi-definisi ini kemudian dibawa ke proses selanjutnya yaitu tahap *Ideate*. Pada tahap ini, menjadi titik perancangan serta pengembangan menuju narasi visual kecantikan perempuan. Dari analisis diatas, tahap *ideate* berfokus untuk merancang beberapa ilustrasi *digital* dengan ketentuan mengambil tiap 2 *key visual* yang digabungkan menjadi satu. Keputusan pengambilan 2 *key visual* ini memiliki tujuan untuk menunjukkan

keberagaman persepsi kecantikan. Dari satu gambar di gabungkan gambar lain dapat menghasilkan ilustrasi digital yang kaya dalam makna. Jadi tak hanya fokus pada estetika melainkan sekaligus nilai persepsi akan terpancar. Berikut merupakan hasil perancangan desain berdasarkan data yang didapatkan. Terdapat 5 aset ilustrasi *digital* berdasarkan penggabungan per 2 *key visual* dari data serta 1 aset penggabungan secara keseluruhan. Adapun gambarannya adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Proses ideasi dari data menjadi narasi visual

Visualisasi	Keterangan
 Gambar 6. Aset ilustrasi pertama Sumber: Merry (2024)	Penggabungann sketsa AA dan TIK dengan fokus <i>key visual</i>: - Wajah perempuan berponi - Bulu mata/liner tebal dan lentik - Kerah leher - Bentuk hati - Bunga <i>orchid</i> - Garis yang terputus-putus Ideasi: mengambil bentuk utama yaitu wajah perempuan dan digabungkan dengan badan berbentuk bunga <i>orchid</i>. Tak lupa dipadukan dengan garis terputus-putus layaknya terpancar.
 Gambar 7. Aset ilustrasi kedua Sumber: Merry (2024)	Penggabungann sketsa DS dan AA dengan fokus <i>key visual</i>: - Wajah perempuan - Bulu mata/liner tebal dan lentik - Bentuk hati - Tiga bunga - Pot Ideasi: Penggunaan bentuk utamanya adalah bunga bercabang tiga. Bunganya dibuat dengan wajah yang memiliki bulu mata atau liner yang lentik. Tambahannya diluaran dengan garis terputus-putus.

 Gambar 8. Aset ilustrasi ketiga Sumber: Merry (2024)	Penggabungann sketsa DS dan ADR dengan fokus <i>key visual</i>: - Tiga bunga - Subjek perempuan - Cermin - Bunga dikepala Ideasi: Bentuk utama yaitu perempuan dengan kepala berbunga dan digabungkan tanaman bunga yang tumbuh disampingnya. Perempuannya diberi baju <i>flower print</i>.
 Gambar 9. Aset ilustrasi keempat Sumber: Merry (2024)	Penggabungann sketsa PA dan DS dengan fokus <i>key visual</i>: - Subjek perempuan - Tiga bunga - Garis yang terputus-putus Ideasi: Tanaman bunga yang dibuat diantara kanan dan kirinya perempuan yang tengah menghirup aroma bunga tersebut. Ditambahkan dengan garis putus putus.
 Gambar 10. Aset ilustrasi kelima Sumber: Merry (2024)	Penggabungann sketsa DS dan AA dengan fokus <i>key visual</i>: - Cermin - Bunga <i>orchid</i> - Subjek perempuan - Garis terputus-putus Ideasi: Menjadi cermin besar sebagai bentuk utama lalu disandari oleh visual perempuan dengan rambut berbentuk bunga <i>orchid</i>. Cermin dan perempuan tersebut ditambahkan garis terputus-putus disekitarnya.



Gambar 11. Gabungan keseluruhan aset ilustrasi

Sumber: Merry (2024)

Ideasi terakhir: mencoba menggabungkan semua aset ilustrasi digital dalam satu frame. Beberapa bagian yang kosong ditambahkan objek yang sering sekali digunakan yaitu bunga. Bunga terbagi jadi dua macam yaitu bunga kelopak runcing dan bunga kelopak tumpul.

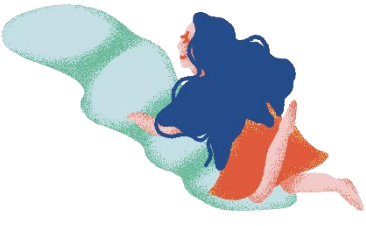
Simpulan penggabungan:

Hasil dari penggabungan tiap aset ilustrasi menjadikan satu ilustrasi utama yang beragam dan seru. Layaknya melengkapi satu dengan yang lainnya. Tetapi sejauh ini masih terlihat mentah dan saling menimpa satu dengan yang lainnya.

Ditinjau dari simpulan penggabungan dari tahap *Ideate*, pada aset penggabungan keseluruhan, dikarenakan adanya non efisiensi antar aset yang saling bertumpuk, pada akhirnya dibuat finalisasi khusus. diperlukan tahap akhir yaitu *prototyping*. Pada tahap *prototype* ini, gabungan dari tiap aset disempurnakan kembali dari segi komposisi serta penggunaan warna yang lebih teratur. Desain finalisasi khusus ini bertujuan supaya desain ilustrasi *digital* yang disajikan boleh sesuai dan tidak saling bertabrakan satu dengan yang lainnya. Kembali pada tahap penyempurnaan tiap aset ilustrasi *digital* yang ada diperbaiki dikarenakan ketidakseimbangan bentuk. Berikut hasil *prototyping* tiap aset.

Tabel 4 Proses *prototype* aset ilustrasi digital

 Gambar 12. Aset ilustrasi pertama Sumber: Merry (2024)	 Gambar 13. Aset ilustrasi pertama final Sumber: Merry (2024)	Aset 1 - Masih menjaga bentuk aset awal tetapi komposisi warna jauh lebih seimbang dan warnanya lebih terpadu secara alami. - Gambaran bunga <i>orchid</i> semakin diperjelas dan dijadikan kepala bunga <i>orchid</i> dengan sedikit efek <i>grain</i> - Penggambaran mata menjadi jauh lebih hidup
 Gambar 14. Aset ilustrasi kedua Sumber: Merry (2024)	 Gambar 15. Aset ilustrasi kedua final Sumber: Merry (2024)	Aset 2 - Terdapat perubahan warna tetapi masih sesuai dengan <i>color pallete</i> awal - Bentuk bunga masih mengikuti bentuk awal tetapi lebih berisi - Penggunaan <i>line art</i> pada bagian yang ingin diperjelas (wajah, mata, mulut)
 Gambar 16. Aset ilustrasi ketiga Sumber: Merry (2024)	 Gambar 17. Aset ilustrasi ketiga final Sumber: Merry (2024)	Aset 3 - Bentuk awal masih dipertahankan tetapi dibuat lebih proposional terutama pada bagian tangan - Pembedaan warna kulit dengan warna kepala serta pakaian membuat ilustrasi lebih hidup - Penggunaan <i>line art</i> pada bagian yang ingin diperjelas (wajah, mata, mulut, lipatan baju)
 Gambar 18. Aset ilustrasi keempat Sumber: Merry (2024)	 Gambar 19. Aset ilustrasi keempat final Sumber: Merry (2024)	Aset 4 - Bentuk awal sedikit berubah dari perempuan yang duduk menjadi melayang - Bentuk bunga menjadi satu tetapi bercabang - Penggunaan <i>line art</i> pada bagian yang ingin diperjelas (wajah, rambut, mata)

 Gambar 20. Aset ilustrasi kelima Sumber: Merry (2024)	 Gambar 21. Aset ilustrasi kelima final Sumber: Merry (2024)	Aset 5 - Terdapat perubahan posisi perempuan menjadi melayang - Rambut bentuk bunga <i>orchid</i> juga jauh dipertegas dan berbentuk - Pewarnaan tidak berlebihan dan penggunaan efek <i>grain</i>
--	--	--

Hasil akhir aset ini kemudian ditaruh kembali menjadi satu kesatuan *frame* yang menunjukkan narasi visual kecantikan yang seimbang. Sebagai tambahan, jika diperhatikan terdapat garis-garis *doodle* yang terputus-putus mengikuti lekukan bentuk aset dan juga objek bunga yang sedari awal ditambahkan juga tetap ditambahkan tetapi lebih di *simplify* dalam bentuk maupun warnanya. Berikut adalah hasil *prototype* akhirnya.



Gambar 22. Desain ilustrasi final keseluruhan

Sumber: Merry (2024)

SIMPULAN & REKOMENDASI

Penelitian perancangan ilustrasi *digital* ini menghasilkan sebuah prototipe visual yang menggambarkan makna kecantikan berdasarkan perspektif perempuan usia 13 hingga 49 tahun. Melalui empat fase Design Thinking yang mencakup *Empathise*, *Define*, *Ideate*, dan

Prototype, penelitian ini menemukan bahwa pemaknaan kecantikan bersifat subjektif dipengaruhi oleh; pengalaman hidup, usia, lingkungan sosial, serta nilai-nilai personal yang berkaitan dengan kepercayaan diri, ekspresi diri, dan penerimaan diri. Identifikasi dari wawancara dan pemetaan visual berhasil diterjemahkan menjadi aset ilustrasi digital yang merepresentasikan keberagaman konsep kecantikan serta mengangkat nilai-nilai feminitas baru. Dikatakan bahwa kecantikan perempuan itu subjektif, berbeda-beda, tetapi tetap unik sesuai dengan pandangan mereka masing-masing. Nyatanya perbedaan itulah yang kemudian menjadi salah satu nilai estetika pada desain ilustrasi *digital* yang disajikan. Aset ilustrasi yang dilahirkan melalui metode *Design Thinking* memiliki kekayaan akan makna pandangan kecantikan perempuan asli dari sumbernya. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis karena tidak dilaksanakannya fase *Test*, sehingga efektivitas ilustrasi sebagai media komunikasi visual belum dapat dievaluasi secara langsung kepada audiens. Oleh karena itu, penelitian ini diposisikan sebagai studi eksploratif yang berfokus pada pengembangan konsep dan prototipe awal.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian lanjutan sangat disarankan untuk melaksanakan tahap uji coba kepada target audiens agar dapat menilai sejauh mana ilustrasi dapat menyampaikan pesan mengenai makna kecantikan secara efektif. Pendekatan visual juga dapat dikembangkan lebih jauh melalui eksplorasi gaya gambar, palet warna, atau medium lain seperti *motion graphic* maupun media interaktif agar representasi visual menjadi lebih variatif dan komunikatif. Penambahan jumlah dan keragaman subjek penelitian juga akan memperkaya representasi perspektif perempuan Indonesia. Integrasi analisis penerimaan audiens akan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai respons dan persepsi mereka terhadap karya visual yang dihasilkan. Prototipe ilustrasi yang telah dibuat juga dapat dikembangkan menjadi media visual nyata seperti kampanye sosial, materi edukatif, hingga karya publik yang bertujuan membangun kesadaran mengenai makna kecantikan yang lebih inklusif dan relevan dengan konteks sosial saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansih, N.M. (2023). Tidak Hanya Wajah, Ini Tanda Perempuan Cantik Dari Dalam. Retrieved 10 April 2025, from Fimela website: <https://www.fimela.com>
- Bartky, S. L. (1997). Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power. *Feminist Social Thought: A reader*, Routledge.
- Bella, N. S., Maharani, V. M. A., & Nurdin, A. (2024). Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia pada Iklan Media Sosial. *Al-Ittishol Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Campbell, S. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*.
- Hamer, W., Ayyuhda, C., Ulva, S. M., & Nurlatifah, L. (2021). 'Interpretasi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi Sosial' *Setara: Jurnal Studi Gender dan Anak*. Lampung: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Lestari, N. P. E. B., Santosa, N. A., & Suharno, A. R. (2022). 'Peran Ilustrasi Bertema Indonesia pada Produk Minuman Terhadap Respon Emosi Konsumen' *Jurnal Bahasa Rupa*. Denpasar: Institut Desain dan Bisnis Bali.
- Nur, G. N. S. (2020). 'Perempuan dalam Feminitas dan Feminitas Baru' *Jurnal Media*

Komunikasi Gender. Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Restuningsih, J., Roisah, K., & Prabandari, A. P. (2021). 'Perlindungan Hukum Ilustrasi Digital Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta' Jurnal Notarius. Semarang: Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro Semarang.

Roterbeg, C. M. (2019). Handbook of Design Thinking. Kindle Direct Publishing.

Arianto, B & Rani (2024). TEKNIK WAWANCARA DALAM METODA PENELITIAN KUALITATIF. Borneo Novelty Publishing.