



UNIVERSITAS INDONESIA

**PROTOTYPE *WEB SERIES*
“Pomateur”**

TUGAS KARYA AKHIR

**RIRIS ENDAH RESPATI
1106018291**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA REGULER
UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
DESEMBER 2014**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PROTOTIPE *WEB SERIES*
“Pomateur”**

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**RIRIS ENDAH RESPATI
1106018291**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA REGULER
UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
DESEMBER 2014**

HALAMAN PERNYATAN ORISINALITAS

**Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Riris Endah Respati

NPM : 1106018291

Tanda Tangan :



Tanggal : 1 Desember 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Riris Endah Respati
NPM : 1106018291
Program Studi : Ilmu Komunikasi -
Industri Kreatif Penyiaran
Judul Tugas Karya Akhir : Prototipe *Web series*
"Pomateur"

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program S1 Reguler Departemen Ilmu Komunikasi Peminatan Industri Kreatif Penyiaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Sri Esti Tri Wandari, M.A

(.....)

Penguji : Rizki Taufik Rakhman S.Sn., M.Si

(.....)

Ketua Sidang : Dra. Askariani Kartono, M.Si

(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 5 Januari 2015

KATA PENGANTAR

Berawal dari ketertarikan penulis terhadap dunia sepakbola, khususnya kepada salah satu pemain sepak bola, yaitu David Beckham. Seringkali tata rambut Beckham menjadi berita yang dapat menghubungkan antara dunia olahraga dan dunia hiburan (*sportainment*). Fenomena rambut rapi dan klimis ini kemudian menjalar kepada pemain sepakbola lainnya dan dunia di luar sepakbola, karena melihat penampilan David Beckham yang dapat menjaga kerapian rambutnya selama 90 menit dalam sebuah pertandingan. Penulis menjadi tertarik untuk mengupas tentang produk rambut laki-laki yang dapat menahan bentuk rambut agar tetap prima. Salah satu produk rambut untuk laki-laki yang saat ini sedang naik daun, khususnya di Indonesia adalah pomade.

Penulis berharap Tugas Karya Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Meskipun begitu, penulis menyadari bahwa tugas karya akhir ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan kedepannya.

Depok, 1 Desember 2014

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T. karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir Prototipe *Web Series* “Pomateur”. Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Pinckey Triputra, MSc. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.
2. Endah Triastuti, Ph.D selaku Ketua Program S1 Reguler Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.
3. Sri Esti Tri Wandari, M.A, selaku Dosen Pembimbing.
4. Rizki Taufik Rakhman S.Sn., M.Si, selaku Dosen Penguji.
5. Dra. Askariani Kartono, M.Si, selaku Ketua Sidang.
6. Seluruh staf dan tata usaha Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI: Mas Gugi, Mbak Inda, Mbak Onna, dan Mas Pian.
7. Keluarga penulis: Ayah, Ibu, dan kakak-kakak.
8. Narasumber: dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Alia Dewi *Corporate Secretary* PT. Mandom Indonesia Tbk, Eno Bening Swara, Giovanni Widjaja, Ivan Toar, Martin, dan Bintang Putra Binawan yang telah bersedia meluangkan waktu.
9. Para pendukung dan kerabat kerja “Pomateur”: Fadhlurrahman, Eriestu Rizky Prananda, Nirinda Niatiansya, dan Rio Sandy Muzakir.
10. Seluruh teman-teman IKP 2011.

Saya berharap Allah S.W.T membalas kebaikan kalian dan semoga Tugas Karya Akhir ini dapat bermanfaat.

Depok, 1 Desember 2014

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riris Endah Respati
NPM : 1106018291
Program Studi : Industri Kreatif Penyiaran
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Prototipe *Web Series* “Pomateur””

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 1 Desember 2014

Yang menyatakan



(Riris Endah Respati)

vi

Universitas Indonesia

RINGKASAN EKSEKUTIF

Bab 1 Analisis Situasi	Pomade adalah minyak rambut pria yang berfungsi untuk merapikan dan mengkilapkan rambut. Walaupun tidak terjadi pada semua pengguna pomade, tetapi pomade berpotensi menyebabkan jerawat pomade. Maka dari itu, penulis ingin mengedukasi pengguna pomade pemula melalui sebuah drama <i>web series</i> , agar pemahaman mereka mengenai pomade menjadi lebih mendalam, dengan cara yang mudah dimengerti.
Bab 2 Manfaat dan Tujuan Pengembangan Pilot	Manfaat utama pengembangan pilot adalah untuk memberikan tayangan alternatif baru bertemakan pomade yang dapat diakses kapan saja. Tujuan utama pengembangan pilot adalah untuk memperkenalkan apa itu pomade dan membantu menggambarkan bagaimana hal positif dan negatif dari penggunaan pomade bagi pengguna pomade pemula.
Bagian 3 Pilot yang Dikembangkan	Pilot ini berjudul “Pomateur” yang menceritakan tentang Diki, seorang pengguna pomade yang memiliki teman bernama Sigit yang ingin mengenal apa itu pomade.
Bagian 4 Evaluasi	<i>Pre-test</i> media dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner.
Bagian 5 Anggaran	Anggaran yang digunakan dalam pembuatan pilot adalah Rp 4.356.000,00. Rencana anggaran untuk penerbitan produksi media adalah Rp 44.385.000,00. Sedangkan anggaran untuk evaluasi adalah sebesar Rp 600.000,00.

EXECUTIVE SUMMARY

Chapter 1 Situation Analysis	Hair pomade is a men hair dressing product that help to control hair and give shiny effect on hair. Although it does not happen to all pomade users, but pomade could potentially cause pomade acne. Therefore, the writer want to educate the novice or amateur pomade user along with this <i>web series</i> drama, so they can understand about pomade easily.
Chapter 2 The Benefit and Goal of Program	The main benefit of this pilot program is to offer a new and fresh alternative show which is focused on pomade and can be accessed at any time through the internet. The main goal is to introduce what is pomade and inform about the positive and negative side of pomade for pomade amateur user.
Chapter 3 Developed Pilot	The title for this pilot program is “Pomateur”. It is a story of Diki who has a friend named Sigit that is curious about pomade.
Chapter 4 Evaluation	<i>Pre-test</i> media was done by using questionnaire.
Chapter 5 Budget	In producing the pilot program, the total budgetcosts is Rp 4.356.000,00. As for the budget plan for the issuance of media production is Rp 44.385.000,00. The total budget for the evaluation costs Rp 600.000,00.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS	vi
 AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	
RINGKASAN EKSEKUTIF.....	vii
EXECUTIVE SUMMARY.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAGIAN SATU Analisis Situasi.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Pomade.....	1
1.1.2 Fenomena Pomade.....	3
1.1.3 Jenis-Jenis Pomade.....	7
1.1.4 Dampak Penggunaan Pomade.....	10
1.1.5 Teori Pembelajaran Sosial.....	13
1.2 Hasil Riset Pasar.....	14
1.2.1 Jenis-Jenis Produk Rambut.....	14
1.2.1.1 <i>Hair Spray</i>	15
1.2.1.2 <i>Hair Gel</i>	15
1.2.1.3 <i>Hair Wax</i>	15
1.2.1.4 <i>Hair Mousse</i>	16
1.2.1.5 <i>Hair Cream</i>	16
1.2.2 Internet di Indonesia.....	16
1.2.3 <i>Web Series</i>	17
1.3 Pernyataan Kebutuhan.....	18
BAGIAN DUA Manfaat dan Tujuan Pengembangan Pilot.....	20
2.1 Manfaat.....	20
2.1.1 Manfaat bagi Khalayak.....	20
2.1.2 Manfaat bagi Pengelola Web Series.....	20
2.2 Tujuan.....	21
2.2.1 Tujuan Sosial.....	21
2.2.2 Tujuan Ekonomi.....	21
BAGIAN TIGA Prototipe yang Dikembangkan.....	22
3.1 Program yang Diusulkan.....	22
3.2 Media Penayangan.....	22
3.3 Khalayak Sasaran.....	23
3.3.1 Geografis.....	23
3.3.2 Demografis.....	23
3.3.3 Status Sosial Ekonomi.....	24
3.3.4 Psikografis.....	24

3.3.5	Teknografis.....	25
3.4	Analisis SWOT.....	25
3.4.1	<i>Strength</i>	25
3.4.2	<i>Weakness</i>	26
3.4.3	<i>Opportunity</i>	26
3.4.4	<i>Threat</i>	26
3.5	Posisi dan Diferensiasi Produk.....	27
3.6	Nama atau Judul Program yang Diusulkan.....	27
3.7	Sinopsis.....	27
3.8	<i>Treatment</i>	28
3.9	Waktu Tayang.....	29
3.10	Durasi.....	29
3.11	Format Program.....	29
3.12	Kerabat Kerja yang Dibutuhkan.....	30
3.13	Peralatan Produksi.....	31
3.14	Lokasi Shooting.....	31
3.15	Strategi Pemasaran Program.....	31
BAGIAN EMPAT Evaluasi.....		33
4.1	Rencana Media Pra-Uji (<i>Pre-test</i>).....	33
4.1.1	Metode Media <i>Pre-test</i>	33
4.1.2	Waktu Media <i>Pre-test</i>	33
4.1.3	Materi Media <i>Pre-test</i>	33
4.1.4	Instrumen Media <i>Pre-test</i>	33
4.2	Rencana Evaluasi.....	34
4.2.1	Metode Evaluasi.....	34
4.2.2	Waktu Evaluasi.....	34
4.2.3	Materi Evaluasi.....	34
4.2.4	Instrumen Evaluasi.....	34
BAGIAN LIMA Anggaran.....		35
5.1	Anggaran Pembuatan Pilot.....	35
5.2	Rencana Anggaran Penerbitan Media.....	36
5.3	Prakiraan Pendapatan.....	37
5.4	Rencana Anggaran Evaluasi.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel <i>Treatment</i> “Pomateur”
Tabel 5.1	Tabel Anggaran <i>Pilot Episode</i> “Pomateur”
Tabel 5.2	Tabel Anggaran Penerbitan Media “Pomateur”
Tabel 5.3	Tabel Ukuran Iklan Gambar
Tabel 5.4	Tabel Jenis <i>Product Placement</i>
Tabel 5.5	Tabel Rencana Anggaran Evaluasi



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabel Daftar SES di Indonesia Berdasarkan Nielsen
Lampiran 2	Tabel Ukuran gambar iklan menurut Ledford
Lampiran 3	Kuesioner
Lampiran 4	Hasil Kuesioner
Lampiran 5	Gambar Jerawat Pomade
Lampiran 6	Gambar Contoh Pomade
Lampiran 7	Gambar Contoh Produk Rambut
Lampiran 8	Transkrip Wawancara dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin
Lampiran 9	Transkrip Wawancara Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI)
Lampiran 10	Transkrip Wawancara Alia Dewi, <i>Corporate Secretary</i> PT. Mandom Indonesia Tbk
Lampiran 11	Transkrip Wawancara Giovanni Widjaja, Ketua <i>Indonesian Pomade Enthusiast</i> (IPE) dan pemilik toko pomade <i>Pomikado</i>
Lampiran 12	Transkrip Wawancara Martin, pemilik toko <i>Pomapadous Pomade</i>
Lampiran 13	Transkrip Wawancara Ivan Toar, penulis blog tentang pomade dan pemilik <i>Toar n Roby's Pomade</i>
Lampiran 14	Transkrip Wawancara Bintang Putra Binawan, pemilik dari <i>Pompadog Pomade</i>
Lampiran 15	Transkrip Wawancara Eno Bening Swara, pemilik saluran Clean Sound Studio
Lampiran 16	Sinopsis episode “Pomateur”
Lampiran 17	Naskah <i>Pilot Episode</i> Program “Pomateur”
Lampiran 18	Treatment <i>Pilot Episode</i> Program “Pomateur”
Lampiran 19	Story Board <i>Pilot Episode</i> Program “Pomateur”

BAGIAN SATU

Analisis Situasi

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Pomade

Menurut Kickhöfen dalam situs *Gentleman's Gazette* (<http://www.gentlemansgazette.com/pomade-guide-test-murrays-georgia-brown-royal-crown/>, diakses 7 Juli 2014), "Pomade" berasal dari bahasa Perancis, yaitu *Pommade* yang berarti "salep", berawal dari kata Latin untuk *Pomum* "buah, apel" dan bahasa Italia *Pomo* yang berarti "apel", karena resep awal dari pomade menggunakan apel yang ditumbuk dan lemak hewan, seperti beruang atau babi. Pada abad ke-18, hanya kaum kelas atas saja yang menggunakan pomade. Dalam buku berjudul "*Paris: Life & Luxury in the Eighteenth Century*" yang disunting oleh Bremer-David (2011), dikatakan bahwa pada tahun 1740 di Perancis, pomade menggunakan wewangian beraroma lemon dan limau yang digabungkan dengan aroma jeruk dan melati. Secara tradisional, pomade dijual dalam kemasan tanah liat, namun pada tahun 1750, pomade hadir dalam bentuk batang untuk memudahkan dalam pemakaian. Keterbatasan model potongan rambut pada 100 tahun lalu, membuat pria modern menjadikan gaya rambut sebagai kebebasan dalam menata gaya rambut sesuka hati. Kebebasan dalam menata gaya rambut tersebut, justru melahirkan banyak gaya rambut baru dan juga beberapa produk rambut.

Giovanni Widjaja, Ketua *Indonesian Pomade Enthusiast* (IPE) dan pemilik toko pomade *Pomikado*, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), mengatakan bahwa pada awalnya pomade berfungsi untuk menghitamkan rambut. Hal ini dikatakannya dengan merujuk pada produk Morgan's Pomade. Morgan's Pomade adalah sebuah merek pomade yang didirikan oleh Robert Martin sejak tahun 1873 di Kent, Inggris (http://www.morganspomade.co.uk/index.php?main_page=our_history&zenid=1d5a0qn2g1kb5ngmj4pfb4126, diakses 30 Oktober 2014). Masih

menurut Giovanni, kemudian pada sekitar tahun 1920an muncul pomade lainnya, seperti Murray's Pomade. Kekuatan Murray's Pomade dibanding Morgan's Pomade adalah selain memberikan kilau di rambut, Murray's Pomade juga dapat menahan bentuk rambut. Hal inilah yang menyebabkan Murray's Pomade menjadi terkenal dan semua pomade yang diproduksi setelahnya, berkiblat pada formula Murray's Pomade, yaitu pomade untuk membuat rambut mengilap dan menahan bentuk rambut dan bukan untuk menghitamkan rambut.

Sejarah Murray's Pomade sendiri berawal dari tahun 1925, ketika pendiri Murray's Superior Products Company, C.D. Murray, mulai menjual pomade dengan harga yang cukup murah di toko pangkas rambut miliknya di Chicago (<http://murrayspomade.com/history.php#top>, diakses 2 Juli 2014). Menurut Murray, kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam menjual produk agar bisa sukses kedepannya. Pada tahun 1959 seorang pekerja farmasi di daerah Detroit bernama Harry Berlin, membeli Murray's Pomade. Berlin yang sering bekerja sama dengan Murray, tetap melanjutkan Murray's Pomade dengan prinsip yang sudah ditanamkan oleh Murray dulu. Hingga kini, Murray's Pomade masih memproduksi pomade.

Pada sekitar tahun 1950an, Elvis Presley muncul dengan gaya musik *rockabilly*-nya¹. Selain terkenal karena kehebatan dalam bermusik, apapun yang dilakukan Elvis juga menjadi tren pada saat itu, salah satunya adalah gaya rambut klimisnya. Penata rambut Elvis di tahun 1960-an bernama Larry Geller. Menurut Doll (2009), untuk mendukung gaya rambut *ducktail*-nya², Elvis menggunakan pomade untuk menyisir ke belakang rambutnya dengan rapi. Gaya klimis Elvis ini membuat banyak penggemar remaja perempuan tergila-gila dan penggemar laki-laki mengikuti gayanya. Sepeninggal Elvis, masih banyak penggemarnya yang berdandan serupa

¹ *Rockabilly* adalah salah satu gaya awal dari musik *rock n roll*. *Rockabilly* merupakan campuran antara bunyi musik *country* barat dengan *rhythm* dan *blues* Afrika Amerika (Doll, 2009).

² *Ducktail* adalah gaya menyisir rambut dengan cara menyisir semua rambut ke arah belakang, di mana bagian tengah belakang rambut dibuat terbelah seperti ekor bebek yang dilipat (Doll, 2009).

dengan Elvis dan juga memakai pomade untuk mengenang idola mereka tersebut.

Kickhöfen dalam situs *Gentleman's Gazette* (<http://www.gentlemansgazette.com/pomade-guide-test-murrays-georgia-brown-royal-crown/>, diakses 7 Juli 2014), berpendapat bahwa pomade pada masa kini, pada umumnya berbahan dasar petroleum, wax, lanolin, dan wewangian untuk memberikan aroma khas. Pomade berbahan dasar petroleum lebih sering disebut dengan pomade *petrol-based*. Kickhöfen menambahkan bahwa dengan bahan dasar yang terbuat dari minyak, maka pomade tidak akan mengering di rambut dan memberikan kesan tetap basah sehingga mudah untuk ditata ulang. Selain itu, pomade dapat memberikan efek kilau pada rambut. Pomade berbeda dengan wax dan gel, karena wax dan gel tidak memberikan kilau yang banyak, mudah mengering, serta mudah mengeras. Giovanni Widjaja, Ketua IPE, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), menyatakan bahwa beberapa gaya rambut zaman dahulu yang kini kembali populer adalah gaya *pompadour*³ dan *ducktail*. Giovanni Widjaja menambahkan bahwa penggunaan pomade kini sudah menjadi tren di Indonesia.

1.1.2 Fenomena Pomade

Di Indonesia sendiri, pomade juga sudah ada sejak dahulu. Salah satu pomade yang dikenal adalah Tancho. Menurut Alia Dewi, *Corporate Secretary* PT. Mandom Indonesia Tbk (wawancara pribadi, 20 Oktober 2014), Tancho sudah ada sejak tahun 1933 di Jepang dengan produk “Tancho Tique”. Tancho masuk ke Indonesia melalui impor pada tahun 1969 oleh PT. Tancho Indonesia. Ternyata sambutan orang Indonesia terhadap produk Tancho cukup baik. Namun PT. Tancho Indonesia melihat bahwa dengan mengimpor, maka harga Tancho menjadi cukup mahal. Akhirnya PT. Tancho Indonesia memutuskan untuk memproduksi sendiri

³ *Pompadour* adalah gaya menyisir rambut pada pria, di mana semua rambut disisir ke belakang, namun bagian atas rambut disisir hingga membentuk gelombang. (Doll, 2009)

Tancho di tahun 1971 dengan dua produk, yaitu “Tancho Tique” dan “Tancho Pomade”. Alasan PT. Tancho Indonesia memproduksi pomade Tancho sendiri adalah agar bisa memberikan produk kualitas Jepang, namun dengan harga yang lebih terjangkau untuk konsumen Indonesia. Di tahun 1971, PT. Tancho Corp di Jepang berganti nama menjadi Mandom Corp, sedangkan di Indonesia baru pada tahun 2001 mengganti nama menjadi PT. Mandom Indonesia Tbk. Sampai sekarang, PT. Mandom Indonesia Tbk masih memproduksi pomade Tancho. Masih menurut Alia Dewi, konsumen Tancho pada umumnya adalah mereka yang loyal dan pria berusia di atas 30 tahun. Melihat tren pomade yang kembali hadir di Indonesia, PT. Mandom mengeluarkan satu produk pomade baru di bawah label Gatsby, yaitu “Gatsby Styling Pomade”. “Gatsby Styling Pomade” ditujukan untuk meraih pasar anak muda pengguna pomade baru.

Beberapa selebritis dunia kini juga menggunakan pomade, seperti pada aktor film, musisi, hingga pesepakbola. Hal ini didukung oleh pendapat dari Giovanni Widjaja, Ketua IPE, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), bahwa selebritis seperti Justin Timberlake, Leonardo DiCaprio, David Beckham, dan Cristiano Ronaldo menggunakan pomade, sedangkan untuk selebritis Indonesia yang menggunakan pomade menurut Giovanni Widjaja adalah Tora Sudiro, Danang (pembawa acara “The Comment”), Jerinx (pemain drum kelompok musik Superman Is Dead), Reza Bukan, Marlo Ernesto, dan Tara Budiman. Menurutnya, pomade di Indonesia lebih menysasar kepada kaum muda. Hal ini tak lain karena pengaruh idola yang terlebih dahulu menggunakan pomade, sehingga anak muda mulai mengikutinya.

Menurut Martin, pemilik toko *Pomapadous Pomade*, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), dirinya mulai mengenal pomade ketika membaca ulasannya dalam sebuah forum *Darahku Biru* di internet. Menurutnya, selebritis di Indonesia justru terlambat dalam menggunakan pomade atau disebut *late adopter*. Orang yang sejak awal memakai pomade itu justru yang aktif di forum, seperti forum diskusi *Darahku Biru*. Masih menurut Martin, semua *early adopter* tren itu awalnya muncul dari forum. Mereka

adalah pembawa tren busana atau tren lain dari luar negeri, walaupun mereka tidak terlalu disorot karena hanya orang biasa dan bukan selebritis. Baru ketika beberapa penjual sudah mulai sadar akan hadirnya sebuah tren, muncul beberapa orang yang mulai berjualan produk tersebut. Setelah ada penjual yang berjualan, baru selebritis juga ikut memakai. Orang-orang baru di luar *early adopter*, atau yang dinamakan *late adopter*, yaitu orang biasa, mereka baru sadar akan sebuah tren, ketika selebritis sudah memakai tren itu juga.

Giovanni Widjaja, Ketua IPE, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), berpendapat bahwa pomade menjadi semakin populer di Indonesia setelah munculnya komunitas pecinta pomade yang berdiri sejak tahun 2013 yang bernama *Indonesian Pomade Enthusiast* (IPE) yang berawal dari grup di Facebook. Komunitas IPE dibentuk sejak bulan Juli tahun 2013 dan diketuai oleh Giovanni Widjaja. Tujuan dari dibentuknya grup atau komunitas ini adalah untuk mempertahankan tren pomade agar jangan sampai mudah berlalu. Anggota komunitas IPE di Facebook kini sudah mencapai lebih dari 11.000 anggota. Dengan mengumpulkan para penggemar pomade ke dalam suatu wadah, maka dengan sendirinya antusias terhadap pomade akan terus ada.

Menurut Giovanni Widjaja, Ketua IPE, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), dibentuknya komunitas IPE ini juga ikut mengembangkan potensi lain dari bisnis pomade itu sendiri. Salah satunya adalah semakin menguatkan posisi importir pomade dari luar negeri yang menjual pomade kepada pengguna pomade. Beberapa toko pomade di internet yang mengimpor pomade dari luar negeri adalah toko *Pompadous* dan *Pomikado*. Menurut Martin, pemilik toko *Pomapadous Pomade*, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), *Pompadous* sudah memulai bisnis impor pomade dari luar negeri pada Agustus 2012, sedangkan *Pomikado* memulainya sejak Maret 2013. Hal ini menjadikan *Pompadous* sebagai toko pomade pertama di Indonesia. Di samping berjualan pomade, toko pomade *Pomikado* juga menjual aksesoris pelengkap pomade, seperti sisir batang dan sisir lipat

IPE selain sebagai tempat untuk saling berbagi informasi, juga merupakan tempat untuk mempromosikan produk pomade baru. Martin, pemilik toko *Pompadous Pomade*, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), menyatakan bahwa justru banyak pomade lokal yang lahir dan dikenal berkat adanya IPE. Hal ini juga dirasakan oleh Bintang Putra, pemilik dari *Pompadog Pomade* (wawancara pribadi, 8 Oktober 2014), yang pada awalnya juga mempromosikan produknya lewat Facebook IPE. Kemunculan *Pompadog Pomade* di grup Facebook IPE mendatangkan kontroversi bagi anggota lain dalam grup. Hal ini tak lain karena slogan yang diberikan oleh *Pompadog Pomade* saat mempromosikan pomade pertama kali adalah “*Rambut Anda bukan motor, masa pake petrol?*”. Bintang Putra juga menambahkan bahwa, slogan dalam promosi produknya ini mendatangkan banyak orang yang membenci *Pompadog Pomade*. Namun hal tersebut tidak menjadi beban baginya, karena hasil penjualan justru semakin tinggi. Sejak kemunculannya pada Februari 2014, hingga kini *Pompadog Pomade* telah menjual sekitar 17.000 pomade miliknya. Giovanni Widjaja, Ketua IPE, (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), kemudian memberi aturan baru bahwa komunitas IPE di Facebook hanya khusus sebagai tempat diskusi tentang pomade saja, sehingga muncul grup Facebook baru tempat jual beli produk pomade yang bernama “Jual Beli-Trade Men’s Grooming Product”.

Giovanni Widjaja, Ketua IPE (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), berpendapat bahwa bisnis pomade juga turut mempopulerkan kembali tempat pangkas rambut di kalangan laki-laki. Namun tempat pangkas rambut ini dibuat dengan nuansa gaya barat yang kental dengan unsur klasik. Tidak lagi dengan gaya pangkas rambut tradisional khas Indonesia.

Kickhöfen dalam situs *Gentlemen Gazette* (<http://www.gentlemansgazette.com/pomade-guide-test-murrays-georgia-brown-royal-crown/>, diakses 7 Juli 2014), menyatakan bahwa di balik sejarah pomade sebagai produk kelas atas, di luar negeri sendiri, pomade sudah mulai sulit untuk ditemukan di toko-toko umum. Di Eropa, pomade hanya tersedia di beberapa toko khusus. Di Amerika, pomade diletakkan

tersembunyi di rak paling bawah yang berdebu. Kickhöfen juga menambahkan, setidaknya ada satu pomade yang dapat ditemukan di setiap tempat perbelanjaan atau pembelian melalui internet.

Untuk gambaran pomade di luar negeri, Giovanni Widajaya Ketua IPE (wawancara pribadi, 22 Juni 2014), dan Ivan Toar, penulis blog tentang pomade dan pemilik *Toar n Roby's Pomade* (wawancara pribadi, 12 Oktober 2014), bergabung pada sebuah komunitas dunia maya bernama “Addicted to Pomade” dan “Everything Pomade” yang merupakan komunitas pengguna pomade dari seluruh dunia. Kedua komunitas tersebut hanya ada di Facebook. Seperti halnya IPE, untuk dapat menjadi anggota dari grup “Addicted to Pomade” dan “Everything Pomade” di Facebook, harus melalui persetujuan pengelola untuk bisa bergabung di dalamnya. Menurut Ivan Toar dan Giovanni Widjaja, “Addicted to Pomade” dikelola oleh J.C Hillhouse dari Amerika Serikat dan Jim Bones dari Kanada yang beranggotakan 2900 orang. “Everything Pomade” dikelola oleh Steve Lockhart dari Amerika dan Daimon Johnson yang beranggotakan 1200 orang. Giovanni Widjaja menambahkan bahwa J.C Hillhouse memproduksi pomade merek *Sodapomp*, *Silver Dollar*, dan *Franken Grease*. Steve Lockhart memproduksi pomade merek *Lockhart*, sedangkan Daimon Johnson memproduksi pomade merek *The Daimon Johnson*.

1.1.3 Jenis-Jenis Pomade

Berdasarkan keterangan dari Putra Tjokroadisoerjo dalam situs TalkMen (<http://www.talkmen.com/articles/read/972/shine-everywhere-youll-need-a-great-pomade/>, diakses 8 Juli 2014.), terdapat tiga jenis pomade, yaitu:

1. Pomade *petrol based*: Pomade jenis ini biasanya berdaya tahan lama dan tahan terhadap berbagai kondisi cuaca. Kekurangan dari pomade ini adalah karena berbahan dasar minyak, akan terasa lengket, sehingga sulit untuk dibersihkan dari rambut.
2. Pomade *water based*: Pomade jenis ini tidak menggunakan petrolatum di dalamnya. Sifat dari pomade water based adalah mudah dibersihkan

3. hanya dengan satu kali keramas, karena memiliki kandungan air dan bahan kimia di dalamnya.
4. Pomade *mixed based*: Berbahan dasar dari campuran minyak dan air. Kilau yang dihasilkan oleh pomade jenis ini tidak begitu kuat, tetapi tetap mudah dibersihkan dari rambut.

Setelah melihat daftar bahan dalam pomade *water based*, Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI), (wawancara pribadi, 14 November 2014), menekankan bahwa pomade *water based*, merupakan pomade yang mengandung air dan bukan berbahan dasar air. Hal ini dapat dilihat dari bahan-bahan pomade *water based* yang tetap memiliki kandungan bahan minyak, seperti lanolin dan beeswax. Ada beberapa bahan yang bekerja sebagai surfaktan, yaitu *Steareth*, *Caprilic*, dan *Sorbitan*. Surfaktan dapat mengemulsikan minyak dalam air atau air dalam minyak. Surfaktan bekerja dengan melapisi butiran minyak agar tetap terpisah dan tidak menyatu lagi, atau dapat disebut sebagai terdispersi dan bukan larut.

Mengutip dari situs John Masters, (<http://johnmasters.com/products/hair-care/hair-pomade.html>, diakses 15 November 2014), terdapat pula pomade jenis organik. Pomade *John Masters* dibuat dari 11 bahan alami dan sudah mendapat sertifikasi dari USDA (*United States Department of Agriculture*), *Ecocert Certified*, dan *Beauty Without Bunnies Cruelty-Free*. Beberapa bahan yang digunakan untuk pomade ini adalah lilin lebah yang membantu membentuk daya tahan pada pomade sebagai alternatif pengganti petroleum, minyak dari buah mangga (*mango butter*) yang menambah kelembaban dan melindungi rambut dari kerusakan lingkungan dan panas akibat penggunaan alat perawatan rambut serta melindungi kulit kepala, dan *essential oils*.

Mengacu pada pernyataan Bintang Putra, pemilik dari *Pompadog Pomade* (wawancara pribadi, 8 Oktober 2014), terdapat pula pomade jenis *non-petrol*. Untuk pomade *non-petrol* sendiri, pada awalnya, dirinya mulai membuat pomade dengan jenis pomade organik yang kemudian dipasarkan

pada Februari 2014. Ternyata pomade organik yang dipasarkan cukup mendapat sambutan yang ramai, namun juga mendapat keluhan dari pembeli, yaitu wangi yang digunakan dalam *Pompadog Pomade*, terlalu lembut dan tidak bertahan lama ketika diaplikasikan. Bintang Putra yang pada awalnya menggunakan *essence oil* (pewangi alami) dengan wangi vanila, kemudian pada bulan Mei 2014 beralih menggunakan *fragrance oil* (pewangi buatan) karena desakan dari pembeli dan menurutnya penggunaan *fragrance oil* lebih murah dari *essence oil*. Dengan penggunaan *fragrance oil*, *Pompadog Pomade* kini bisa menciptakan wangi yang bermacam-macam, seperti pada produksi yang terakhir memiliki wangi buah leci. Bintang Putra juga menyadari dengan mengganti *essence oil* dengan *fragrance oil*, berarti pomade yang dibuatnya sudah tidak 100% organik lagi, maka dari itu, kini setiap kali *Pompadog Pomade* melakukan promosi, hanya menggunakan slogan sebagai pomade *non-petrol* saja dan sudah tidak lagi menggunakan kata-kata pomade organik. Beberapa bahan yang digunakan dalam produk ini adalah minyak zaitun, minyak jagung (*canola*) yang berkhasiat untuk melembabkan rambut, serta minyak kelapa untuk mempercepat pertumbuhan rambut.

Dengan bentuk pomade yang setengah padat, maka manfaat dari bahan alami yang digunakan dalam pomade organik maupun pomade *non-petrol* menjadi tidak secara langsung dapat muncul. Hal ini disampaikan oleh dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (wawancara pribadi, 3 November 2014), dengan alasan bahwa tujuan awal dari pomade adalah untuk mengkilapkan dan menahan bentuk rambut. Maka dari itu, kandungan minyak yang ada di dalamnya hanya bisa berfungsi untuk mengkilapkan saja. Apakah itu nantinya bisa membantu menyuburkan rambut, bisa saja terjadi, namun tidak dapat dibuktikan secara empiris berapa rambut yang tumbuh. Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI) (wawancara pribadi, 14 November 2014), juga menyatakan hal yang sama, yaitu pengaplikasian pomade adalah

pada batang rambut dan bukan pada kulit kepala, sementara rambut tumbuh dari kulit kepala. Khasiat dari minyak yang terdapat dalam pomade organik maupun pomade *non-petrol*, secara tidak langsung, belum tentu dapat menimbulkan efek menyuburkan rambut tersebut.

Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI) (wawancara pribadi, 14 November 2014), menyatakan bahwa pomade organik yang menggunakan bahan alami sekalipun tetap dapat berpotensi menyumbat pori-pori kulit. Karena permasalahan ada pada konsistensi dari minyak yang kental yang pada akhirnya dapat menyumbat dan mengotori. Menurutnya, bahan alam sendiri juga ada yang dapat menyebabkan jerawat, dan ada pula bahan sintetis yang tidak menimbulkan efek samping apapun. dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (wawancara pribadi, 3 November 2014), kemudian menyimpulkan bahwa tidak semua yang organik⁴ itu tidak menjamin tidak menimbulkan efek samping dan yang mengandung bahan kimia tidak menjamin selalu ada efek samping.

1.1.4 Dampak Penggunaan Pomade

dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (wawancara pribadi, 3 November 2014), berpendapat bahwa kandungan *petroleum jelly* dalam pomade merupakan bahan yang dapat melembabkan dan membuat kilap. Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI) (wawancara pribadi, 14 November 2014), juga menambahkan bahwa manfaat dari *petroleum jelly* adalah untuk menahan bentuk rambut agar rapi lebih lama, tidak mudah kusut, tidak

⁴ Organik adalah bahan yang murni alami, herbal. (Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI) (wawancara pribadi, 14 November 2014)

bergerak atau tidak berubah. Produsen pomade *petrol based* seperti Ivan Toar, penulis blog tentang pomade dan pemilik *Toar n Roby's Pomade* (wawancara pribadi, 12 Oktober 2014), lebih menyukai karakter dari pomade *petrol based*. Menurutnya, pomade *petrol based* lebih mudah untuk diaplikasikan di rambut, daya tahan yang baik, menjadikan rambut mudah ditata kembali tanpa harus menambah pomade lagi, serta memberikan kilau di rambut. Ivan Toar menambahkan bahwa kandungan petrolatum yang terdapat dalam pomade *petrol based* tetap menempel di rambut selama beberapa hari, bahkan setelah keramas, sehingga hal tersebut lebih ekonomis menurutnya.

Dibalik kelebihan pomade *petrol based* di atas, berdasarkan riset kuesioner yang dilakukan oleh penulis, didapatkan hasil sejumlah 33,7% responden mengatakan bahwa mereka pernah mengalami masalah ketika menggunakan pomade *petrol based*. Masalah yang pada umumnya dialami oleh responden adalah sulit membilas pomade sebesar 29,5% dan jerawat sebesar 26,4%. Goodheart (2006), mengatakan bahwa penggunaan pomade yang mengandung petroleum dapat menyebabkan *pomade acne* atau jerawat pomade. dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (wawancara pribadi, 3 November 2014), menyatakan bahwa gejala jerawat pomade ini dimasukkan kedalam golongan akne kosmetik. Gejala jerawat pomade ini tidak selalu menyerang setiap pengguna pomade *petrol based*, karena tergantung pemakaian setiap individu. Sifat dari pomade *petrol based* adalah minyak padat, lengket, sehingga sulit untuk dibilas dari rambut. Menurutnya, pomade *petrol based* menyebabkan oklusif, yaitu menutup atau menyumbat pori-pori kulit. Di dalam kulit, terdapat dua kelenjar, yaitu sebacea atau kelenjar minyak dan kelenjar keringat. Keduanya memproduksi dan melakukan proses pengeluaran melalui pori-pori yang ada di kulit. Bila terjadi penyumbatan pada kelenjar keringat, maka akan menimbulkan semacam biang keringat. Bila penyumbatan terjadi pada kelenjar sebacea yang mengandung minyak yang lebih kental, maka bisa terjadi sumbatan. Terlebih lagi bila di permukaan

kulit terdapat banyak bakteri, maka campuran antara kulit yang kotor dan tebalnya pomade, dapat menyebabkan kulit jadi sulit untuk dibersihkan, sehingga berpotensi menjadi tempat bertumbuhnya bakteri yang menyebabkan infeksi dan timbulnya jerawat.

Penggunaan pomade pada batang rambut saja, dimana tidak sampai pada kulit kepala, juga tidak menjamin tidak akan timbul jerawat pomade, karena berdasarkan pernyataan dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (wawancara pribadi, 3 November 2014) dan Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI) (wawancara pribadi, 14 November 2014), dalam kondisi terkena panas matahari, pomade bisa meleleh dan mengenai kulit kepala. Tempat timbulnya jerawat pomade, juga bisa terjadi bukan saja di kulit kepala, melainkan di sekitar wajah, dengan alasan pada saat pemakaian mungkin saja tidak rapi, sehingga mengenai bagian lain dari wajah, seperti leher, dagu, jambang, dan dahi. Jerawat pomade juga dapat terjadi bukan saja pada anak muda, tetapi juga kepada orang tua yang menggunakannya. dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (wawancara pribadi, 3 November 2014), mengatakan bahwa gejala jerawat pomade sebenarnya bisa hilang dengan sendirinya apabila pemakaian pomade dihentikan. Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D, Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Himpunan Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI) (wawancara pribadi, 14 November 2014), menambahkan bahwa untuk dapat menghilangkan kandungan minyak pada pomade *petrol based* di rambut, dapat menggunakan krim rambut untuk mengikat minyak agar hanyut bersama air dan diakhiri dengan membilas rambut menggunakan air hangat.

Berdasarkan riset kuesioner yang dilakukan oleh penulis, didapatkan hasil bahwa masalah lainnya dari penggunaan pomade *petrol based* adalah juga menimbulkan rambut rontok atau penipisan rambut yang dialami oleh

responden sebesar 17,6%. Untuk masalah kerontokan rambut, Draelos (2005) menyatakan bahwa manusia secara normal mengalami kerontokan rambut hingga 100 helai dalam sehari. Apabila perawatan rambut tidak dilakukan secara berkala, maka ketika seseorang akan keramas, rambut yang rontok dapat mencapai 200 helai. Dengan adanya pengalaman responden yang mengalami masalah ketika menggunakan pomade *petrol based* di atas, ternyata sebesar 80,3% responden peduli dengan masalah rambut yang mereka alami tersebut.

1.1.5 Teori Pembelajaran Sosial

Teori pembelajaran sosial menjelaskan bagaimana kepribadian seseorang berkembang melalui proses pengamatan, di mana orang belajar melalui observasi atau pengamatan terhadap perilaku orang lain yang dianggap mempunyai nilai lebih dari orang lainnya (Bandura, 1977). Terlebih bila seseorang menonton sebuah tayangan melalui media, seperti televisi. Menonton acara yang disajikan televisi, berarti individu yang menonton akan mengalami proses *observational learning (modelling)* yang akan membentuk berbagai segi kehidupan manusia, karena salah satu cara manusia belajar adalah dengan mengobservasi. Dalam konsep *observational learning* oleh Bandura, terdapat empat tahapan dalam proses pengamatan, yaitu tahap atensi, tahap retensi, tahap reproduksi, dan tahap motivasi.

Berdasarkan riset kuesioner yang dilakukan oleh penulis, didapatkan hasil sejumlah 35,2% responden yang mengatakan bahwa informasi awal mengenai pomade diketahui melalui teman. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat proses *observational learning* melalui orang terdekat dari pelaku pengguna pomade. Dengan melihat teman yang sudah terbiasa menggunakan pomade, dirinya menjadi ingin menggunakan pomade juga. Dengan melihat orang terdekatnya di lingkungan tersebut juga menggunakan pomade, maka timbul rasa aman dan dorongan untuk menggunakan pomade menjadi lebih besar.

Selain karena melihat teman, alasan lain seseorang menggunakan pomade karena melihat idola yang juga menggunakan pomade. Berdasarkan

riset kuesioner yang dilakukan oleh penulis, didapatkan hasil sejumlah 27,5% responden mengatakan bahwa informasi awal mengenai pomade diketahui melalui artis dan pemain sepak bola. Seseorang yang melihat idola mereka melalui media, melakukan observasi melalui apa yang mereka saksikan dan menjadi terpengaruh untuk mengikuti gaya idola mereka yang menggunakan pomade tersebut.

1.2 Hasil Riset Pasar

1.2.1 Jenis-Jenis Produk Rambut

Wasitaatmadja (1997) mengatakan terdapat lebih dari 300 pabrik kosmetika yang terdaftar secara resmi di Indonesia, dan ada sekitar dua kali lipat pabrik kosmetika yang tidak terdaftar secara resmi yang berupa usaha rumahan atau salon kecantikan. Untuk menyederhanakan jumlah kosmetika yang banyak tersebut, dibutuhkan sebuah penggolongan kosmetika. Empat penggolongan kosmetika menurut Brauer (1982) dalam Wasitaatmadja (1997) adalah:

1. *Toiletries*: Sabun, sampo, pengilap rambut, kondisioner rambut, penata, pewarna, pengeriting, pelurus rambut, deodoran, antiperspiran, dan tabir surya.
2. *Skin Care*: Pencukur, pembersih, astringen, toner, pelembab, masker, krem malam, dan bahan untuk mandi.
3. *Make Up*: *Foundation, eye make up, lipstick, rouges, blushers*, dan enamel kuku.
4. *Fragrance*: *Perfumes, colognes, toilet waters, body silk, bath powders*, dan *after shave agents*.

Merujuk pada pendapat Draelos (2005), munculnya berbagai gaya rambut, tak lepas dari adanya produk penata rambut. Penemuan produk rambut membuka era baru dalam dunia gaya berpakaian pria pada tahun 1950an yang ditandai dengan gaya menyisir rambut ke arah belakang. Gaya rambut seperti ini mengingatkan pada film *Grease* dan *American Graffiti* yang akan mustahil ada bila tak ada penemuan produk rambut. Semua

kemajuan ini menjadi mungkin berkat ahli kimia di bidang kosmetik dan penata rambut. Berikut adalah beberapa jenis produk rambut.

1.2.1.1 Hair Spray

Draelos (2005) mengatakan bahwa *hair spray* merupakan cairan aerosol yang diaplikasikan pada rambut untuk menjaga bentuk rambut agar sesuai dengan posisi yang diinginkan. *Hair spray* menggunakan copolymer seperti polyvinylpyrrolidone (PVP) yang menambah kesan kaku pada setiap helai rambut dan menciptakan ikatan yang kuat pada batang rambut. Lapisan rambut yang terkena *hair spray* akan menjadi lengket saat bersentuhan dengan keringat dan suasana lembap. Rambut yang sudah menggunakan *hair spray* dan terkena air, akan sulit untuk dapat menahan gaya seperti semula. Kekurangan dari penggunaan *hair spray* adalah harus disemprotkan setidaknya 30cm dari rambut, jika terlalu dekat, maka akan meninggalkan residu berupa bercak putih pada rambut.

1.2.1.2 Hair Gel

Gel rambut serupa dengan *hair spray*, kecuali bentuknya yang berada di dalam wadah tabung kecil dan bukan disemprotkan dari botol. Bahan dasar yang dominan pada *gel* rambut menurut Menurut Draelos (2005) adalah air, oleh karena itu warna dari *gel* rambut cenderung transparan dan terdapat sedikit butiran udara di antara *gel* rambut dalam kemasannya. Penggunaan *gel* rambut yang sedikit akan menimbulkan efek kilau alami pada rambut, sedangkan penggunaan *gel* rambut dalam jumlah banyak akan menimbulkan efek keras dan kaku. *Gel* rambut berguna bagi orang yang memiliki rambut tipis untuk membentuk rambut agar bervolume sehingga memberikan kesan rambut yang banyak. Oleh karena *gel* rambut mudah mengering, untuk membuatnya kembali bersinar adalah dengan membasahi tangan dan mengusapkan ke rambut.

1.2.1.3 Hair Wax

Wax rambut adalah produk rambut yang masih tergolong baru dan diciptakan untuk menambah daya ketahanan pada rambut. Draelos (2005) berpendapat bahwa *wax* rambut terlalu mengandalkan polymer,

tetapi polymer ini sudah dirancang untuk melunak pada suhu tubuh manusia. Dengan adanya polymer dalam wax rambut, hal ini memudahkan untuk dapat menata ulang gaya rambut dan menahan gaya rambut untuk berada pada posisi yang diinginkan. Wax rambut cocok digunakan untuk memberikan kesan rambut yang lebih mengembang, kaku, acak, dan tidak berstruktur. Wax rambut pada dasarnya populer di kalangan orang yang memiliki rambut pendek.

1.2.1.4 Hair Mousse

Menurut Draelos (2005), mousse rambut merupakan produk penata rambut yang unik karena berbentuk busa yang keluar dari kaleng aerosol.. Mousse rambut dapat diaplikasikan pada rambut yang kering untuk memberikan kesan basah. Mousse rambut juga menggunakan sedikit copolymer, sehingga tidak dapat memberikan daya tahan yang sekuat *gel* rambut.

1.2.1.5 Hair Cream

Schmitt dan Williams (1996) mengatakan bahwa krim rambut merupakan produk emulsi atau campuran zat-zat yang menawarkan daya tahan sedang namun kilau yang tinggi. Emulsi dalam krim rambut sangat stabil dan bisa bertahan dalam suhu ekstrim sekalipun. Bahan lain dari krim rambut adalah, *mineral oil*, *lanolin alcohols*, *glycerine*, *Stearic acid*, *myristyl myristate*, *glyceryl stearate*, *beeswax*, dan parfum.

1.2.2 Internet di Indonesia

Menurut Samuel A. Pangerapan, Ketua Umum Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia atau APJII (situs <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/213/press-release-profil-terkini-internet-industri-ind.html>, diakses 1 Oktober 2014), pada tahun 2012 populasi pengguna internet di Indonesia berjumlah 63 juta. Sementara pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia naik sebesar 13%, dibanding 2012, menjadi sebesar 71,19 juta. Sedangkan menurut survei dari lembaga riset MarkPlus Insight (<http://www.the->

marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html#.VCuW6FfuRvg, diakses 1 Oktober 2014), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2012 sebesar 62 juta. Kemudian naik hingga 22% menjadi 74,57 juta pengguna pada 2013. Jumlah pengguna internet yang menghabiskan waktu lebih dari tiga jam di dunia maya meningkat dari 2012 yang sebesar 24,2 juta menjadi sebesar 31,7 juta orang pada 2013. Dari kedua data di atas, dapat dilihat bahwa potensi untuk memasarkan sebuah program melalui internet memiliki peluang yang cukup besar, karena jumlah pengguna internet di Indonesia akan terus tumbuh setiap tahunnya.

Mengacu pada data eMarketer Juli 2013 (https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.optime.diaintelligence.es%2Fnoticias_archivos%2F719_20130715123913.pdf&ei=u0F-VPq1C4a-uATQzIDoBQ&usg=AFQjCNG3UOmzzUaAto-wxsljNybVkMp5_g&sig2=tCjKGKOsGVzqSLkSOcQQnw&bvm=bv.80642063,d.c2E), diakses 15 November 2014), pengguna media sosial di Indonesia yang berusia 15-24 tahun sebesar 56%, pengguna media sosial usia 25-34 tahun sebesar 27%, 7% pengguna media sosial berusia 35-44 tahun, dan 10% sisanya untuk pengguna media sosial usia 45 tahun keatas. Hal ini membuat Indonesia merupakan negara kelima dengan pengguna media sosial terbanyak di seluruh dunia, yaitu sebesar 67,2 juta pengguna di tahun 2013. Dari data di atas, dapat dilihat bahwa 83% pengguna media sosial di Indonesia adalah pengguna usia muda yang berusia di bawah 35 tahun. Kepemilikan akun media sosial ini berkaitan dengan penggunaan YouTube sebagai situs berbagi video untuk mendistribusikan program.

1.2.3 Web Series

Williams (2012) mengatakan bahwa *web series* adalah video online berseri yang didistribusikan melalui internet. *Web series* biasanya dibuat dengan sederhana dan menggunakan biaya yang rendah. *Web series* pada umumnya berdurasi pendek, yaitu sekitar tiga hingga 10 menit. Pada umumnya orang mengunggah video *web series* di situs berbagi video seperti

YouTube, dengan alasan distribusi dilakukan secara gratis serta cakupannya sudah mencapai seluruh dunia. Video yang diunggah ke YouTube bisa kita analisa perkembangannya, sehingga pengunggah video dapat mengetahui reaksi dari penonton video *web series* mereka seperti apa. Terakhir, YouTube dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Bisa melalui komputer atau *laptop*, bahkan juga bisa disaksikan melalui telepon selular sekalipun.

Dilansir dari situs Forbes (<http://forbes.com/sites/seanrosensteel/2013/01/28/why-online-video-is-vital-for-your-2013-content-marketing-objectives/>), diakses 15 November 2014), Rosensteel mengatakan bahwa YouTube merupakan mesin pencari nomor dua terbesar setelah Google. Ofcom sebagai Badan Regulasi Independen dan Otoritas Persaingan untuk Industri Komunikasi di Inggris, dalam situsnya (<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/market-data/communications-market-reports/cmr12/internet-web/uk-4.49>), diakses 15 November 2014) menjelaskan bahwa selama bulan Maret 2011 hingga Maret 2012, terdapat sebesar 19,8 juta pengunjung unik YouTube per bulannya. Hal ini kemudian juga diperkuat dengan data riset kuesioner yang dilakukan oleh penulis. Didapatkan hasil sejumlah 94,8% responden mengatakan bahwa mereka menyaksikan video di internet melalui situs YouTube.

1.3 Pernyataan Kebutuhan

Mengacu pada pendapat atau pernyataan tentang pomade dari sumber-sumber yang sudah disebutkan di atas, hal tersebut menjadi ide dasar dan tema dari pembuatan *web series* “Pomateur”. “Pomateur” tidak saja hanya sebagai penambah wawasan mengenai apa itu pomade, tetapi juga memberikan informasi mengenai adanya potensi masalah pada kulit dari penggunaan pomade *petrol based* itu sendiri.

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 193 pengguna pomade, dapat disimpulkan bahwa perbedaan pendapat tentang penggunaan pomade, jenis pomade, dan masalah yang dialami ketika menggunakan pomade *petrol based*, tidak merubah sikap serta minat pengguna pomade dalam menggunakan

pomade. Pengguna pomade tetap menggunakan pomade sebagai produk rambut pilihannya karena saat ini pomade sudah menjadi tren di kalangan anak muda, khususnya laki-laki.

Sementara untuk penggunaan *web series* sebagai wadah dalam mendistribusikan program adalah dengan alasan bahwa dari 193 responden kuesioner, sebanyak 51,8% khalayak sasaran, yaitu pengguna pomade, sudah pernah menyaksikan *web series*. Selain itu, sebanyak 54,9% pengguna pomade juga menyatakan bahwa mereka berpendapat bahwa pomade masih dapat bertahan lebih dari tiga tahun lagi, yang berarti tayangan tentang pomade juga masih memiliki kesempatan untuk dapat bertahan lama dan memiliki khalayaknya sendiri.



BAGIAN DUA

Manfaat dan Tujuan Pengembangan Pilot

2.1 Manfaat

2.1.1 Manfaat bagi Khalayak

Manfaat yang diberikan kepada khalayak dari *web series* “Pomateur” adalah sebagai berikut:

1. Memberikan tayangan yang informatif dan edukatif tentang pomade secara umum.
2. Memberikan hiburan bagi pengguna pomade melalui tayangan program.
3. Memperkenalkan dunia pomade secara umum kepada khalayak luas.
4. Membantu membangun kesadaran bahwa tidak semua yang sedang menjadi tren itu sesuai bagi semua orang.
5. Membantu membangun kesadaran akan adanya dampak dari penggunaan pomade.
6. Membantu dalam memberikan solusi atas permasalahan umum penggunaan pomade.

2.1.2 Manfaat bagi Pengelola *Web Series*

1. Memberikan tayangan informasi serta hiburan tentang jenis-jenis produk pomade agar lebih dikenal luas.
2. Mendapatkan kesempatan beriklan bagi pomade lokal.
3. Mengumpulkan umpan balik berupa apresiasi, kritik, maupun saran dari penonton untuk pengelola *web series* sehingga dapat menjadi masukan yang berguna untuk meningkatkan kualitas tayangan selanjutnya.
4. Memberikan wadah kepada produsen pomade lokal untuk memperkenalkan produknya pada khalayak.

2.2 Tujuan

Berikut adalah tujuan sosial dan tujuan ekonomi dari dibuatnya *web series* “Pomateur

2.2.1 Tujuan Sosial

1. Membantu menambah wawasan atas dampak positif maupun negatif dari penggunaan pomade
2. Menjadi tayangan yang mengajak khalayak untuk mengevaluasi perilaku mereka dalam melihat sebuah tren pomade yang ada dengan literasi media.
3. Menjadi wadah bagi para pengguna pomade untuk menyalurkan informasi seputar dunia pomade melalui *web series*.

2.2.2 Tujuan Ekonomi

1. Mendukung perkembangan pomade produksi lokal untuk lebih dikenal luas.
2. Mendapatkan keuntungan dari sistem *monetize* (penguangan) di YouTube dan pengiklan.

BAGIAN TIGA

Prototipe yang Dikembangkan

3.1 Program yang Diusulkan

Berdasarkan hasil riset khalayak, diketahui bahwa laki-laki saat ini sedang menggemari pomade sebagai salah satu produk rambut untuk digunakan. Oleh karena itu, penulis mengusulkan untuk membuat program bertema pomade. Program ini memiliki format *web series* karena berdasarkan hasil riset khalayak, penggunaan internet di kalangan anak muda sangat tinggi. Dengan begitu peluang adanya khalayak penonton juga terbuka lebar. YouTube merupakan situs berbagi video yang paling sering dikunjungi oleh pengguna pomade dalam melihat tayangan video.

Selain itu berdasarkan hasil riset, khalayak mengharapkan sebuah tayangan yang dapat menghibur namun tetap sarat akan informasi mengenai pomade itu sendiri. Oleh karena itu, *web series* akan dieksekusi dengan drama yang menggunakan aktor, serta adanya perencanaan dialog melalui skenario. Disisipkan pula tambahan komedi ringan agar tidak terlalu serius dalam menyampaikan informasi tentang pomade.

3.2 Media Penayangan

Internet merupakan sarana yang tepat dan sesuai dalam menyebarkan program dengan format *web series*. Situs yang akan digunakan sebagai wadah untuk menampung *web series* ini adalah YouTube. Sebagai pemula dalam memproduksi sebuah *web series* di YouTube, Eno Bening Swara, pemilik saluran *Clean Sound Studio*, (wawancara pribadi, 30 Juni 2014), mengatakan bahwa sebaiknya bergabung dalam sebuah saluran yang sudah ada atau dengan MCN (*Multi Channel Network*) untuk memudahkan pendistribusian tayangan. Dengan konsep MCN, maka para pembuat *web series* tidak perlu mengelola saluran sendiri di YouTube, tapi cukup dengan menitipkan video untuk dikelola oleh pengelola MCN tersebut. Keuntungan dari menggunakan MCN adalah video akan dikelola dengan baik, serta biasanya video akan lebih mudah untuk muncul di *suggestion*

video saluran MCN tersebut di YouTube. Sedangkan untuk saluran mandiri yang sudah ada sebelumnya, biasanya merupakan saluran yang dimiliki perorangan dan tidak mengelola banyak tayangan layaknya MCN.

Pemilihan saluran tempat pendistribusian tayangan di YouTube, dapat melalui saluran MCN seperti Layaria TV atau *Clean Sound Studio*. Kedua saluran ini sudah terbukti mampu mengelola banyak tayangan dalam saluran mereka. Sedangkan untuk saluran mandiri, dapat melalui saluran milik peminatan Industri Kreatif Penyiaran (IKP) 2011 Universitas Indonesia. Walaupun pelanggan saluran IKP 2011 tidak sebanyak pelanggan saluran MCN, tetap ada kemungkinan bisa menjadi sarana untuk menampung tayangan *web series* ini.

3.3 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran terbagi dalam beberapa aspek, yaitu aspek geografis, demografis, *Socioeconomic Status* atau Status Ekonomi Sosial (SES), psikografis, dan teknografis. Berikut ini adalah khalayak sasaran dari tayangan ini.

3.3.1 Geografis

Dengan pendistribusian melalui internet, maka program “Pomateur” dapat disaksikan secara global. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Williams (2012) yang menyampaikan bahwa pendistribusian program secara *online* memungkinkan pembuat *web series* untuk meraih khalayak dari seluruh dunia. Dengan pendistribusian melalui internet, sudah pasti seluruh wilayah di Indonesia juga dapat terjangkau. Namun hal tersebut bergantung dari keberadaan akses terhadap internet. Pada umumnya masyarakat perkotaan dan pinggiran kota sudah memiliki akses internet, sehingga peluang tayangan *web series* untuk disaksikan tetap terbuka lebar.

3.3.2 Demografis

Dari aspek demografis, program “Pomateur” akan meliputi beberapa aspek sebagai berikut:

Jenis Kelamin	: Laki-laki (dan perempuan)
Usia	: 17-28 tahun

Pendidikan : SMA, SMK, dan Perguruan Tinggi

3.3.3 Status Sosial Ekonomi

Status Sosial Ekonomi atau *Sociconomic Status* (SES) adalah cara untuk mengukur kemampuan ekonomi individu atau suatu keluarga dengan cara pengklasifikasian melalui kelas-kelas. Nielsen sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang riset, menentukan kelas-kelas untuk menunjukkan status sosial seseorang. Untuk dapat menentukan seseorang berada di kelas ekonomi mana, maka akan diukur melalui pengeluaran individu atau keluarga dalam sebulan (terdapat dalam lampiran). Adapun sasaran utama dari program *web series* ini adalah SES A dan SES B.

Pemilihan SES A dan SES B didasarkan pada pemahaman teknologi serta memiliki potensi pembelian yang tinggi sehingga memiliki biaya yang cukup untuk mengakses dan membeli peralatan penunjang untuk mengakses internet. Selain itu juga hal ini tidak lain karena harga pomade impor tidak terlalu murah. Kisaran harga untuk pomade impor mulai dari Rp 90.000 hingga Rp 388.000. Sedangkan untuk pomade lokal berada di kisaran harga Rp 15.000 hingga Rp 90.000.

3.3.4 Psikografis

Secara umum, kata psikografis menggambarkan sebuah kombinasi dari *activity* (aktivitas), *interest* (ketertarikan), dan *opinion* (opini) konsumen (Shimp, 2003).

- *Activity* (aktivitas): Klasifikasi ini membagi khalayak berdasarkan aktivitas yang sering mereka lakukan untuk menghabiskan waktu. Khalayak sasaran dari *web series* “Pomateur” adalah mereka yang melihat tutorial cara memakai pomade dan menyisir rambut, serta mereka yang menggunakan pomade. Selain itu khalayak sasaran *web series* “Pomateur” juga merupakan mereka yang mengakses internet minimal dua jam per hari. Selain mengetahui dan menggunakan

- YouTube, juga ditujukan kepada mereka yang memiliki perangkat seperti *laptop*, *tablet*, atau *smartphone* untuk mengakses internet.
- *Interest* (ketertarikan): Klasifikasi ini membagi khalayak sasaran berdasarkan minat mereka. Khalayak sasaran dari *web series* “Pomateur” adalah laki-laki usia 17-28 tahun yang memiliki ketertarikan terhadap dunia pomade. Yang dimaksud dengan ketertarikan pada pomade adalah mereka yang pernah membeli, pernah menggunakan, sedang menggunakan, serta mereka yang berbisnis pomade.
- *Opinion* (opini): Klasifikasi ini membagi khalayak berdasarkan pandangan yang mereka miliki. Program ini diperuntukkan kepada khalayak sasaran yang sudah bosan dengan tayangan mengenai pomade yang hanya berupa tutorial penggunaan dan ulasan produk saja. Oleh karena itu, jenis drama *web series* dapat menjadi alternatif tontonan baru bagi pengguna pomade.

3.3.5 Teknografis

Aspek ini melihat khalayak berdasar kemampuan mereka dalam mengakses teknologi yang dapat menunjang untuk menonton suatu program. Program “Pomateur” memiliki sasaran laki-laki berusia 17-28 tahun yang sudah mengenal kehadiran teknologi dan internet. Hal ini menjadi penting, mengingat bentuk pendistribusian program “Pomateur” akan menggunakan internet. Selain mengenal teknologi dan internet, khalayak juga setidaknya memiliki perangkat untuk mengakses internet, seperti *laptop*, *tablet*, atau *smartphone*.

3.4 Analisis SWOT

3.4.1 *Strength* (kekuatan)

- “Pomateur” merupakan program drama *web series* lokal pertama bertema pomade yang dimiliki oleh Indonesia. Sebagai tayangan alternatif baru, yaitu drama *web series*, program ini diharapkan

- Dapat langsung menarik perhatian khalayak sasaran untuk menonton.
- Program ini menggunakan format drama, dimana format ini sudah dikenal oleh khalayak sasaran sehingga akan lebih mudah untuk diterima.
- Tayangan ini memiliki biaya produksi yang relatif rendah dibandingkan produksi industri, karena tidak membutuhkan kerabat kerja dan biaya yang terlalu banyak.
- Pomade merupakan produk rambut pria yang sudah ada sejak abad ke-18 dan kini kembali populer.
- Mendapat kritik, saran, serta apresiasi pada kolom komentar dari penonton di YouTube yang dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas pada episode mendatang.

3.4.2 Weakness (kelemahan)

- Tema yang diangkat, yaitu pomade sangat tersegmentasi dan belum begitu populer di Indonesia.
- Aktor pengisi bukan sosok yang terkenal, sehingga kurang memiliki popularitas untuk mendatangkan banyak penonton.
- Tidak semua khalayak sasaran memiliki akses internet yang cepat, stabil, dan tak terbatas untuk menyaksikan video.
- Belum tentu bumbu komedi dalam tayangan ini disukai oleh khalayak.

3.4.3 Opportunity (kesempatan)

- Pendistribusian lewat internet memungkinkan program ini untuk dapat disebar melalui media sosial yang lain, sehingga dapat lebih banyak menjangkau khalayak.

3.4.4 Threat (ancaman)

- Banyak video lain yang juga diunggah ke YouTube setiap menitnya.
- Terdapat video *web series* berjenis *video blogging* (vlog) yang bertema tutorial pomade.

- Pengguna pomade yang bukan amatir akan menganggap program ini tidak menarik.

3.5 Posisi dan Diferensiasi Produk

Tayangan *web series* drama komedi merupakan jenis yang sudah umum dan sangat banyak jumlahnya di YouTube. Namun program “Pomateur” tentunya akan sangat berbeda dengan *web series* drama komedi pada umumnya yang hanya membahas tentang kejadian unik dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaannya tentu saja karena tayangan ini adalah *web series* yang mengangkat tema utama yaitu pomade. Tayangan bertema pomade pada umumnya hanya berupa tutorial menggunakan pomade, tutorial menyisir rambut, atau ulasan produk. Dalam tayangan ini akan dibahas permasalahan yang timbul dari penggunaan pomade serta solusinya yang dikemas dalam bentuk drama komedi ringan.

Melalui tayangan ini, khalayak juga dapat berpartisipasi secara tidak langsung, yaitu dengan jalan memberikan saran, kritik, maupun apresiasi dalam kolom komentar di YouTube. Langkah ini bertujuan untuk mengajak khalayak untuk tidak bersikap pasif dalam menyaksikan program ini, melainkan juga ikut aktif dan turut serta dalam mengembangkan *web series* ini ke arah yang lebih sempurna lagi.

3.6 Nama atau Judul Program yang Diusulkan

Judul Program yang diusulkan adalah “Pomateur”. “Pomateur” merupakan gabungan dari kata Pomade dan *Amateur*. *Amateur* yang dalam bahasa Indonesia berarti amatir. Hal ini bertujuan untuk memberi pemahaman kepada khalayak bahwa program ini akan berada pada level amatir dalam membahas perihal pomade. Tokoh utama dalam cerita ini memiliki teman yang tidak tahu sama sekali apa itu pomade dan baru pertama kali mengetahui pomade. Oleh karena itu, program ini akan menyajikan cerita dari tokoh utama yang akan membimbing temannya yang masih belum mengenal tentang pomade, agar pengetahuannya tentang pomade menjadi lebih dalam dan bukan saja sekedar ikut-ikutan tren.

3.7 Sinopsis

Universitas Indonesia

Program “Pomateur” bercerita tentang Diki yang merupakan pengguna pomade dan Sigit yang memiliki sifat penasaran dan ingin tahu. Secara tidak sengaja, Diki adalah orang yang mengenalkan Sigit kepada pomade. Rasa penasaran Sigit semakin membesar akan pomade, sehingga dia terus menggali informasi tentang pomade melalui Diki. Untuk sinopsis kelima episode terlampir.

3.8 Treatment

Dalam buku “Producing For TV and New Media” oleh Kellison, Morrow dan Morrow (2013), dijelaskan bahwa *treatment* merupakan rangkuman konsep dan pendekatan produksi yang akan digunakan oleh produser untuk memulai sebuah produksi. Berikut adalah tabel *treatment* untuk program “Pomateur”.

Tabel 3.1 Tabel *Treatment* “Pomateur”

TREATMENT WEB SERIES “Pomateur”	
Durasi: 4-7 menit	
KONSEP	
<i>Web series</i> ini menceritakan tentang seorang mahasiswa bernama Diki, pengguna pomade yang berpengalaman. Diki memiliki teman bernama Sigit yang memiliki sifat penasaran dan ingin tahu. Secara kebetulan, Sigit melihat pomade milik Diki dan tertarik dengan pomade tersebut. Sigit kemudian menggali informasi tentang pomade kepada Diki dengan banyak bertanya. Rasa penasaran Sigit semakin membesar akan pomade, sehingga dia terus mendekati Diki demi mendapatkan informasi yang lebih lengkap tentang pomade.	
TEMA	
Pengenalan pomade secara umum.	
TUJUAN	
Tujuan dari <i>web series</i> ini untuk memperkenalkan apa itu pomade dan membantu menggambarkan hal positif dan negatif dari penggunaan pomade bagi pengguna pomade pemula.	
KHALAYAK SASARAN	

Sasaran khalayak dari web series ini adalah pengguna pomade usia 18-27 tahun yang berasal dari SES A dan B yang aktif menggunakan internet, dalam hal ini, YouTube. Mereka memiliki gadget yang dapat memungkinkan mereka untuk mengakses internet setiap saat, seperti <i>smartphone</i> , <i>tablet</i> , atau <i>laptop</i> .
HASIL YANG DIINGINKAN
Pengguna pomade pemula dapat mengetahui dampak positif dan negatif dari pomade, serta diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan pomade.

3.9 Waktu Tayang

Pada umumnya jika mendistribusikan tayangan melalui internet, tidak ada waktu khusus untuk kapan pastinya sebuah tayangan akan hadir. Hal ini berkaitan dengan konsep *video on demand (VOD)*, yaitu video diunggah, baru kemudian bisa disaksikan oleh khalayak kapanpun waktunya. Penulis memilih untuk mengunggah *web series* “Pomateur” sebulan sekali tepatnya pada hari Minggu ketiga. Pemilihan hari Minggu dinilai karena merupakan akhir pekan saat dimana pada umumnya semua orang sedang santai. Sedangkan pemilihan setiap tiga minggu sekali dilakukan untuk melihat bagaimana respon selama dua minggu pertama dan satu minggu terakhir merupakan waktu untuk mengevaluasi masukan dari khalayak pada episode *web series* “Pomateur” ini.

3.10 Durasi

Dalam setiap episodenya, tayangan ini akan berdurasi sekitar 3-7 menit. Hal ini didasari belum meratanya kecepatan internet di seluruh Indonesia yang menyebabkan jika khalayak menonton video, akan sering mengalami proses menunggu video agar siap tayang. Jika tayangan *web series* ini lebih lama dari tujuh menit, akan menyebabkan ketidaknyamanan ketika menyaksikan episode program.

3.11 Format Program

Format program yang digunakan oleh penulis adalah *single camera* atau menggunakan satu kamera. Format ini dipilih penulis dengan alasan untuk

menekan biaya karena karakter dari *web series* sendiri yang merupakan produksi berukuran kecil.

3.12 Kerabat Kerja yang Dibutuhkan

Orlebar (2002) mengatakan, setidaknya terdapat tiga posisi penting dalam sebuah produksi yaitu, Produser, Sutradara, dan Manajer Produksi. Untuk sebuah produksi kecil seperti *web series* jumlah kerabat kerja bukanlah menjadi hal yang krusial, malah *web series* terkenal karena produksi yang berskala kecil tersebut.

1. Produser

Produser merupakan bagian tertinggi dari sebuah produksi. Produser adalah pihak yang bertanggung jawab atas semua yang terjadi dari masa pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi. Produser juga memilih siapa saja yang bisa menjadi kerabat kerja dalam sebuah produksi program. Dalam program ini, penulis bertindak sebagai produser.

2. Sutradara

Sutradara merupakan pemimpin di lapangan yang mengarahkan jalannya sebuah produksi program. Sutradara juga harus memastikan produksi berjalan sesuai dengan rencana awal dan memastikan pesan yang ingin disampaikan tergambar dalam hasil produksi.

3. Penata Kamera

Penata Kamera bertugas untuk mengambil gambar selama produksi berlangsung sesuai dengan naskah dan arahan sutradara. Baik buruknya suatu produksi bergantung dari kualitas penata kamera dalam mengoperasikan kamera, sehingga hasil akhir gambar dapat memuaskan.

4. Penata Suara

Penata Suara bertugas untuk merekam suara dan dialog selama proses produksi berlangsung. Peran ini sangat penting, karena bila unsur suara tidak diperhatikan dengan baik, maka pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah produksi program menjadi tidak maksimal ketika diterima oleh penonton.

5. Penata Cahaya

Penata Cahaya bertugas mengatur bagaimana komposisi cahaya sesuai dengan naskah dan kemauan Sutradara. Penata Cahaya akan bekerja sama dengan penata kamera untuk menghasilkan gambar yang terbaik.

6. Penyunting Gambar

Penyunting Gambar merupakan sutradara ketika proses produksi telah selesai. Penyunting gambar bertugas untuk menyusun gambar untuk menghasilkan cerita sesuai dengan naskah dan arahan Sutradara. Penyunting Gambar juga merupakan orang yang menyelaraskan unsur suara, musik, dan gambar agar nyaman ditonton.

3.13 Peralatan Produksi

Dalam produksi pilot episode “Pomateur”, peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1 Kamera DSLR Canon EOS 700D
- 1 Tripod
- 1 Alat perekam suara
- 1 Lampu LED

3.14 Lokasi Shooting

Eksekusi program akan dilakukan di satu lokasi, yaitu di perumahan daerah Pangkalan Jati Baru, Cinere.

3.15 Strategi Pemasaran Program

Untuk memasarkan program ini, penulis berencana akan melakukan hal berikut, yaitu:

1. Membuat akun media sosial seperti akun Facebook dan akun Twitter. Pemanfaatan akun media sosial ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan penonton program “Pomateur”. Akun media sosial juga bisa digunakan untuk berbagi informasi mengenai pomade dan melihat galeri episode video program yang sudah dan akan segera tayang.

2. Membuat situs resmi www.pomateur.com yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai program “Pomateur” secara lengkap. Mulai dari sinopsis program, karakterisasi aktor pemain, panduan episode, dan produk pomade.
3. Bekerjasama dengan penerbit majalah gratis, seperti majalah *Juice* dan *Arena* untuk menampilkan *update* terbaru episode *web series* “Pomateur” yang baru diunggah pada halaman promosi iklan. Majalah ini dipilih karena distribusinya yang mencakup tempat-tempat yang berpotensi didatangi oleh banyak orang, seperti restoran. Majalah ini juga tersedia dalam bentuk cetak dan digital.



BAGIAN KEEMPAT

Evaluasi

4.1 Rencana Media Pra-Uji (*Pre-test*)

Sebelum penulis mengeksekusi program “Pomateur”, penulis terlebih dahulu telah melakukan *pre-test* yang bertujuan untuk mengetahui pandangan khalayak sasaran tentang pomade. *Pre-test* dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui kuesioner untuk kemudian disebarkan kepada khalayak sasaran.

4.1.1 Metode Media *Pre-Test*

Dalam melakukan *pre-test*, penulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dipilih dengan alasan dapat dilakukan secara serentak dan mendapatkan responden yang banyak. Kuesioner disebarkan kepada 193 pengguna pomade yang merupakan anggota dari komunitas IPE di Facebook. Hasil yang diperoleh dari *pre-test* tersebut, digunakan penulis sebagai masukan untuk melakukan produksi program “Pomateur”.

4.1.2 Waktu *Pre-Test*

Pre-test dilaksanakan oleh penulis mulai dari hari Sabtu, 11 Oktober 2014 sampai Senin 13 Oktober 2014.

4.1.3 Materi *Pre-Test*

Dalam kuesioner yang dibuat oleh penulis, terdapat tiga materi yang dijadikan sebagai acuan dalam membuat pertanyaan untuk kuesioner. Tiga materi tersebut yaitu, “Penggunaan Internet” tentang kebiasaan menggunakan internet dan menonton *web series*. Kedua adalah “Penggunaan Pomade” untuk mencari tahu bagaimana kebiasaan responden dalam menggunakan pomade. Terakhir “Pomade *non-petrol*” untuk mengetahui bagaimana pendapat dari pengguna pomade tentang pomade *non-petrol* dan masalah yang mereka alami selama menggunakan pomade.

4.1.4 Instrumen *Pre-Test*

Penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam *pre-test* dengan pendekatan kuantitatif. Responden mengisi melalui internet.

Pertanyaan yang diberikan kepada responden berupa pertanyaan tertutup dan beberapa pertanyaan terbuka. Total terdapat 27 pertanyaan yang terbagi dalam empat bagian. Lima pertanyaan untuk identitas, delapan pertanyaan untuk bagian pertama, delapan pertanyaan untuk bagian kedua, dan enam pertanyaan untuk bagian ketiga.

4.2 Rencana Evaluasi

Setelah penulis mengeksekusi program “Pomateur”, penulis akan melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui pendapat khalayak sasaran mengenai program yang sudah dibuat, serta untuk mengetahui kekurangan dari program ini yang dapat menjadi masukan untuk episode-episode selanjutnya.

4.2.1 Metode Evaluasi

Dalam melakukan evaluasi program, penulis akan menggunakan *Focus Group Discussion* (FGD). Peserta terdiri dari dua orang murid SMA, dua orang mahasiswa, dan dua orang anggota komunitas IPE.

4.2.2 Waktu Evaluasi

Evaluasi akan dilakukan seminggu setelah program tayang di YouTube, di mana hari akan disesuaikan dengan kesediaan para partisipan.

4.2.3 Materi Evaluasi

Untuk evaluasi FGD, berikut adalah materi yang akan diajukan kepada partisipan:

1. Apakah partisipan dapat memahami isi tayangan?
2. Apakah partisipan terhibur dengan menyaksikan program ini?
3. Apakah unsur pomade sudah cukup tergambar dalam program ini?
4. Apa saja kritik dan saran partisipan mengenai program ini?

4.2.4 Instrumen Evaluasi

Untuk evaluasi, penulis membutuhkan proyektor dan alat pengeras suara (*speaker*) untuk menampilkan program di depan partisipan dan alat perekam suara untuk merekam hasil diskusi.

BAGIAN LIMA

ANGGARAN

5.1 Anggaran Pembuatan *Pilot Episode*

Dalam membuat *pilot episode* “Pomateur” dibutuhkan dua orang pemain utama, serta empat orang kerabat kerja produksi. Berikut ini adalah anggaran untuk pembuatan *pilot episode*.

5.1 Tabel Anggaran *Pilot Episode* “Pomateur”

Deskripsi	Jumlah	Anggaran
Pra-Produksi		
<i>Pre-production meeting</i>		Rp 100.000,00
Perizinan lokasi, keamanan		Rp 100.000,00
Penggambar <i>story board</i>		Rp 150.000,00
Produksi		
<i>Talent</i> (@ Rp 250.000,00)	2 orang	Rp 500.000,00
Figuran (@ Rp 50.000,00)	Max 2 orang	Rp 100.000,00
Kerabat kerja (@ Rp 250.000,00)	4 orang	Rp 1.000.000,00
Rental kamera, lensa, <i>tripod</i>		Rp 500.000,00
Rental <i>audio</i>		Rp 200.000,00
Rental <i>lighting</i>		Rp 100.000,00
Peralatan tambahan (baterai, lampu, reflektor, dll)		Rp 100.000,00
<i>Set up & Property</i>		Rp 200.000,00
<i>Make up & wardrobe</i>		Rp 100.000,00
Transportasi		Rp 250.000,00
Konsumsi (@ Rp 20.000,00) (Dua kali jatah konsumsi)	6 orang	Rp 360.000,00

Paska Produksi		
Penyunting gambar		Rp 200.000,00
Total Direct Cost		Rp 3.960.000,00
Biaya tak terduga (10% x <i>budget</i>)		Rp 396.000,00
TOTAL		Rp 4.356.000,00

5.2 Rencana Anggaran Penerbitan Media

Pada bagian ini penulis akan membuat rencana anggaran selama satu musim apabila program “Pomateur” akan benar-benar ditayangkan. Dalam satu musim, akan terdapat lima episode. Berikut adalah rencana anggaran untuk pembuatan lima episode “Pomateur”.

5.2 Tabel Anggaran Penerbitan Media “Pomateur”

Deskripsi	Anggaran		
	Jumlah	Per episode	Total (5 episode)
Pra-Produksi			
<i>Pre-production meeting</i>		Rp 300.000,00	Rp 1.500.000,00
Perizinan lokasi, keamanan		Rp 300.000,00	Rp 1.500.000,00
Penggambar <i>story board</i>		Rp 150.000,00	
Produksi			
<i>Talent</i> (@ Rp 700.000,00)	2 orang	Rp 1.400.000,00	Rp 7.000.000,00
Figuran (@ Rp 150.000,00)	Max 3 orang	Rp 450.000,00	Rp 2.250.000,00
Kerabat kerja (@ Rp 500.000,00)	5 orang	Rp 2.500.000,00	Rp 12.500.000,00
Sewa kamera, lensa, <i>tripod</i>		Rp 500.000,00	Rp 2.500.000,00
Sewa peralatan <i>audio</i>		Rp 200.000,00	Rp 1.000.000,00

Sewa peralatan <i>lighting</i>		Rp 100.000,00	Rp 500.000,00
Peralatan tambahan (baterai, reflektor dll)		Rp 100.000,00	Rp 500.000,00
<i>Set up & Property</i>		Rp 200.000,00	Rp 1.000.000,00
<i>Make-up & wardrobe</i>		Rp 200.000,00	Rp 1.000.000,00
Transportasi		Rp 400.000,00	Rp 2.000.000,00
Konsumsi (@ Rp 30.000) (Dua kali jatah konsumsi)	7 orang	Rp 420.000,00	Rp 2.100.000,00
Paska Produksi			
Penyunting gambar		Rp 1.000.000,00	Rp 5.000.000,00
Total Direct Cost		Rp 8.220.000,00	Rp 40.350.000,00
Biaya tak terduga (10% x <i>budget</i>)		Rp 822.000,00	Rp 4.035.000,00
TOTAL		Rp 9.042.000,00	Rp 44.385.000,00

5.3 Prakiraan Pendapatan

Sama dengan sistem di televisi, pembuat *web series* juga bisa mendapat pemasukan dari iklan yang dipasang dalam video atau program acara mereka. YouTube sebagai wadah untuk berbagi video mempunyai fitur untuk menguangkan video yang bernama *monetize*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengaktifkan Google AdSense pada saluran yang dimiliki oleh pembuat *web series*. Dengan mengaktifkan Google AdSense, berarti kita telah menjadi mitra dari YouTube dan keuntungan yang didapat dari video yang kita pasang di YouTube, akan dibagi dua hasilnya. Semua perhitungan *rate card web series* didasarkan pada *Cost per Mille* (CPM). CPM adalah harga yang akan kita dapatkan per seribu penonton video. Berikut adalah tiga jenis iklan yang dapat dipasang dalam video apabila telah mengaktifkan fitur *monetize* di YouTube (<https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=en>, diakses 15 November 2014):

1. *Display ads*: Iklan berukuran 300x250 yang muncul di sebelah kanan atas dari *suggestion video*.
2. *Overlay ads*: Iklan transparan yang berbentuk persegi panjang yang berada di bagian bawah dari video ketika video tersebut sedang disaksikan oleh khalayak.
3. *True view in-stream ads*: Iklan yang berbentuk video berdurasi 15-30 detik yang diputar sebelum video yang dituju ditayangkan. Iklan ini dapat dilewati oleh para penontonya setelah menunggu selama beberapa detik.
4. *True view in-display ads*: Iklan yang berbentuk video yang berada di sebelah kanan atas halaman Youtube ketika sedang menyaksikan video.
5. *Non-skippable in-stream ads*: Iklan yang berbentuk video berdurasi 15-30 detik yang diputar sebelum video yang dituju ditayangkan, tetapi tidak dapat dilewati oleh penontonnya, karena harus disaksikan hingga iklan selesai sebelum melanjutkan ke video yang dituju.

Untuk menambah pemasukan bagi program, dapat dilakukan pemasangan iklan pada situs “Pomateur” dengan menggunakan iklan gambar. Menurut Ledford (2008), beriklan melalui gambar akan lebih menarik daripada iklan yang berbentuk teks saja. Berikut adalah ukuran untuk ruang beriklan pada situs yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan program “Pomateur”.

5.3 Tabel Ukuran Iklan Gambar

Format	Ukuran (pixel)	Penempatan
<i>Leaderboard</i>	728x90	Sisi atas halaman situs
<i>Banner</i>	468x60	Sisi atas atau bawah halaman situs, bisa juga diantara artikel
<i>Skyscraper</i>	120x600	Sisi kanan atau kiri halaman situs
<i>Square</i>	250x250	Sisi kanan atau kiri halaman situs

Setelah melakukan pemasangan iklan berupa gambar di situs, maka perhitungan dari pemasangan iklan tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Unique Visitor* (Pengunjung Unik): Setiap pengunjung dikatakan unik saat mereka pertama kali mengunjungi halaman tersebut. Pengukuran untuk

2. Melihat pengunjung unik dapat dilakukan dengan pertimbangan pertama kali mengunjungi situs dalam jangka waktu 24 jam, pertama kali mengunjungi situs dalam jangka waktu pertama dalam seminggu, dan pertama kali mengunjungi situs dalam jangka waktu satu jam. Untuk Adsense, pengukuran pengunjung unik dilakukan untuk membantu mengetahui berapa CTR untuk iklan.
3. *Average click-through-rate (CTR)*: CTR adalah jumlah pasti berapa pengunjung yang mengeklik iklan yang terpasang di halaman situs. Hal ini menjadi penting karena kita sebagai pemilik situs akan dibayar sesuai dengan jumlah pengunjung yang mengeklik iklan.
4. *Average cost-per-click (CPC)*: CPC adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh pengiklan setiap kali ada yang mengeklik iklan yang dipasangnya di suatu situs. Untuk pemilik situs, CPC adalah berapa jumlah uang yang akan dibayarkan pemasang iklan kepada kita.

Dengan tiga pengukuran tadi, kita sebagai pemilik situs dapat memperkirakan berapa uang yang kita dapatkan dari penggunaan Adsense ini. Ledford (2008) mencontohkan bila dalam sehari terdapat 1000 pengunjung unik dan nilai rata-rata CPC adalah \$0,25. Dari 1000 penonton, anggap saja 2% mengeklik iklan yang ada di situs, maka dalam sehari, pemilik situs bisa mendapatkan \$5 (Rp 60.975) dan dalam sebulan bisa menghasilkan \$150, Dengan nilai tukar rupiah senilai Rp 12.195,- per 1 US\$ (per Minggu, 30 November 2014) maka pembuat *web series* bisa mendapatkan Rp 1.829.250.

= (Pengunjung unik x rata-rata CTR) rata-rata CPC = pendapatan potensial				
= (1000	x	2%)	\$0,25	= \$5

Selain melakukan pemasangan iklan melalui YouTube, pembuat *web series* juga bisa mendapatkan pemasukan dari *product placement*. Penulis memilih *product placement* dalam *web series* dengan alasan agar dapat bekerja sama dengan suatu merek untuk melakukan promosi yang dapat meningkatkan kesadaran produk. Tidak ada penetapan harga yang pasti untuk *product*

placement, sehingga penetapan harga kembali kepada kesepakatan antara pembuat video dan pihak calon pengiklan. Berikut adalah bentuk dan rencana harga untuk *product placement* dalam program “Pomateur”.

5.4 Tabel jenis *product placement*

No	Jenis <i>Product Placement</i>	Rencana Harga
1	Penyebutan merek atau slogan produk dalam dialog	Rp 300.000
2	Penampilan produk sebagai properti	Rp 300.000
3	Penggunaan produk oleh pemain	Rp 400.000
	Total	Rp 1.000.000

5.4 Rencana Anggaran Evaluasi

Untuk evaluasi, dibutuhkan biaya untuk mengadakan FGD. Berikut adalah rencana anggaran untuk mengadakan FGD.

5.5 Tabel rencana anggaran evaluasi

Deskripsi	Anggaran
Transportasi partisipan (6 orang)	Rp 180.000
Konsumsi partisipan (6 orang)	Rp 120.000
Sewa proyektor	Rp 100.000
Perizinan	Rp 100.000
Notulen	Rp 100.000
Total	Rp 600.000

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bandura, Albert. (1977). *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice Hall.

Draelos, Zoe Diana. (2005). *Hair Care: An Illustrated Dermatologic Handbook*. United Kingdom: Taylor & Francis

Doll, Susan. (2009). *Elvis for Dummies*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing Inc.,

Fowler, Joseph F. dan Rietschel, Robert L. (2008). *Fisher's Contact Dermatitis 6*. Ontario: BC Decker Inc.

Giles, Julie (2011). *How to Built an Audience for Your Webseries: Market, Motivate and Mobilize*. Toronto: IPF Publication.

Gladwell, Malcolm. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. United States of America: Little, Brown and Company.

Goodheart, Herbert P. (2006). *Acne for Dummies*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing Inc.,

Hurlock, Elizabeth B. (2000). *Psikologi Perkembangan. Anak*, Jilid 1-2. Jakarta: Erlangga.

Kanig, Joseph L., Lachman, Leon, dan Lieberman, Herbert A. (1994). *Teori dan Praktek Farmasi Industri II*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Kellison, C., Morrow, D., & Morrow, K. (2013). *Producing for TV and New Media*. Taylor & Francis Group: New York & London.

Ketaren, S. (2008). *Pengantar Teknologi Minyak dan Lemak Pangan*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Ledford, Jerri. (2008). *Google AdSense For Dummies*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing Inc.,

Mill, David. (2005). *Content is King: Writing and Editing Online*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Musburger, R.B. (2005). *Single-Camera Video Production* (4th ed.). Waltham: Focal Press.

Orlebar. (2002). *Digital Television Production A Handbook*. New York: Oxford University Press Inc.

Rowe, Raymond C., Sheskey, Paul J., Quinn Marian E. (2009). *Handbook of Pharmaceutical Excipients*. London: Pharmaceutical Press, RPS Publishing.

Santrock, John W. (2002). *Life Span Development*. Jakarta: Erlangga.

Schmitt, W. H. dan Williams D.F. (1996). *Chemistry and Technology of the Cosmetics and Toiletries Industry*. London: Blackie Academic & Professional.

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jil.1.ed.5.Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama.

Ullin, Jeffrey C. (2010) *The Business of Media Distribution: Monetizing Film TV and Video Content in an Online World*. United States of America: Focal Press.

Wasitaatmadja, Sjarif M. (1997). *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Williams, Dan. (2012). *Web TV Series: How To Make and Market Them. (Creative Essentials)*. London: Kamera Book.

Artikel dan Rujukan Online:

Bremer-David, Charissa. (2011). *Paris: Life & Luxury in the Eighteenth Century*. Los Angeles, California: Getty Publication.

http://books.google.co.id/books?id=fqG_taxClfgC&pg=PA62&dq=pomade&hl=id&sa=X&ei=ZCB-VJWvD4rmuQSUwoCYDA&ved=0CCgQ6AEwA#v=onepage&q=pomade&f=false. Diakses 15 November 2014.

Kickhöfen, Moritz. (2012). *Pomade Guide & Hair Product Test: Sweet Georgia Brown, Murray's & Royal Crown*.

<http://www.gentlemansgazette.com/pomade-guide-test-murrays-georgia-brown-royal-crown/>. Diakses 7 Juli 2014.

Morgan's Pomade History.

http://www.morganspomade.co.uk/index.php?main_page=our_history&zenid=1d5a0qn2g1kb5ngmj4pfb4126. Diakses 30 Oktober 2014

Murray's Pomade History.

<http://murrayspomade.com/history.php#top>. Diakses 2 Juli 2014.

Rosensteel, Sean. (2013). *Why Online video is Vital for Your 2013 Content Marketing Objectives.*

<http://forbes.com/sites/seanrosensteel/2013/01/28/why-online-video-is-vital-for-your-2013-content-marketing-objectives/>. Diakses 15 November 2014

Sinaga, Royke. (2014). *APJII: pengguna internet di Indonesia terus meningkat.*

<http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/213/press-release-profil-terkini-internet-industri-ind.html>. Diakses 1 Oktober 2014

Marketeers. (2013). *MarkPlus Insight: Pengguna Internet Indonesia 74 Juta di Tahun 2013.*

<http://www.the-marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html#.VCuW6FfuRvg>. Diakses 1 Oktober 2014

Rentang Status Sosial Ekonomi

Kategori SES	Pengeluaran per bulan
SES A1	Lebih dari Rp 3.000.000,-
SES A2	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000,-
SES B	Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000,-
SES C1	Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000,-
SES C2	Rp 700.000 – Rp 1.000.000,-
SES D	Rp 500.000 – Rp 700.000,-
SES E	Di bawah Rp. 500.000

Sumber: <http://www.marketing.co.id/pengeluaran-konsumen-indonesia-naik-13-2/>
(Diakses 15 November 2014)

Tabel Ukuran Iklan Gambar Menurut Ledford (2008)

<i>Format</i>	<i>Ad Size</i>	<i>Placement</i>
Leaderboard	728x90	Top of the page
Banner	468x60	Top or bottom of the page, in between articles or blog posts
Skyscraper	120x600	Right or left side of the page
Wide skyscraper	160x600	Right side of the page
Small square	200x200	In sidebars, on the right or left of the page
Square	250x250	In sidebars, on the right or left of the page
Medium rectangle	300x250	In the text of an article or a blog post
Large rectangle	336x280	In the text of an article or a blog post



Kuesioner

Perkenalkan, nama Saya Riris Endah Respati. Saya adalah mahasiswa Penyiaran, jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Indonesia, Semester VII. Saat ini Saya sedang mengerjakan Tugas Karya Akhir (TKA) atau yang lebih dikenal dengan skripsi, mengenai *web series* tentang Pomade. Web series adalah video pendek yang terdiri dari beberapa episode dengan durasi pada umumnya di bawah 10 menit yang ditayangkan di internet. Secara sederhana, *web series* adalah serial video *online* yang didistribusikan melalui internet (Williams, 2012).

Saya ingin meminta waktu dan bantuan teman-teman pengguna pomade untuk mengisi kuesioner tentang penggunaan pomade. Selain penggunaan pomade petrol, Saya juga ingin mengetahui bagaimana pendapat teman-teman mengenai pomade non petrol atau pomade organik. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, isilah dengan jawaban yang paling menggambarkan diri teman-teman sebagai pengguna pomade. Jawaban dari teman-teman dalam kuesioner ini akan sangat membantu dalam pembuatan Tugas Karya Akhir Saya.

Terima kasih.

1. Nama (ISI)
2. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia
 - a. < 15 tahun
 - b. 15-17 tahun
 - c. 18-22 tahun
 - d. 23-26 tahun
 - e. 27-30 tahun
 - f. 31-35 tahun
 - g. 36-40 tahun
 - h. > 40 tahun
4. Profesi
 - a. Pelajar (SD, SMP, SMA)
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai
 - d. Lainnya (ISI)
5. Pemasukan atau uang jajan per bulan
 - a. Rp 0 – Rp 500.000
 - b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000

- c. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
- d. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
- e. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
- f. > Rp 5.000.000

PENGUNAAN INTERNET

1. Frekuensi menggunakan internet dalam sehari
 - a. < 1 jam
 - b. 1-3 jam
 - c. 3-6 jam
 - d. 6-8 jam
 - e. > 9 jam
2. Situs tempat biasanya mengakses video di internet
 - a. Youtube
 - b. Vimeo
 - c. Dailymotion
 - d. Lainnya (ISI)
3. Jenis video yang biasanya disaksikan di YouTube
 - a. Video musik
 - b. Video instruksional (tutorial, how to)
 - c. Acara televisi (Hitam Putih, Sinetron)
 - d. Webseries (Malam Minggu Miko, Jalan Jalan Men, Layaria)
 - e. Lainnya (ISI)
4. Apakah Anda tertarik menonton webseries
 - a. Iya
 - b. Tidak
5. Tujuan menonton webseries
 - a. Informasi
 - b. Pengetahuan
 - c. Hiburan
6. Pernah menyaksikan webseries dengan tema gaya rambut laki-laki dan pomade
 - a. Pernah
 - b. Belum pernah
7. Apakah webseries dengan tema gaya rambut laki-laki dan pomade bisa menambah alternatif tayangan untuk laki-laki
 - a. Iya
 - b. Tidak
8. Apa yang Anda harapkan dari sebuah webseries dengan tema gaya rambut laki-laki dan pomade
 - a. Lebih banyak tutorial gaya rambut

- b. Lebih banyak membahas pomade
- c. Lebih banyak komedinya
- d. Lebih banyak dramanya

POMADE

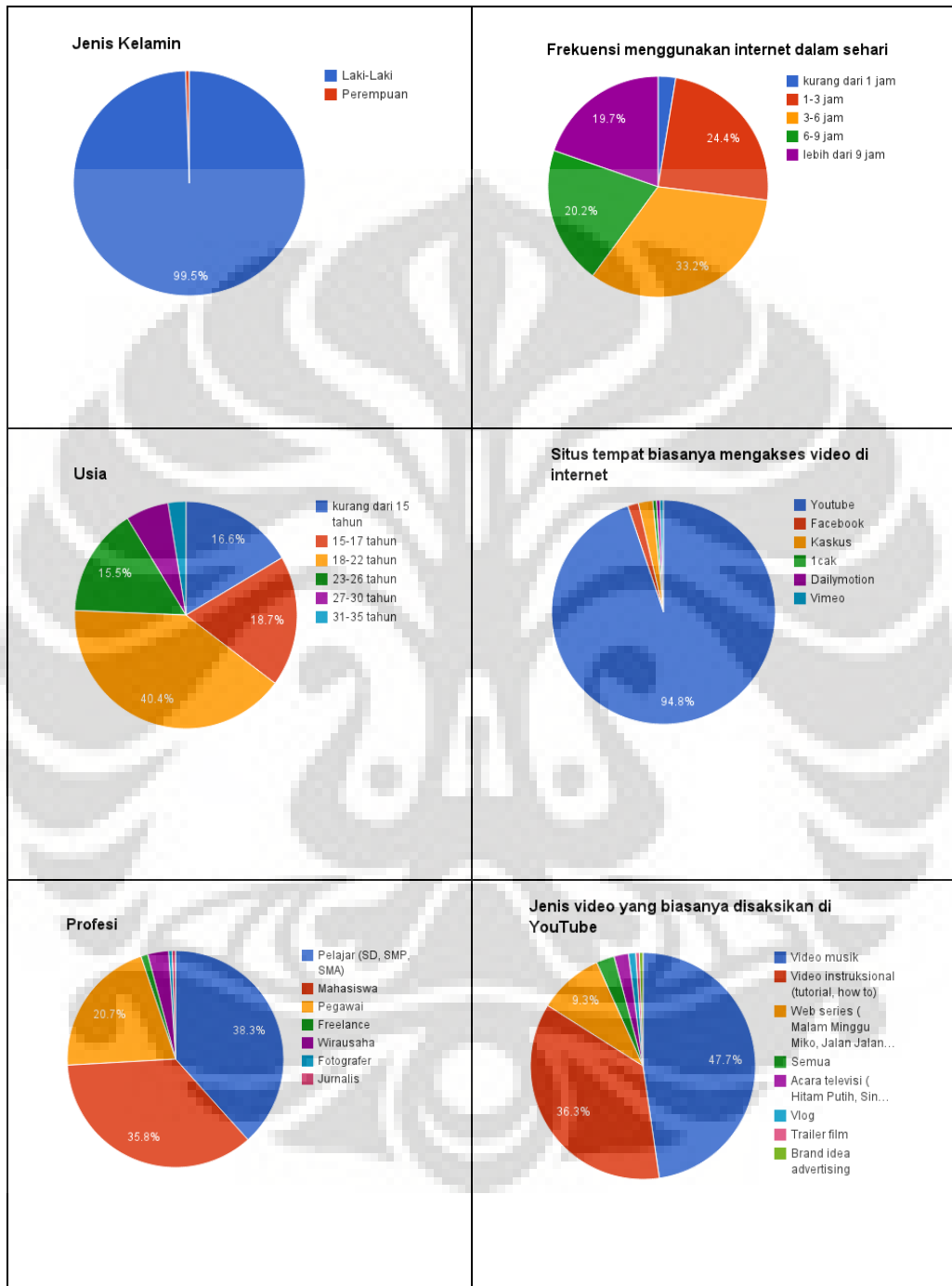
1. Apakah Anda pengguna pomade
 - a. Iya
 - b. Tidak
2. Apabila iya, lebih sering menggunakan pomade:
 - a. Pomade impor
 - b. Pomade lokal
3. Jenis bahan dasar pomade yang digunakan
 - a. Petrol based
 - b. Water based
 - c. Mixed based
 - d. Pomade organik atau pomade non petrol
4. Awal mengenal pomade dari:
 - a. Teman
 - b. Publik figur (aktor, pemain bola)
 - c. Film
 - d. Musik
 - e. Lainnya (ISI)
5. Apakah Anda suka mengganti gaya rambut sesuai dengan tren yang ada sekarang
 - a. Iya
 - b. Tidak
6. Frekuensi ke Barbershop
 - a. Seminggu sekali
 - b. Sebulan sekali
 - c. Sebulan 2 kali
 - d. Tidak tentu
7. Uang yang dialokasikan untuk membeli sebuah pomade
 - a. < Rp 50.000,00
 - b. Rp 50.000,00 – Rp 100.000,00
 - c. Rp 100.000,00 – Rp 200.000,00
 - d. Rp 200.000,00 – Rp 300.000,00
 - e. > Rp 301.000,00
8. Menurut Anda sampai berapa lama pomade masih akan digemari
 - a. < 6 bulan
 - b. 6 bulan – 1 tahun
 - c. 1 – 2 tahun

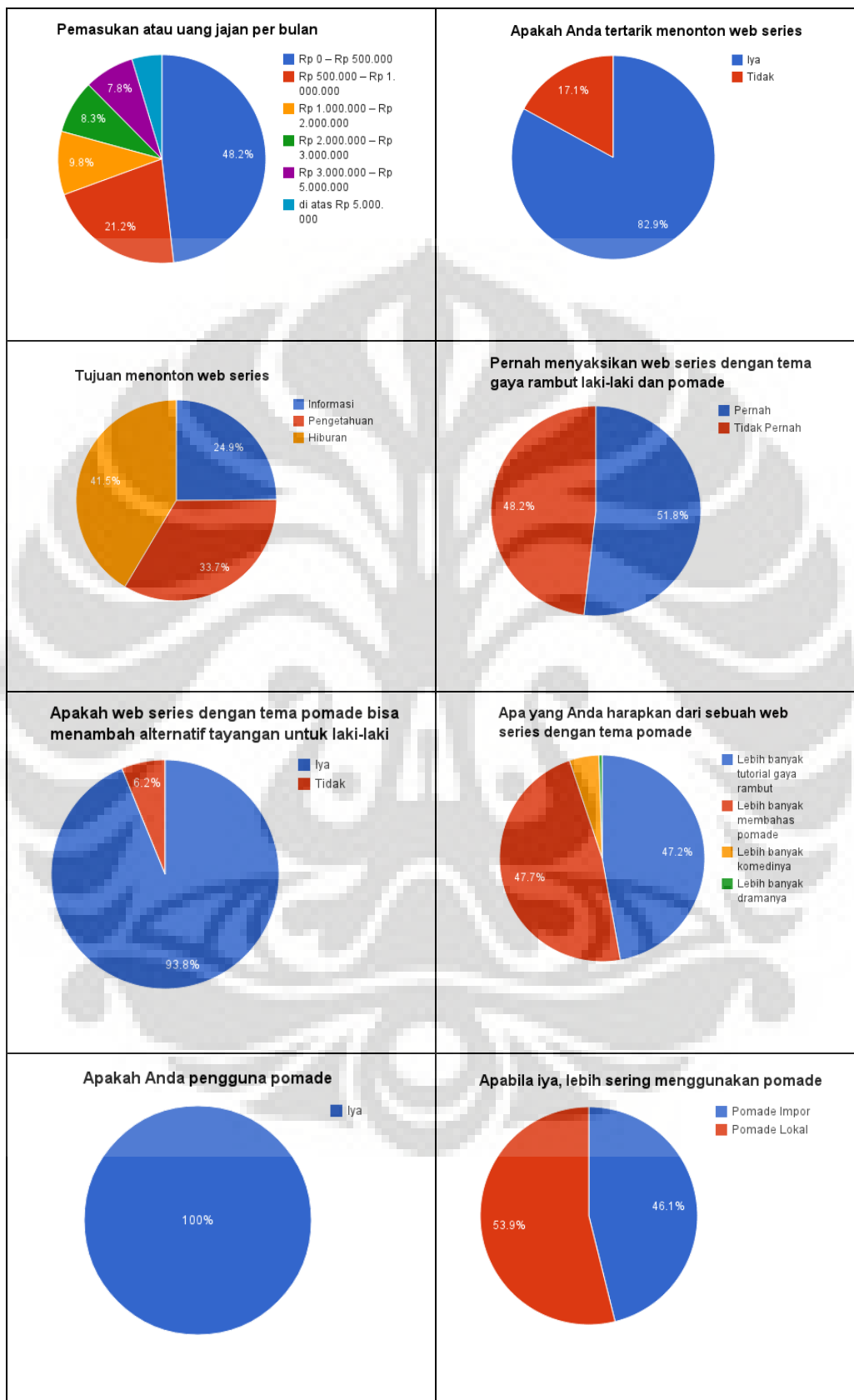
- d. 2 – 3 tahun
- e. > 3 tahun

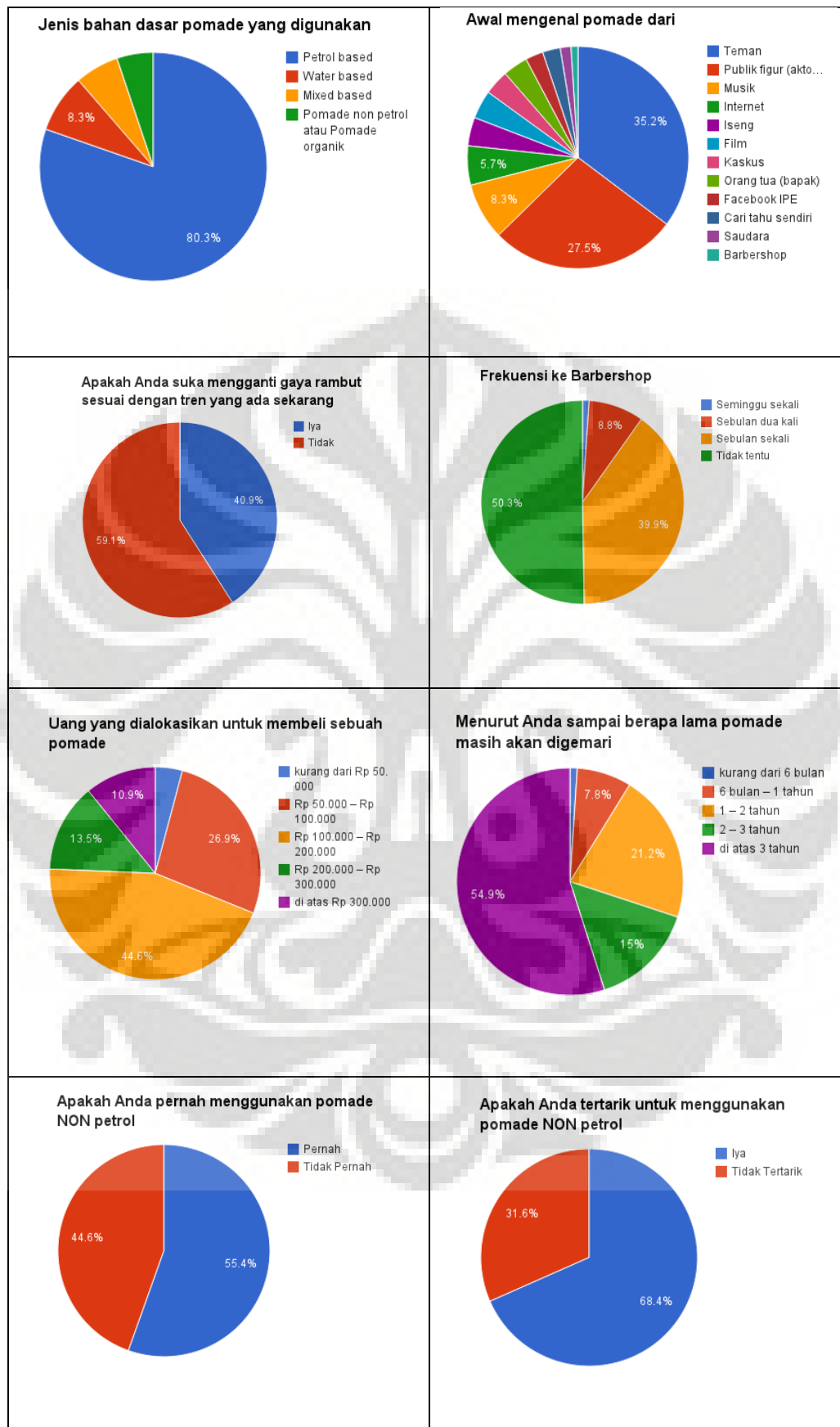
POMADE NON PETROL

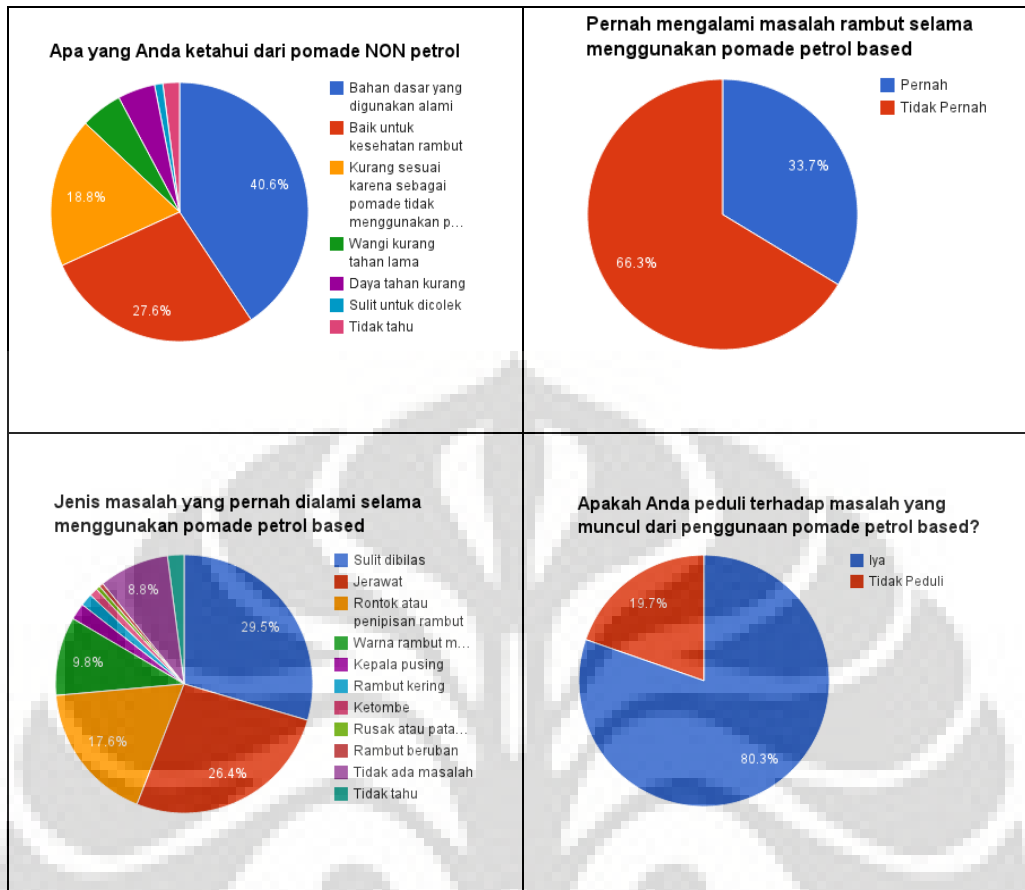
1. Apakah Anda pernah menggunakan pomade NON petrol
 - a. Pernah
 - b. Tidak pernah
2. Apakah Anda tertarik untuk menggunakan produk pomade NON petrol
 - a. Iya
 - b. Biasa saja
 - c. Tidak tertarik
3. Apa yang Anda ketahui dari pomade NON petrol
 - a. Wangi kurang tahan lama
 - b. Kurang sesuai karena sebagai pomade tidak menggunakan petrolatum
 - c. Bahan dasar yang digunakan alami
 - d. Baik untuk kesehatan rambut
 - e. Lainnya (ISI)
4. Pernah mengalami masalah rambut selama pemakaian pomade petrol based
 - a. Pernah
 - b. Tidak pernah
5. Jenis masalah rambut yang pernah dialami selama penggunaan pomade petrol based
 - a. Warna rambut memudar
 - b. Alergi
 - c. Kepala pusing
 - d. Sulit dibilas
 - e. Jerawat
 - f. Rontok atau penipisan rambut
 - g. Lainnya (ISI)
6. Apakah Anda peduli terhadap masalah rambut yang muncul dari penggunaan pomade petrol based?
 - a. Iya
 - b. Tidak peduli

Hasil Kuesioner

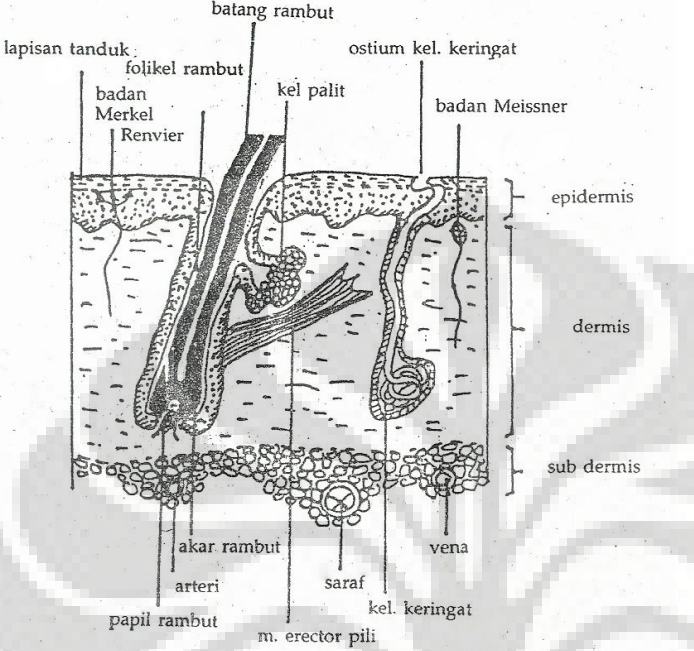
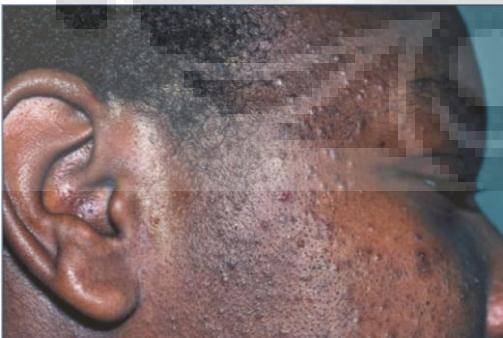








Contoh Gambar Jerawat Pomade

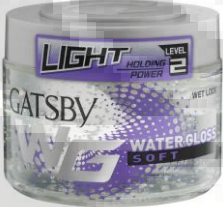
 Diagram illustrating the structure of human skin. Labels include: batang rambut (hair shaft), lapisan tanduk (stratum corneum), folikel rambut (hair follicle), badan Merkel Renvier (Merkel cell), kel. palit (sebaceous gland), ostium kel. keringat (sweat gland opening), badan Meissner (Meissner corpuscle), epidermis, dermis, sub dermis, akar rambut (hair root), arteri (artery), saraf (nerve), papil rambut (hair papilla), m. erector pili (arrector pili muscle), kel. keringat (sebaceous gland), and vena (vein).	Penampang Kulit Sumber: Wasitaatmadja. (1997). <i>Penuntun Ilmu Kosmetik Medik</i>
	Jerawat Pomade Sumber: http://www.danderm-pdv.is.kkh.dk/atlas/4-124-2.html (Diakses 15 November 2014)
	Jerawat Pomade Sumber: Goodheart. (2006). <i>Acne for Dummies</i>

Gambar Contoh Pomade

	Tancho pomade (Hijau) dan Tancho Tique (Putih) Sumber: http://www.instyle.com/instyle/package/general/photos/0,,20051413_20277547_20619344,00.html https://www.bukalapak.com/p/personal-care/men-s-grooming/v7ol-jual-tancho-pomade (Diakses 15 November 2014)
	Morgan's Pomade Sumber: http://www.morganspomade.co.uk/index.php?main_page=product_info&cPath=3&products_id=37 (Diakses 15 November 2014)
	Pomade <i>petrol</i> based Sumber: http://www.sleekhair.com/murrays-super-light-pomade.html (Diakses 15 November 2014)

	Pomade <i>water based</i> Sumber: http://stillganteng.net/shop/murrays-edgewax/ (Diakses 15 November 2014)
	Pomade <i>mixed based</i> Sumber: http://www.thegreaseshop.com/Layrite-Pomade-3pk-one-of-each-weight-p-lr-3pk-mixed.htm (Diakses 15 November 2014)
	Pomade organik Sumber: http://www.beauty.com/john-masters-organics-hair-pomade/qxp153174 (Diakses 15 November 2014)
	Pomade <i>non-petrol</i> Sumber: http://aghamisme.blogspot.com/2014/10/review-pomade-pompadog-edisi-ketiga.html (Diakses 15 November 2014)

Contoh Produk Rambut

	<i>Hair Spray</i> Sumber: http://makarizoonline.do.am/index/salon_style/0-15 (Diakses 15 November 2014)
	<i>Hair Gel</i> Sumber: http://www.sukamart.com/id/personal-care/hair/hair-styling/gatsby-water-gloss-wet-look-soft-300g.html#.VHvV2tKUcE (Diakses 15 November 2014)
	<i>Hair Wax</i> Sumber: http://www.tchsrampage.com/archives/3399 (Diakses 15 November 2014)
	<i>Hair Mousse</i> Sumber: http://makarizoonline.do.am/index/salon_style/0-15 (Diakses 15 November 2014)
	<i>Hair Cream</i> Sumber: http://queenofeden.com/store/hair-cream/ (Diakses 15 November 2014)

Transkrip Wawancara dr. Sri Linuwih Susetyo Wardhani Menaldi, Sp.KK, Dosen
Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Departemen Ilmu Kesehatan Kulit
dan Kelamin

Hari/Tanggal : Senin, 3 November 2014

Tempat : Ruang Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Salemba

Apakah sebenarnya rambut perlu mendapat produk perawatan rambut, seperti minyak pengkilap rambut?

Kita masukan itu dalam golongan kosmetik. Kosmetik yang sifatnya menambah keindahan atau memepertahankan dari sisi keindahannya atau kesehatannya. Sama sekali tidak boleh berisi obat. Kosmetik bukan untuk mengobati. Kosmetik hanya untuk menambah keindahan, sehingga si pemakai merasa senang, suka, atau ada orang lain yang memberikan penilaian bagus. Nah sekarang seberapa penting atau haruskah orang pakai kosmetika untuk rambut? Kita ambil contoh yang paling sederhana adalah sampo, untuk mencuci rambut, membersihkan dari kotoran, itu dasar. Tapi bagaimana membuat rambut lebih indah, tidak kusut, mudah disisir, itu semua tambahan kan. Itu namanya kondisioner, membuat rambut jadi licin, permukannya jadi lebih halus, sehingga mudah disisir, lebih mengkilat, dan tidak kusut. Contohnya pada sampo yang berwarna hitam. Katanya menghitamkan rambut, padahal tidak menghitamkan, membuat hitam, hanya mengandung warna yang bersifat sementara, semir istilahnya, bukan cat tapi. Kalau dibilang perlu, tergantung pemakai, kalau dia ingin selalu tampil indah, percaya diri, ya itu perlu. Pengkilap ini, seperti yang Saya baca di barang yang dicontohkan ini, isinya petrolatum jelly itu memang bahan yang melembabkan, dan membuat mengkilap.

Apa saja masalah yang umum dijumpai pada penggunaan produk rambut pada kulit kepala & rambut, misal minyak pengkilap rambut?

Pada kulit kepala: kalau produknya hanya sebatas *toiletries*, sampo harusnya tidak ada. Karena benda-benda itu sudah dites sebelum dipasarkan, pasti. Tapi ada orang-orang tertentu yang memang kulitnya sensitif, sehingga Saya tidak cocok pakai sampo, kulit kepala jadi ketombe. Jadi, efek dari rambut itu ke kulit.

Berapa batas normal rambut rontok setiap harinya untuk laki-laki dan perempuan?

Dianggap normal itu 100 helai per hari. Itu yang rontok sendiri, bukan yang dicabut ya. Kalau sambil menyisir rambut itu juga rontok sendiri.

Apakah kerontokan rambut dapat dipicu dengan penggunaan produk rambut, misal minyak pengilap rambut? Apakah penggunaan minyak pengilap rambut bisa memperparah kerontokan atau tidak?

Bisa, bisa. Kalau untuk yang pengilap ini? umunya sih tidak. Tapi kembali lagi, itu individual. Ada orang yang tahan, ada yang tidak. Apa bisa memperparah? Kalau iritasi bisa memperparah radang kulitnya, kulitnya jadi sakit, rapuh, ya rontok.

Apakah pengilap rambut yang memiliki daya tahan kuat atau kaku bisa membuat rontok?

Sebetulnya secara langsung bergantung pada bahan yang digunakan. Kalau bahan tadi ada iritasinya. Sebetulnya rambut itu tidak licin mulus, ada seperti sisik yang bersusun. Seperti kulit salak yang lebih halus dan panjang. Produk tersebut pasti ada bahan kimianya mau tidak mau, karena bisa membuat rambut dengan bentuk seperti itu. Petrolatum jelly itu bahan kimia, itu vaseline nya. Makin lama dipakai, tentu bahan ini bisa merubah struktur asli rambut. semkain lama dipakai tentu akna membawa efek jelek. Semkain kuat konsentrasinya pasti akan berkibat juga untuk struktur normal dari rambut itu sendiri. Apakah itu dalam bentuk rontok. Ini kemungkinan-kemungkinannya: bisa rontok , bisa berubah struktur, dan bisa berubah warna. Berubah struktur itu yang tadinya rambutnya licin, kalau diraba halus, setelah berubah struktur, kalau diraba jadi kasar, atau pecah (rambut bercabang). Dengan struktur yang berubah, pasti akan jadi rapuh, mudah patah.

Saya baca dalam buku *Acne for Dummies* (Goodheart, 2006) bahwa terdapat jerawat dengan jenis jerawat pomade (*pomade acne*). Hal ini disebabkan karena kandungan petrolatum yang ada dalam pomade dapat menyumbat pori-pori sehingga menyebabkan jerawat?

Hal ini dimasukkan dalam *acne cosmetic*. *Acne cosmetic* adalah jerawat yang disebabkan oleh kosmetik. Pomade kita masukan dalam kosmetik karena dia untuk memperindah sesuatu yang sudah ada. Karena dia sifatnya minyak padat, maka tidak mudah dihapus oleh air. Anda boleh coba, itu lengket sekali. Akibatnya apa? Oklusif. Oklusif itu menutup pori-pori, itu betul, menyumbat pori-pori, karena tidak mudah dibersihkan oleh air. Beda dengan krim, yang warnanya putih susu, atau yang lebih mudah *body lotion*. *Body lotion* itu 2 jam juga sudah bersih dari kulit kita, hilang, larut dalam keringat, mudah terhapus. Tapi kalo pomade, menucucinya juga susah. Ketika dia menutup pori-pori, padahal pori-pori itu kan tempat keluar keringat, tempat keluar minyak kulit, akan menyebabkan tersumbat, padahal kan ini tetap produksi di dalamnya. Kalo ada

rambut, Anda bisa melihat struktur rambut, di struktur rambut itu ada kelenjar sebacea. Bila kelenjar ini tersumbat, padahal kan dia tetap produksi di dalam kulit.

Apa ini menutup di kelenjar sebacea? Tidak, hanya menutup di permukaan, seperti got tersumbat saja. Mau keluar tidak bisa, jadinya menggelembung, gelembung yang semakin membesar, lama-lama akan menjadi gumpalan. Ada kelenjar lain dalam kulit, yaitu, kelenjar keringat, tapi yang ini bentuknya encer, kalau tersumbat ya sama aja. Jadi, di kelenjar keringat bentuknya seperti biang keringat. Kalau di kelenjar sebacea, bentuknya bukan hanya biang keringat, karena ini tempat rambut keluar mengandung minyak, jadi minyak yang keluar lebih kental. Yang lebih kental ini tersumbat, padahal di permukaan kulit itu banyak bakteri. Campuran antara kulit yang kotor dan tebalnya pomade ini tadi, menyebabkan kulit jadi tidak bisa bersih, jadi tempat bertumbuhnya bakteri, jadi infeksi, jadi jerawat. Jerawat itu beda dengan jerawat asli, jerawat remaja. Pada kondisi akibat *acne cosmetic*, karena menyerupai *acne*, prosesnya, tapi bukan *acne*. Karena kalau memakai pomade terjadi sumbatan, bila pemakaian di stop, ya akan sembuh. Jadi namanya penyumbatan pada pori-pori kulit. Jadi, *acne* itu tidak selalu tumbuh di dekat lokasi yang kita minyaki, bisa juga di sekitar dahi, jambang, di leher, karena kita mungkin mengoleskannya agak tidak rapi.

Bila kita memakainya tidak sampai kulit kepala, hanya di batang rambut saja, apa tidak bermasalah?

Bisa iya bisa tidak. Karena kalau terkena panas, dia akan meleleh ke tempat lain di sekitarnya juga.

Apakah jerawat pomade hanya terjadi pada anak muda saja, apakah bila orang tua yang memakai pomade, apa juga bisa terkena jerawat pomade?

Bisa, justru sekarang, kalau kita melihat, orang seharusnya umur 20an sudah tidak jerawat, tapi ini umurnya sudah 35 tapi tiba-tiba muncul jerawat. Lalu kita tanya, apa perubahan yang terjadi belakangan ini? Oh, kebetulan dia menjadi artis, dan rambutnya harus di tata macam-macam, baru muncul reaksinya. Jadi kita selalu curiga ini ada *acne cosmetic* pasti.

Apa beda petroleum dan petrolatum?

Sama saja. Itu asalnya dari minyak bumi. Diambil dari fosil, bahan kimia. Apa aman di pakai di rambut? Segi keamanannya, aman sih pasti aman, kalau tidak, tidak akan diproduksi. Nama dagangnya itu antara lain vaseline. Kalau Anda ketemu vaseline, sebenarnya bahan dasarnya itu petrolatum. Petrolatum jelly, jelly itu bentuknya ointment, itu karena kemasannya padat. Kalau krim, kemasannya seperti putih susu, mudah dihilangkan. Lotion itu *cream* yang lebih encer lagi. Jadi itu sediaan-sediaan farmasi. Di dalam dunia kedokteran, sediaan farmasi itu

penting, jadi kalau untuk rambut tidak boleh dalam bentuk yang lengket begini, karena sukar sekali dihapus, menyumbat permukaan kulit yang ada rambutnya, menyebabkan *pomade acne*. Sehingga kalau untuk rambut mesti diberi yang berbentuk krim atau *lotion*, supaya dia bisa meresap langsung, atau dalam bentuk *cream*, karena mudah dicuci. Jadi sediaan bahan kosmetik atau obat, bergantung letaknya di mana. Untuk daerah yang berambut tidak boleh diberikan dalam bentuk padat begini karena memberikan efek sampung.

Jadi apakah pomade tidak baik untuk kesehatan?

Tidak baiknya mestinya disesuaikan dengan kebutuhan. Kebutuhan sesaat, karena pada saat itu rambutnya harus ditata seperti itu, apa boleh buat. Tapi kalau dipakai sehari-hari, menjadi salah, karena tidak sesuai dengan indikasinya.

Apa yang menyebabkan seseorang mengalami iritasi pada kulit kepala dan rambut? Apa saja bentuk iritasi?

Iritasi itu ketika hampir semua orang mengalami hal yang sama kalau menggunakan bahan itu, tentu ada beberapa yang tidak terlalu sensitif. Misal, kita pakaikan suatu benda pada 10 orang, kejadiannya sama, tapi derajat beratnya beda-beda. Misalnya kita mengoleskan pomade di pipi, beberapa hari kemudian jadi jerawat, ada orang yang jerawatnya 10, ada yang dua, ada yang satu, ada lagi yang belum sampai jerawat, tapi kulitnya sudah merah. Nah itu iritasi, sampai diderita oleh semua orang.

Jadi bentuk iritasi di kulit kepala itu apa cuma sumbatan atau ada yang lain juga?

Semua sumbatan terjadi. Tapi apakah sumbatan tadi menimbulkan jerawat yang besar-besar, jumlahnya 10 biji, atau pada orang yang sehari-hari suka mengelap keringat di wajah, maka konsentrasi ketebalan sumbatan di wajah tidak terlalu banyak. Jadi jerawat yang muncul di orang tersebut hanya sedikit. Jadi derajat beratnya berbeda-beda.

Dalam survei kuesioner, responden mengatakan, dengan menggunakan pomade, ada yang rambutnya patah-patah, rambutnya kering, dan ada yang warna rambut jadi memudar. Apa sebabnya?

Kalau warna rambut memudar, padahal memakai pengilap, mungkin ada faktor lain disitu, karena tujuan pomade kan tidak untuk memudarkan, justru mengkilatkan, sehingga bila ada seseorang yang mengatakan memudar, maka perlu ditanya, apakah dia menggunakan barang lain, selain pomade untuk rambutnya, atau bagaimana cara dia menggunakannya. Kalau rambutnya yang kering, seharusnya tidak, karena dia berminyak kan? Untuk mengetahui sebabnya,

maka perlu ditanya lagi kepada yang bersangkutan. Bisa saja karena pomade lengket, dia menggunakan sampo yang keras, sampo yang ada anti septiknya, atau dia menggunakan pengering rambut.

Apakah dengan mengganti petrolatum dengan minyak zaitun, minyak *canola*, dan minyak kelapa dapat membuat pomade menjadi produk rambut yang lebih baik? Atau semua minyak sama saja tetap dapat menyumbat pori-pori kulit?

Kalau dibuat dari bahan minyak sih, mestinya iya, lebih baik. Tapi jangan lupa ini kemasannya sama persis antara pomade petrol dan *non-petrol*. Dia memadatkan bahan menjadi pomade dengan apa? Kepadatannya sama persis dengan pomade *petrol based*. Yang menyebabkan reaksi itu justru karena padat, lengket, dan tidak mudah dibersihkan. Sekarang tergantung bahan dasarnya, mau ini minyak kelapa atau apa, kalau dibentuknya padat ya sama saja.

Berarti pomade non petrol tetap bisa menyumbat pori-pori kulit?

Bisa

Apa saja manfaat dari minyak zaitun, minyak *canola*, dan minyak kelapa? Apa benar minyak kelapa dapat mempercepat penumbuhan rambut? Apa dengan bentuk yang pada begini, kandungan minyak jadi tidak ada manfaat atau tidak keluar?

Tujuannya apa? Ini kan tujuannya hanya mengilapkan saja, jadi fungsi dari kandungan minyak di dalamnya ya hanya mengilapkan, itu saja. Apakah itu membantu menumbuhkan rambut, mungkin saja. Karena penelitian herbal itu tidak terlalu berkembang, tidak bisa dihitung. Jadi secara empiris, orang-orang zaman dahulu menggunakan minyak rambut itu sebetulnya hanya untuk menyuburkan. Tidak dihitung berapa jumlah rambut baru yang keluar. Kan kita tidak pernah tahu.

Apabila pomade organik juga menggunakan pewangi buatan, apakah hal tersebut menjadikan pomade itu bukan 100% pomade organik?

Iya

Apakah yang menyebabkan muncul atau terciptanya suatu produk organik? Apakah hal tersebut merupakan suatu ketidakpuasan dari produk yang sebelumnya? Atau karena produk sebelumnya tidak baik bagi kesehatan karena mengandung bahan kimia?

Kalau kita melihat zaman dahulu, yang namanya tradisional, dibuat dari bahan organik. Sampai sekarang kita pakai kan? Contohnya minyak urang-aring, lidah

buaya. Hanya saat-saat sekarang menjadi tidak murni tradisional karena bisa dilolah pabrik. Jadi yang namanya organik semua benda-benda itu awalnya dari organik dahulu, lalu karena keterbatasan sumber, ketersediaan bahan. Maka diolah ke pabrik, dengan membuat produk yang menyerupai bahan atau dicampur.

Apakah penggunaan produk organik dapat mengurangi masalah rambut yang dialami?

Tidak juga. Kembali lagi, yang organik tidak menjamin tidak ada efek, tidak menjamin selalu ada, semua sama. Yang kimia juga tidak menjamin selalu ada efek. Tergantung cara pakainya, sensitif atau tidak kulit seseorang. Bahan organik tidak menjamin tidak ada efek samping karena penggunaannya bersifat individual, tergantung, berapa kerap, berapa lama, berapa konsentrasinya, pemurniannya, penyediannya, dan sebagainya.

Apa saja kelebihan dan kekurangan produk organik?

Sebetulnya kekurangannya hanya keterbatasan pada penyediaan bahan, sehingga lama-lama konsentrasi produk menjadi turun. Jadi tadi kembali lagi tadi ke urang-arang, diambil dari daunnya. Jadi kadang orang asal mencantumkan bahan kimia, tapi tulisannya urang-arang atau menyerupai urang aring yang dibuat sintetiknya. Karena keterbatasan bahan, sehingga mungkin konsentrasi minyak urang-arang itu bagus, kental, warnanya hijau, 80%. Ketka ada keterbatasan bahan, mungkin jadi dikurangi jadi 60% atau 50%. Tidak bisa dikuantifikasi, tidak ada angka pastinya berapa. Sedangkan kalau dibuat di pabrik, angkanya bisa tetap. Bisa diatur, bisa konstan. Pada yang organik, mungkin bisa berubah-ubah.

Apakah produk organik lebih cepat masa kadaluarsanya dibanding dengan produk yang tidak menggunakan bahan organik?

Betul. Cuma sekarang kalau itu diproduksi besar-besaran di pabrik, biasanya diberi bahan pengawet. Kalau mau yang asli organik, itu yang dibuat sendiri.

Bagaimana cara agar produk organik dapat bertahan lama? Apa ada pengawet versi organik?

Ya tidak bisa, kecuali pabrik, ya diberikan sesuatu. Ya jadi tidak muni lah.

Apa saja yang harus dilakukan untuk menjaga kesehatan kulit kepala dan rambut?

Yang pasti dia harus menjaga higienitas. Kalo tidak dibersihkan bakterinya banyak. Cuci rambut setiap hari lebih bagus, kalau orang kulitnya berminyak ya setiap hari saja.

Transkrip Wawancara dengan Pharm. Dr. Joshita Djajadisastra, M.S., Ph.D,
Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia dan Ketua Asosiasi Himpunan
Ilmuwan Kosmetika Indonesia (HIKI)

Hari/Tanggal : Jumat, 14 November 2014

Tempat : Ruang Dosen Fakultas Farmasi Universitas Indonesia

Apa yang Ibu ketahui tentang pomade sebagai produk rambut? Apa fungsinya?

Pomade itu hanya untuk alat perias saja, untuk membuat rambut rapi ketika disisir.

Apa itu sediaan farmasi? Apa saja bentuknya?

Ointment, lotion, krim, dan gel. Sediaan farmasi itu preparat. Sediaan itu artinya produk-produk farmasi yang mengandung obat. Kalau sediaan kosmetik itu produk-produk yang mengandung bahan-bahan untuk kosmetik. Tergantung untuk kosmetik perawatan atau kosmetik rias.

Bagaimana sebaiknya bentuk sediaan farmasi untuk produk perawatan rambut? Apa bentuk sediaan farmasinya tidak boleh yang padat?

Pomade petrol ini bentuknya setengah padat. Kalau untuk pomade *non-petrol* bentuknya terlalu padat. Pomade *non-petrol* isinya minyak semua. Pomade *non-petrol* seperti ini tidak akan ada yang mau pakai, karena terlalu padat, dan akhirnya di rambut walaupun sudah diratakan di tangan tidak bisa rata di rambut dan malah menggumpal. Produk dengan tekstur seperti pomade *non-petrol* ini akan memberikan hasil akhir rambut yang lengket. Agak susah dipakainya untuk pomade non petrol ini. produk pomade non petrol ini dilihat dari bahannya memang ditujukan untuk rambut yang kering.

Pada zaman dahulu pomade dibuat dari lemak beruang atau babi, tetapi sekarang menggunakan petrolatum dan lanolin. Apa kira-kira alasan pergantian tersebut?

Lanolin itu lemak bulu domba. Kalau babi, kita orang Indonesia tidak bisa pakai ya. Tapi kenapa diubah, karena mencari beruang itu sulit dan merupakan perilaku yang tidak menyayangi binatang. Hanya untuk urusan kecantikan kenapa harus

membunuh hewan yang sudah langka. Kalau untuk lemak bulu domba itu sebenarnya adalah limbah. Bulu domba itu gimbal, hal itu disebabkan karena di dalam bulunya banyak mengandung lemak. Kemudian lemak dalam bulu diekstraksi, diambil. Kalau lanolin itu sudah mengandung air sebanyak 30%. Itu disebut *Adeps Lanae*.

Apa saja kelebihan dan kekurangan petrolatum atau petroleum jelly baik secara umum maupun sebagai produk rambut?

Kelebihan: Dapat membuat rambut menjadi rapi lebih lama, tidak kusut, tidak bergerak, tidak berubah, karena angin atau apapun. Kekurangannya: lengket yang nantinya menghasilkan lelehan di berbagai tempat, seperti kerah baju menjadi kotor. Baunya juga kadang tidak enak kalau sudah terlalu lama di rambut. Rambut harus dicuci setiap hari, kalau tidak nanti sarung bantal menjadi kotor.

Apakah petroleum yang digunakan dalam produk pomade sama dengan petroleum minyak bumi untuk bahan bakar atau memang petroleum yang sudah disesuaikan untuk produk rambut?

Iya iya, tentu saja, karena ada *grade* untuk kosmetik dan ada *grade* untuk minyak bumi. Tetapi sumber pada awalnya memang sama, yaitu dari bumi.

Apa saja masalah pada kulit kepala dan rambut dari pemakaian pomade atau produk rambut lainnya?

Pada prinsipnya orang yang pakai pomade itu rambutnya akan rapi dan tidak berubah, tetapi akan mengundang debu, karena lengket. Rambut menjadi cepat kotor dan timbul ketombe. Sumbatan jerawat juga bisa, itu karena lemak. Nanti yang paling sering itu jerawat di punggung. Hal ini terjadi karena sisa lelehan dari pomade, karena kotor dan tidak segera cuci rambut. Ditambah lagi apabila kulit orang tersebut memang berbakat untuk berminyak. Dari dalam badannya sendiri mengeluarkan minyak, ditambah lelehan dari pomade di kepala, lalu ada kotoran, ya jadilah jerawat. Apalagi kita negara tropis.

Saya baca dalam buku *Acne for Dummies* (Goodheart, 2006) bahwa terdapat jerawat dengan jenis jerawat pomade. Hal ini disebabkan karena kandungan petrolatum yang ada dalam pomade dapat menyumbat pori-pori sehingga menyebabkan jerawat? Kenapa petrolatum bisa menyumbat, apa karena bentuknya yang minyak lengket?

Bentuknya minyak lengket. Jadi minyak itu sifatnya lemak, lengket di kulit, sudah begitu menyumbat di kulit dan pori-pori. Terjadi jerawat itu karena ada kotoran yang menempel di permukaan kelenjar lemak dan kelenjar keringat. Sebenarnya lemak dari dirinya sendiri juga keluar, lalu membungkus si kotoran menjadi

komedo yang hitam-hitam itu. Apabila sudah menyumbat, terjadi infeksi, bisa menimbulkan jerawat. Apabila sampai terjadi pertumbuhan mikrobiologis disitu, ada bakteri jerawat, maka akan terjadi inflamasi, yaitu peradangan, dan itulah yang disebut jerawat.

Apakah petrolatum atau petroleum jelly itu tidak tepat apabila dijadikan sebagai bahan utama dalam produk rambut karena lengket, seperti pada pomade?

Tidak juga. Itu soal pilihan. Untuk membuat rambut menjadi kaku dan tidak bergerak, ya memang harus yang setengah padat seperti pomade ini. Kalau menggunakan minyak yang cair, maka akan kurang menahan.

Apakah dengan mengganti petrolatum dengan minyak zaitun, minyak canola, atau minyak kelapa akan tetap dapat menyumbat pori-pori pada kulit atau tidak?

Sama saja, tetap bisa. Apalagi yang pomade *non-petrol*, mungkin yang menempel di rambut bukan berbentuk lapisan, melainkan berbentuk gumpalan.

Apa benar minyak *canola* bisa melembabkan rambut? Apa benar minyak kelapa dapat mempercepat penumbuhan rambut?

Pertumbuhan itu datangnya dari kulit kepala, sedangkan yang diminyaki adalah batang rambut, maka tidak secara otomatis bisa menimbulkan efek tersebut. Kalau untuk menumbuhkan rambut biasanya berbentuk lotion rambut.

Berarti manfaat dari bahan alami dalam pomade tersebut menjadi tidak keluar?

Iya. Untuk pomade *non-petrol*, bentuknya agak terlalu padat, bisa menimbulkan kaku, sakit, dan nanti ketika disisir hasilnya akan buruk. Kalau untuk pomade petrol masih lebih baik, karena ini kan minyak biasa, minyak-minyak yang lain. Petrolatum, lanolin, minyak kelapa, lidah buaya, dan pengharum. Ini mudah sekali dipakai.

Bagaimana cara terbaik untuk menghilangkan pomade yang mengandung petrolatum dari kepala? Apa dengan krim rambut?

Dengan *creambath*. Cuci rambut pakai krim, lalu di steam, kemudian dibilas dengan air hangat. Krim rambut dengan air akan bersatu, nanti minyak akan terbuang semua. Jadi si lemak minyak itu akan dilarutkan dalam krim rambut tadi, cuci dengan sabun dan kemudian hilang.

Berarti krim rambut dapat mengikat minyak?

Iya. Mengikat minyak, mengikat air juga.

Apabila pomade yang mengandung air, apakah dapat lebih mudah hilang dari kepala karena mudah larut dalam air?

Iya, jadi lebih mudah dicuci, dapat dibersihkan setiap hari. Yang paling mudah dicuci adalah pomade yang berupa emulsi, dispersi minyak dan air. Kalau yang pomade petrol, sulit kalau tidak pakai bantuan krim.

Berarti walaupun dia minyak non mineral, berarti juga cukup sulit untuk dibilas?

Iya.

Apa beda antara fragrance oil dan essence oil?

Essential oil itu minyak atsiri. *Fragrance* itu bisa dari bahan alkohol. Kalau *essential oil*, jelas dari bahan nabati, bahan alam. Kalo *fragrance* bisa sintesis atau buatan.

Apakah penggunaan produk pomade organik atau bahan alami dapat mengurangi masalah rambut yang dialami?

Tetap bisa saja ya. Masalahnya bukan datang dari mana, tetapi konsistensi kekentalan minyaknya itu yang kadang membuat dia itu jadi mengotori yang akhirnya menyumbat. Kalau jenis alam, bukan itu yang membedakan. Ada juga yang buatan alam, membuat jerawat, ada. Sebaliknya, ada juga yang buatan sintetis atau bahan apapun dan tidak menimbulkan apa-apa juga bisa.

Apa saja kelebihan dan kekurangan dari produk organik atau bahan alam?

Kalau kelebihan adalah karena tren dunia ya. Tetapi kadang kalau bahan bakunya sulit diperoleh, ya jadi mahal juga. Tidak menjadi lebih murah. Kalau minyak nabati mudah tengik ya, seperti minyak zaitun, minyak kelapa. Kenapa? Karena di dalam struktur molekulnya, banyak ikatan rangkap, sehingga dia mudah teroksidasi, jadi tengik.

Kekurangannya adalah bahan alami itu paling susah diformulasi untuk menjadi bahan krim, karena seringkali dia berubah warna. Misalkan dia mengandung anti oksidan. Antioksidan itu sifatnya bisa mencegah terjadinya oksidasi. Umpamanya kita menggunakan bahan-bahan kosmetik. Ini pomade ya? Pomade itu jarang. Pomade itu tidak ada yang lain, ya cuma minyak-minyak aja. Mau minyak organik dan minyak mineral. Kalau minyak yang petrolatum itu, minyak mineral, dia itu bukan lemak seperti halnya lemak dari bahan tanaman. Petrolatum itu lebih kuat dan stabil.

Tapi kalau dengan bentuk yang sudah padat begini, apa minyak nabati mudah tengik juga?

Tidak masalah, yang penting itu struktur kimianya, karena dia ada banyak mengandung ikatan rangkap. Jadi misalkan kamu punya minyak goreng, dalam kualiti, kemudian tidak ditutup, pernah untuk menggoreng juga, lama-kelamaan udara akan mengoksidasi juga, dan akan menjadi tengik. Tengik itu nanti menyebabkan radikal bebas, nanti bisa menimbulkan kanker dan sebagainya.

Apakah tidak semua yang organik itu tidak menjamin tidak menimbulkan efek samping, dan yang mengandung bahan kimia tidak menjamin selalu ada efek samping?

Iya betul, karena sifatnya individualistik.

Apabila pomade menggunakan bahan organik, tetapi juga menggunakan pewangi buatan, apakah hal tersebut menjadikan pomade itu tidak 100% organik? (Pomade *non-petrol*)

Iya. Bukan berasal dari minyak mineral. Kalo organik kan dari bahan herbal. Kalau petrol, berarti dari bahan mineral di dalam tanah.

Berikut adalah kandungan bahan dalam pomade *water based*, bukan pomade *petroleum*. Apa saja isi dari bahan-bahan ini?

Berbahan dasar air, maksudnya adalah bercampur dengan air. Bukan terdiri dari air, ini semua bahan yang ada di sini bercampur dengan air. Dari ketiga bahan pomade waterbased, semuanya bercampur dengan air. Lihat, karena ada Steareth, Caprillic / Capric / Palmitic, Sorbitan. Ini namanya adalah surfaktan. Surfaktan dapat mengemulsikan minyak dalam air atau air dalam minyak. Seperti lotion, seperti krim, itu semuanya. Lanolin ini adalah minyak, ada juga di dalam bahan. Jadi bahan dalam pomade waterbased ini bisa bercampur antara minyak dan air, menjadi suatu emulsi-emulsi, karena di sini ada fase minyak dan fase air, tetapi yang terpenting ini adalah emulsi. Ada beberapa bahan yang bekerja sebagai surfaktan. Bilang saja surfaktan atau emulgator, sehingga dia kelihatannya sebagai suatu sediaan yang homogen, padahal pomade waterbased ini adalah dispersi dari fase minyak dan fase air atau air dalam minyak. Jadi istilahnya terdispersi, bukan terlarut. Dispersi adalah satu tetes minyak, dispersikan menjadi globul yang kecil-kecil yang ukurannya nano atau mikro. Minyak yang terbagi-bagi kecil dan merata di seluruh sediaan. Seperti halnya minyak, kalau kamu kocok, akan terbagi menjadi bagian kecil, ketika dilepaskan akan kembali lagi. Nah dalam kasus pomade waterbased ini, maka minyak akan dilapisi oleh surfaktan sehingga setiap globul-globul minyak itu tidak menyatu lagi atau terpisah-pisah. Itulah yang menjadi emulsi yang stabil.

Transkrip Wawancara Alia Dewi, *Corporate Secretary* PT. Mandom Indonesia Tbk

Tanggal : 20 Oktober 2014

Tempat : Wawancara dilakukan melalui surat elektronik

Bagaimana sejarah dari produk Tancho?

Jadi Tancho itu nama perusahaan di Jepang. Tahun 1969 Tancho Corp dan local partner NV The City Factory mengadakan joint venture untuk membentuk PT Tancho Indonesia. Nah untuk Tancho Pomade sendiri sudah dari tahun 1933 ada di Jepang dengan bentuk Stick namanya Tancho Tique. Di tahun 1969 itu kita baru impor aja cuma kita lihat *demand*nya konsumen Indonesia sangat baik, tetapi kalo kita impor terus harganya kurang bersahabat. Akhirnya kita putuskan untuk produksi sendiri dan di tahun 1971. Kita mulai produksi dengan 2 produk, yaitu Tancho Tique dan Tancho Pomade. Ini supaya kita bisa memberikan produk kualitas Jepang dengan harga yang lebih terjangkau untuk konsumen Indonesia.

Merek Tancho sampai sekarang untuk kepemilikan masih dimiliki oleh *parent company* kita di Jepang. Nah di tahun 1971 Tancho Corp di Jepang berganti nama jadi Mandom Corp dan kita sendiri baru di tahun 2001 ganti nama jadi PT Mandom Indonesia Tbk. Jadi Tancho & Mandom itu satu ya. Bukan 2 perusahaan yang berbeda.

Bagaimana PT Mandom melihat tren pomade yang kembali muncul lagi di Indonesia?

Kami masih memproduksi Tancho hingga sekarang. Apalagi dengan tren *pompadour & rockabilly style* yang sekarang sedang naik daun. Konsumen banyak yang mencari *produk hair styling* tipe pomade. Kalau kamu *googling* Tancho Tique, banyak juga selebritis Hollywood yang pakai produk ini untuk rambut mereka.

Tentu kami menyadari karena tren pomade ini memang berkembang di kalangan anak muda, khususnya laki-laki. Sebelumnya kami sudah punya Pomade untuk Tancho & Gatsby, tetapi tahun ini kami luncurkan produk baru Pomade dari Gatsby. Gatsby lebih untuk pengguna usia muda, sementara Tancho lebih dewasa. Dari segi umur mungkin lebih dari 30 tahun, tapi untuk penggunaannya kembali lagi ke konsumen. Mereka bisa pakai yang mana saja yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Transkrip Wawancara Giovanni Widjaja, Ketua *Indonesian Pomade Enthusiast* (IPE) dan Pemilik Toko Pomade *Pomikado*

Tanggal : 22 Juni 2014

Tempat : West Mall Lantai 5, Grand Indonesia.

Apa itu pomade?

Pomade itu sebenarnya minyak rambut. Orang bilang sejarahnya dari bahasa Perancis. Pomade itu dulunya dari apel, wanginya apel-apel.

Apa beda pomade sama gel?

Kalo pencetus produk rambut itu sebenarnya pomade. Nenek moyang produk rambut dari sebelum adanya *hair spray*, sebelum ada *gel*, ya pomade.

Kapan pomade mulai terkenal lagi?

Mulai naik daun lagi tahun 2012. Karena dibarengi juga dengan Amerika sebagai negara adi kuasa, dia mulai menyebarkan *barber-barber*, produksi pomade juga mulai meningkat. Indonesia adalah negara latah, jadi kalo ada sesuatu yang baru, maka merasa harus mengikutinya juga. Jadi seakan-akan pomade menjadi suatu yang wajib untuk kita, dan orang mau pake dan coba terus.

Bagaimana pomade di masa lalu?

Zaman dahulu produk yang terkenal itu namanya Murray's Pomade. Namanya minyak rambut, fungsinya banyak sekali, bisa untuk melicinkan rambut, untuk daya tahan, bisa untuk apapun. Tapi dulu pomade pertama itu adalah Morgan's Pomade. Aslinya itu bukan untuk daya tahan, tetapi untuk menghitamkan rambut. Baru pada tahun 1925, Murray's pomade ini membuat pomade yang lebih mengutamakan daya tahannya, bukan untuk menghitamkan rambut. Untuk membuat rambut menjadi bertahan setelah disisir. Nah, jadi sampai sekarang pomade malah identik dengan daya tahan, bukan untuk menghitamkan rambut. Karena Murray's Pomade masih produksi sampai sekarang, dan pikiran orang tentang pomade ya seperti pomade Murray's yang untuk daya tahan. Jadi yang mulai mempolulerkan pomade itu ya merek Murray's Pomade itu.

Bagaimana perkembangan pomade dan gaya rambut pada publik figur di dunia (penyanyi, aktor, pemain bola)

Kalau pemain bola sih mungkin Cristiano Ronaldo, David Beckham pun pakai. Beckham bahkan disokong merek Hanz de Fuko. Pokonya kalau melihat ada yang klimis-klimis, lalu rambutnya disisir ke belakang, pasti langsung sudah menyimpulkan kalau dia pake pomade. Kalau Leonardo di Caprio tidak tahu juga pakai apa, tapi kemungkinan pakai pomade. Kalau Justin Timberlake itu pakai merek Murray's Pomade. Kalau buka di website Murray's Pomade, di sana ada foto Justin Timberlake.

Bagaimana perkembangan pomade dan gaya rambut pada publik figur di Indonesia (aktor, pemain bola)

Setahu Saya yang rutin pakai pomade itu Tora Sudiro, Jerinx, Danang pembawa acara "The Comment", Reza Bukan. Marlo Ernesto juga, Tara Budiman, Raffi Ahmad, semuanya juga pakai pomade. Itupun dari kita-kita juga membeli pomade-nya.

Ceritakan awal pengenalan Anda dengan pomade.

Kalo Saya sendiri awalnya hanya iseng dan coba-coba. Waktu itu tahun 2012, saat itu belum ada yang pakai, belum ada yang tahu. Saya beli Murray's Pomade harganya masih mahal. Setelah memakai pomade, rasanya enak dan sering dibawa ke kampus. Banyak teman yang penasaran dan mau pomade juga. Akhirnya Saya coba jualan satu, satu, lama-lama jadi jualan banyak.

Kapan Pomikado didirikan? Siapa saja pemiliknya? Produk apa saja yang dijual?

Pemilik saya sendiri, bulan Maret 2013. *Switch blade comb*, *KENT comb* dan pomade impor.

Apa alasan Anda tertarik dengan pomade? Dan berapa koleksi pomade Anda?

Saya suka hal klasik lebih tepatnya. Bukan hanya pomade, apa aja yang berbau *vintage*. Buku dari tahun 40an, 60an Saya juga koleksi. Kalau pomade pribadi, ada sekitar 30-40an. Kalau untuk dijual sudah ada ribuan. Sisir dari yang murah sampai yang mahal ada. Dari yang pisau lipat, yang biasa, yang dari gading, ada juga sisir Kent. Kent itu merek sisir dari tahun 1700 dari Inggris Saya juga sudah punya.

Ceritakan pendapat anda mengenai pomade lokal dan pomade luar negeri (kualitas, harga, prestise). Lebih pilih pomade impor atau lokal?

Iya bagus, orang Indonesia sekarang melihat kalau dahulu pomade impor itu cuma sekedar kebanggaan saat membeli, jadi sekarang mereka buat sendiri. Saya 100% pilih pomade impor. Kadang pembuat pomade lokal belum banyak melakukan riset, tapi sudah meluncurkan produk, Saya jadi tidak percaya. Selain itu Saya juga mengincar kaleng pomade produksi luar negeri.

Apakah pomade sudah menjadi tren di Indonesia untuk sekarang ini?

Iya betul. Pomade sudah jadi tren dari pertama masuk sampai sekarang, grafiknya juga selalu naik terus, belum pernah turun. Dibarengi dengan semakin banyak *barbershop* baru muncul.

Ceritakan awal terbentuknya IPE? Tahun?

IPE terbentuk saat bulan Juli tahun 2013. Jadi ada beberapa pomadeshop di Indonesia, ada Saya dari Pomikado, ada Martin dari Pompadous juga, ada perwakilan dari merek Layrite, perwakilan dari merek J.S Soalne, dan ada perwakilan dari Pomademanian. Kita musyawarah bersama. Akhirnya Saya dan yang lainnya sepakat untuk membuat komunitas yang dinamai Indonesian Pomade Enthusiast, disingkat IPE. Akhirnya langsung saat itu juga kita buat halaman di Facebook. Kita langsung mengundang semua yang hadir saat itu untuk masuk ke dalam Facebook IPE. Pada awalnya tidak ada yang *posting*, lama kelamaan jadi banyak dan ramai.

Adakah peran yang anda jalankan dalam IPE?

Iya, di IPE Saya jadi ketua, kalau untuk Facebook ya, admin lebih tepatnya.

Apakah anda sebagai admin grup IPE di Facebook berperan besar dan aktif dalam komunikasi di grup?

Saya setiap malam pasti memantau. Saya juga kadang ikut ngobrol sama yang suka *posting* di Facebook. Saya juga datang ke *gathering* buat meramaikan. Kalau ada unsur SARA yang masuk dalam grup IPE di Facebook, sudah pasti Saya hapus dan dia Saya keluarkan dari grup Facebook IPE.

Apakah Anda menilai bahwa merek Toar n Roby merupakan merek yang serius dalam membuat pomade?

Yap sangat serius. Saya mengikuti perkembangannya sejak dia masih di Singapura dan membuat *sample*.

Apakah Anda sudah mencoba pomade Toar n Roby? Bagaimana pendapat Anda mengenai pomade ini? Apakah sudah bisa disejajarkan dengan pomade produksi luar negeri?

Tentu bisa. Bisa dicek reviewnya di *page* JC Hillhouse. Ada kok review Toar n Roby pomade.

Kalau pomade non petrol merek Pompadog apa sudah cukup terkenal di kalangan pengguna pomade?

Ya cukup.

Selain tergabung di IPE, apa Anda juga ikut komunitas pomade lainnya? Apakah hanya ada di Facebook? Bagaimana keterbukaan komunitas?

Kalau di Indonesia sampai saat ini belum ada, walaupun ada itu bawaan dari kita. IPE itu puncaknya, tapi ada cabang-cabang sendiri, seperti ada IPE Bogor, IPE Depok, dan cabang lainnya. Ada juga grup tempat jual beli pomade, namanya “Jual-Beli *Trade Men’s Grooming Product*”. Semua berawal dari IPE asalnya. Kalau untuk luar negeri, Saya ikut Addicted to Pomade dan Everything Pomade. Kedua grup tersebut ada di Facebook, tetapi tertutup, harus disetujui pengelola baru bisa masuk.

Siapa saja pengelola komunitas Addicted to Pomade dan Everything Pomade? Apa mereka pembuat pomade juga? Kalau iya, merek apa?

Untuk *Addicted to Pomade* dulu ada Jim Bones, Kemudian dia mengajak JC Hillhouse dan David Whitey. Jim Bones saya kurang tahu. Tapi kalau JC ada *Sodapomp*, *Silver Dollar*, dan *Franken Grease*. Untuk *Everything Pomade* ada Randall bersama dengan Steve Lockhart dan Daimon Johnson. Randall Saya kurang tahu, kalau Steve buat pomade namanya *Lockhart* dan Daimon Johnson buat pomade namanya *The Daimon Johnson no1 and no2*.

Jadi ada berapa jenis pomade? Atau bagaimana pembagiannya? Mohon dijelaskan juga pengertian dari setiap jenisnya.

Kalau dijabarkan banyak. Sangat banyak. Pada dasarnya adalah pomade itu hanya ada *oilbased* dan *waterbased*, itu garis besarnya tapi semakin kesini ada saja tambahan-tambahannya.

Apakah mixed based, organik, non-petrol juga termasuk dalam jenis pomade? Mohon dijelaskan

Ya. Pomade *mixed based*: *mix oil* biasanya *beeswax* ke air. Pomade organik ya *non-petrol*. Pomade *non-petrol* ya tidak pakai petrolatum atau bahan yang didapat dari dalam bumi.

Transkrip Wawancara Martin, Pemilik Toko *Pomapadous Pomade*

Tanggal : 22 Juni 2014

Tempat : West Mall Lantai 5, Grand Indonesia.

Tren pomade ini mulai bangkit lagi dari kapan?

Mulai dari 2012. Tren pomade dari tahun 2012 udah mulai masuk. Saya mulai jual pomade dari Agustus 2012 sampai sekarang. Puncaknya itu 2013 kemarin saat lebaran.

Siapa tokoh yang mempopulerkan kembali pomade di luar negeri.

Beckham, kebanyakan itu sih pemain bola, kalo laki-laki kan idolanya pasti tidak akan jauh dari pemain bola dan anak band. Jarang ada anak lai-laki suka dengan penyanyi Justin Timberlake. Anak laki-laki ingin punya rambut yang sama dengan pemain bola idolanya, siapa tahu jadi mahir main sepak bola juga.

Siapa tokoh yang mempopulerkan kembali pomade di Indonesia.

Justru artis-artis sendiri masuknya terlambat (*late adopter*). Justru orang yang *early adopter* yang awal-awal pakai pomade itu yang aktif di forum, dan membawa tren *fashion* dari luar negeri, walaupun mereka tidak terlalu kelihatan ada. Semua *early adopter* tren itu awalnya muncul dari forum. Baru ketika orang sudah sadar akan hadirnya sebuah tren, baru banyak bermunculan penjual. Setelah ada yang berjualan, baru artis ikut pakai juga. Nah baru di luar *early adopter* atau yang dinamakan *late adopter* atau orang biasa, mereka baru sadar akan tren kalau artis sudah pakai tren itu juga.

Tren pomade datang dari mana? Amerika atau dari mana?

Kalau di luar negeri mungkin trennya tidak seperti di Indonesia, kalau di luar negeri memang selalu ada yang namanya *barbershop*. Jadi antara pomade dan *barbershop* itu berkesinambungan, mutualisme. *Barbershop* berkembang, pomade berkembang. Kenapa Saya yakin pomade bisa berkembang, karena orang yang membuat *barbershop* modalnya pasti besar, mereka butuh untuk balik modal minimal satu tahun. Pomade itu sangat membantu bisnis mereka. Dari segi ekonomis iya, dari segi model rambut iya. Kenapa *barbershop* bisa laris sekarang? Karena ada model rambut *undercut*, model ini hanya memotong rambut di atas

telinga dan itu juga hanya sedikit yang dipotongnya. Nah kalau sudah pilih model rambut *undercut*, setiap satu bulan sekali harus potong rambut terus untuk menjaga bentuk rambut, karena cepet sekali tumbuh lagi rambutnya. Dan kalau sudah tumbuh 2 cm, itu sudah tidak bagus kelihatannya. Itulah alasan kenapa barbershop selalu laris. Kalau sudah potong rambut model seperti itu, laki-laki akan sangat butuh yang namanya pomade. Bisa tanya ke orang yang pakai model *undercut*, kalau mereka tidak pakai pomade, pasti mereka tidak percaya diri.

Ceritakan awal perkenalan anda dengan IPE?

Saya dari segi bisnis sih waktu itu awalnya. Saya mengumpulkan beberapa *pomade shop*, Giovanni dan Indra dari Pomikado, Eldrian dari Layrite. Sekitar ada 15 orang, termasuk pelanggan yang setia juga kami undang. Terus Saya bilang, kalo kita tidak punya satu komunitas, tren pomade akan mati. Coba lihat tren *hand sanitizer*. Itu sebenarnya penjualannya bagus, tapi tidak ada yang menjadikan *hand sanitizer* itu sebagai identitas. Kenapa tren *hand sanitizer* itu mati? Ya karena mereka tidak punya komunitas. Kalaupun mereka punya koleksi, tapi mereka tidak punya komunitas untuk berbagi cerita. Kalau mau bertahan, ya buat komunitas, sebagai wadah untuk menunjukkan bahwa pomade itu bukan sekedar barang yang habis dipakai, tetapi ada kebanggaan dalam memakai pomade. Jadi ada tempat untuk membanggakan koleksi pomade milik kita ke orang lain. Dari segi bisnis Saya lihat, memang butuh wadah seperti itu. Mungkin kalau Saya tidak membuat IPE, pomade tidak akan bertahan sampai sekarang. Saya membuat IPE agar eksklusif, biar orang merasa kalau pomade itu koleksi yang keren.

Adakah peran yang anda jalankan dalam IPE, baik itu ketua atau anggota?

Saya di IPE lebih ke “*the man behind the scene*” saja. Saya memilih Giovanni Widjaja menjadi ketua, karena Saya sudah kenal Giovanni seperti apa orangnya. Awalnya *pomade shop* itu justru menarik diri dari IPE. IPE selama beberapa bulan awal itu kosong, tidak ada yang *posting* di Facebook, karena bingung mau *posting* isinya pedagang semua. Saya memilih Giovanni karena dia aktif berorganisasi orangnya. Akhirnya Saya mulai invite beberapa orang yang memang suka *posting*, dan tidak tahu bagaimana, tiba-tiba beberapa bulan kemudian, notifikasi dari IPE ini semakin banyak. Bahkan sampai Jerinx drummer band Superman Is Dead juga ikut masuk grup IPE. Forum itu akan hidup ketika ada pro dan kontra. Ketika hanya berisi yang pro saja, ya begitu saja. Banyak orang keluar masuk grup, silakan saja, yang penting grup IPE tetap ramai.

Apa Anda senang melihat antusias anggota di IPE?

Dibilang senang sih senang. Sebenarnya agak geser sih fungsi IPE yang Saya harapkan. Dari yang tadinya ingin mendongkrak penjualan Saya, ternyata tidak. Ternyata sekarang yang hidup adalah pomade-pomade lokal. Pomade lokal itu

justru berkembang di IPE. Awalnya cuma satu merek, tiba-tiba besok ada merek lain. Hampir setiap bulan pasti ada pomade lokal merek baru.

Lebih pilih mana, pomade lokal atau pomade impor?

Saya berharap ada pomade lokal yang punya kualitas bagus. Jadi si pomade lokal ini yang bisa merepresentasikan pomade di mata dunia. Dengan harga murah, tapi kualitas internasional. Kalau ada pomade lokal yang kualitasnya bagus, Saya pasti lebih memilih pomade lokal. Selama itu belum ada, Saya masih pilih pomade impor. Pomade impor mereknya jelas, kualitas jelas, dan produknya jelas.

Apa Anda sudah pernah coba pakai pomade lokal?

Dulu pernah make pomade lokal pertama punya Ivan Toar. Dia yang dari awalnya hanya antusias pada pomade, sering cerita, dan menulis *blog*. Dari pomade angkatan pertama, contohnya sudah dikirim ke Saya, kemudian Saya beri komentar dan umpan balik.



Transkrip Wawancara Ivan Toar, Penulis *Blog* tentang Pomade dan Pemilik *Toar n Roby's Pomade*

Tanggal : 12 Oktober 2014

Tempat : Wawancara dilakukan melalui surat elektronik

Apa keunggulan dan keistimewaan pomade yang Anda rasakan ketika menggunakan pomade?

Dapat mengatur rambut yang sukar diatur/tidak bisa diatur menggunakan produk penata rambut lain. Daya kekuatan yang baik dan tahan lama (terutama dari air), serta memberikan kilau pada rambut.

Apakah arti pomade bagi Anda? Seberapa penting keberadaan pomade bagi Anda?

Saya menganggap pomade sebagai produk penata rambut yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Pomade sangat penting bagi saya terutama saat Saya akan meninggalkan rumah dan pergi ke tempat umum.

Kenapa Anda memilih untuk menggunakan pomade dan bukan produk lainnya (seperti *hair gel*, *hair wax*, atau *hair spray*)?

Karena jenis rambut dan model rambut Saya sangat sukar untuk diatur dengan produk selain pomade. Produk selain pomade tidak memiliki daya tahan yang cukup lama untuk keperluan Saya dan Saya sangat menyukai kilau yang diberikan oleh pomade.

Apakah Anda lebih sering menggunakan pomade lokal, luar negeri, atau pomade merek sendiri serta apa alasannya?

Luar negeri dan merek sendiri. Saya menyukai desain pomade luar negeri, serta wangi dari pomade pomade luar negeri dan pomade saya sendiri. Secara kualitas produk, produk impor biasanya juga lebih memuaskan.

Berdasarkan pengalaman Anda dalam mengulas pomade produksi lokal, apakah produsen lokal memproduksi pomade secara serius atau hanya sekedar coba-coba?

Banyak pembuat pomade yang serius dalam menciptakan produknya, tanpa dipungkiri tidak mungkin semua hanya ikut-ikutan. Yang biasanya Saya ulas ke *blog* Saya adalah yang kualitasnya menurut Saya meyakinkan.

Apa indikatornya menurut Anda dengan mengatakan bahwa produsen pomade lokal lain hanya mengikuti tren saja?

Dari segi desain ada yang menjiplak pomade impor, terkadang samar-samar, terkadang sangat jelas. Merek tersebut Saya tidak hafal, jadi Saya tidak bisa sebutkan. Ada yang hasil jadi produk seperti produk tidak layak rilis, pengaplikasian sangat sulit, diratakan sangat susah dan masih menggumpal di sana sini. Saya pernah dapat pomade dengan wangi seperti plastik terbakar (Saya tidak akan sebutkan merek apa). Ada yang sepertinya belum mengerti pomade, tidak menggunakan pomade, namun ingin ikut membuat dengan alasan mau keuntungan saja.

Apakah Anda menganggap banyaknya produsen pomade lokal yang bermunculan sebagai pesaing usaha Anda atau merupakan suatu kemajuan pomade di Indonesia karena banyak yang menjadi produsen juga?

Keduanya. Sebagai produsen otomatis sebuah merek baru adalah pesaing, sedangkan juga bisa berarti pomade sedang maju di Indonesia, sehingga mendapat perhatian khusus oleh para pebisnis baru.

Sejak kapan dan apa alasan Anda memutuskan untuk menjadi produsen pomade?

Sejak Juli 2013, karena sudah terbiasa menggunakan pomade impor, sedangkan sekembalinya ke Indonesia pomade impor lebih mahal dan masih susah didapatkan. Awalnya Saya membuat pomade hanya untuk digunakan pribadi dan di “pamerkan” ke *blog*, namun lambat laun pembaca menginginkan pomade Saya untuk dijual, sehingga Saya memutuskan untuk memproduksi dalam jumlah lebih banyak.

Apakah visi, misi, serta harapan dari diproduksinya pomade Anda ini?

Dapat memuaskan keinginan para pemakai pomade untuk mendapatkan produk yang setara dengan pomade Amerika namun dengan harga terjangkau. Menjadi salah satu produsen pomade dan produk penata rambut/kosmetik lokal yang setara dengan kualitas internasional yang tetap terjangkau kalangan lokal dan dunia.

Mengapa Anda memilih untuk memproduksi pomade petrol dan bukan pomade jenis lain?

Karena suka dengan karakternya dan merupakan hobi serta lebih mudah untuk dikerjakan.

Apakah kualitas pomade produksi Anda sudah dapat disejajarkan dengan pomade dari luar negeri? Kalau belum, apa yang masih kurang dan perlu diperbaiki?

Dari segi produk dan kualitas ya. Hanya perlu perbaikan kemasan agar nampak lebih menarik.

Indikator apa yang membuat Anda mengatakan bahwa secara kualitas dapat disejajarkan dengan pomade luar negeri? Apa dari bahan baku atau apa?

Dari karakteristik produk, dari bahan baku kurang lebih sama dengan produk impor. Produk saya juga sudah pernah dikirimkan ke Amerika dan sejauh ini responsnya semua positif, bahkan ada yang menjadikan top 10 pomade favorit untuk varian The Original.

Sebutkan dan jelaskan jenis-jenis serta nama dari produk pomade Anda

Toar and Roby's Executive Slick – Pomade lembut yang memiliki daya set yang lembut (pertengahan antara light hold dan medium hold) yang memberikan kilau yang tinggi.

Toar and Roby's The Original – Pomade yang cukup padat dan memiliki daya set yang sedang yang memberikan keseimbangan antara kilau dan daya set.

Toar and Roby's Heavy Duty – Pomade padat yang memiliki daya set yang tinggi namun tidak memberikan kilau tinggi apabila dibandingkan dengan kedua varian yang lain.

Kalau Anda tidak keberatan, apakah Saya boleh tahu berapa permintaan pembelian yang Anda terima atau indikator lain yang bisa menguatkan bahwa pada september 2014 adalah puncaknya?

Permintaan pembelian di bulan September 2014 adalah yang tertinggi, yaitu sekitar 1500 kaleng/tube. Selain itu ada catatan pembukuan dari penjualan dari bulan ke bulan.

Berapa jumlah keseluruhan pomade yang sudah Anda jual hingga saat ini?

Lebih dari 10.000 kaleng & pot plastik.

Apakah kelebihan pomade *petrol-based* produksi Anda bila dibandingkan dengan produk pomade *petrol-based* merek lainnya (baik dengan produk pomade lokal maupun produk pomade dari luar negeri)?

Mudah digunakan tetapi masih memiliki daya ketahanan yang kuat. Seimbang antara kemudahan penggunaan dan daya ketahanan. Tanpa bahan pewarna

Apakah kelebihan pomade *petrol-based* bila dibandingkan dengan pomade *non-petrol* atau pomade organik?

Kelebihannya adalah daya ketahanan yang biasanya lebih kuat, pengaplikasian secara keseluruhan lebih mudah karena adanya petrolatum, daya tahan lebih bagus (susah dihilangkan), lebih ekonomis karena keesokan harinya atau setelah keramas masih ada sisa pomade di rambut.

Perbedaan apa yang Anda rasakan ketika menggunakan pomade petrol dengan pada saat menggunakan pomade organik atau pomade *non-petrol*?

Pomade *non-petrol* biasanya teksturnya kurang memuaskan dan performanya kurang. Umumnya sekali keramas, pomade sudah bersih total dari rambut. Terkadang daya tahan pomade *non-petrol* juga melemah saat terkena panas atau setelah beraktivitas. Pomade *non-petrol* dengan daya tahan yang kuat, bila tidak diracik dengan baik, teksturnya akan sangat keras, kering dan susah digunakan (seperti lilin), sedangkan daya ketahanan tetap tidak sebaik pomade petrol. Sekali keramas bersih, artinya harus menggunakan produk dalam jumlah yang banyak setiap pemakaian. Merepotkan saat setelah keramas karena rambut tidak ada sisa pomade (turun-turun dan tidak rapi).

Apa saja merek pomade organik di luar negeri dan di Indonesia?

Organik di Indonesia Slick Boy Deluxe. Luar negeri: John masters, Badger and Brush. Sisanya kurang yakin.

Apa saja merek pomade *non-petrol* di luar negeri dan di Indonesia?

Non-petrol luar negeri: Spiffy Men Stuff, Bees knees pomade, O'douds natural, dan Doc Elliot. *Non-petrol* Indonesia: Pompadog

Pernahkah Anda mengalami masalah rambut ketika menggunakan pomade petrol-based? Bila pernah, tolong jelaskan pengalaman Anda.

Tidak pernah, tetapi setahu Saya ada yang mengalami jerawat, rambut memerah, serta iritasi pada kulit kepala.

Apakah Anda mengingat rincian sudah berapa review untuk pomade petrol, waterbased, mixed based, organik, atau non petrol yg sudah Anda review?

Total 72 pomade. Pomade luar negeri semua Saya beli sendiri, pomade lokal biasanya diberikan oleh pemilik usahanya, ada yang tukar dengan pomade merek

sendiri. Pomade petrol: 59, pomade *water based*: 2, pomade *non-petrol*: 9, pomade organik: 2.

Berapa jumlah koleksi pomade yang Anda miliki hingga sekarang? Lebih banyak pomade impor atau pomade lokal?

Sekitar 90an pcs. Lebih banyak pomade impor.

Sejak tahun berapa Anda mulai menulis review pomade di blog Anda? Apa alasan Anda mereview pomade dan menuliskannya di blog?

Mei 2013. Hanya untuk mengisi waktu luang dan hobi.

Selain tergabung di IPE, apa Anda juga ikut komunitas pomade lainnya? Apakah hanya ada di Facebook? Bagaimana keterbukaan komunitas?

Ya, ikut Addicted to Pomade dan Everything Pomade. Keduanya ada di Facebook, harus disetujui pengelola baru bisa masuk.

Berapa perkiraan jumlah anggota Addicted to Pomade dan Everything Pomade?

Addicted to Pomade: 2900 orang, Everything Pomade: 1200 orang.

Siapa saja pengelola komunitas Addicted to Pomade dan Everything Pomade?

Addicted to Pomade: J.C. Hillhouse (Amerika) dan Jim Bones Johnson (Kanada).
Everything Pomade: Steve Lockhart (Amerika) Randall Gene Perez (Amerika)

Transkrip Wawancara Bintang Putra Binawan, Pemilik dari *Pompadog Pomade*

Tanggal : 8 Oktober 2014

Tempat : Wawancara dilakukan melalui surat elektronik

Kapan tepatnya Pompadog Pomade didirikan dan siapa pendirinya?

22 Februari 2014, Saya sendiri pemiliknya.

Apakah alasan kenapa Anda serius di bidang produksi pomade ini? Kenapa Anda memilih memproduksi pomade *non-petrol*?

Kalau dikatakan serius, Saya tidak menjadikan produksi pomade sebagai profesi utama Saya, hanya memulai secara iseng pada Februari lalu memproduksi pomade tanpa petroleum yang waktu itu bisa dibilang masih jarang di Indonesia, karena setelah dijalani ternyata cukup menguntungkan maka sampai sekarang terus ditekuni.

Ceritakan sejarah kemunculan pomade organik/pomade *non-petrol* baik dari luar negeri (jika ada) hingga masuk ke Indonesia

Setahu saya, pomade *non-petrol* dari luar yang terkenal adalah American pomade, tapi ketika saya dulu membuat Pompadog, pomade *non-petrol* yang terkenal di Indonesia hanya satu yaitu Slickboy yang dibuat oleh Jerinx - Drummer Superman Is Dead

Apa dengan melihat kesuksesan Jerinx dalam membuat pomade, bisa dikatakan bahwa Anda ikut-ikutan tren dalam membuat pomade *non-petrol*? Atau alasan apa yang memicu sampai Anda terpikir untuk membuat pomade *non-petrol*?

Tidak, saya dari jauh jauh hari sebelum Pompadog lahir memang sudah membuat pomade namun hanya digunakan untuk pribadi dan teman teman dekat (tidak komersil), karena untuk pribadi maka Saya tidak mau mengambil resiko dengan menambahkan petrol untuk pomade sehari-hari Saya. Hanya karena dorongan teman "kenapa tidak dijual saja?". Terpikirlah untuk membuat brand, dan pada saat itu, pomade yang Saya sebut diatas harganya cukup tinggi (lebih dari Rp 100.000), sedangkan Pompadog pada saat awal Saya jual hanya 35 ribu saja, sehingga banyak yang tertarik.

Apa hal yang unik dan menarik dari pomade bila dibandingkan dengan produk rambut yang lain?

Pomade lebih tahan lama daripada produk yang berbahan dasar air. Bisa menahan rambut seharian meski terkena keringat dan air.

Apa Anda pernah menggunakan produk rambut lain seperti gel, wax, atau hair spray? Bagaimana pendapat Anda terhadap tiga produk tersebut?

Pernah, semua ketahuannya tidak ada yang mengalahkan pomade, terlihat dari bahan dasar ketiga itu berbahan dasar air, sedangkan pomade minyak, pomade *water based* pun ketahanannya tidak akan mengalahkan *oil based*.

Apakah menurut Anda pomade di tahun 2014 masih menjadi sebuah tren?

Tahun ini merupakan tahun paling banyak pengguna pomade.

Pernahkah Anda mengalami masalah rambut ketika menggunakan pomade petrol-based? Bila pernah, tolong jelaskan pengalaman Anda.

Masalah kesehatan belum pernah karena saya hanya sekali dua kali dalam sebulan menggunakan pomade berbahan minyak bumi, hanya menurut pengalaman pomade dengan bahan minyak bumi lebih susah dihilangkan dari rambut.

Apakah Anda mengetahui adanya komunitas *Indonesian Pomade Enthusiast* (IPE)? Apakah Anda turut bergabung di dalamnya baik secara pribadi atau sebagai Pompadog Pomade?

Tahu, itu tempat saya promosi pertama kali.

Bagaimana pendapat Anda mengenai adanya komunitas IPE tersebut?

Positif dan negatif, positifnya banyak informasi mengenai pomade di sana. Negatifnya banyak pihak-pihak tidak bertanggung jawab yang berbicara tanpa ilmu sehingga banyak pihak yang terhasut dan salah paham. Ada sekelompok orang yang juga merupakan brewer pomade lain yang sering menjelekan Pompadog dengan berbagai cara, namun Alhamdulillah karena banyak yang membicarakan, malah bisa membuat Pompadog terkenal. Terbukti dengan penjualan Pompadog makin meningkat bulan ke bulan, sekarang per bulan penjualan sekitar 3000 pcs.

Saat awal pompadog keluar, slogan kami adalah "*Rambut Anda bukan motor, masa pake petrol?*". Slogan itu juga yang sempat fenomenal di IPE, dan membuat kita sangat sangat terkenal dan terus jadi pembicaraan di IPE di bulan Februari hingga Maret.

Apa saja bahan dari pomade petrol-based yang tidak Anda gunakan DAN bahan apa saja yang Anda gunakan dalam memproduksi pomade non petrol ini?

Petroleum jelly, vaseline, dan parafin tidak digunakan. Sebagai pengganti, digunakan minyak kelapa hijau (bukan sawit) yang memiliki wujud hampir sama (seperti lemak), *canola oil*, dan *olive oil*.

Apakah Pompadog menggunakan pewangi buatan dalam pembuatan pomade? Apakah hal tersebut membuat pomade Anda menjadi tidak 100% organik?

Ya, maka dari itu, sejak Mei 2014, Saya tidak menyebutkan pomade saya organik, melainkan Pompadog – Pomade *non-petrol*.

Apa alasan Anda menggunakan pewangi buatan? Apakah ada hubungannya dengan target pasar Anda?

Untuk menggaet pasar, karena *fragrance oil* lebih murah dan tahan lama dibanding *essence oil*.

Apakah kelebihan pomade *non-petrol* bila dibandingkan dengan pomade *petrol-based*?

Lebih mudah dihilangkan saat keramas. Selain itu bahan yang digunakan cenderung aman dan bisa diurai, sehingga menurunkan resiko menyumbat pori kulit kepala.

Apakah kelebihan pomade *non-petrol* produksi Pompadog Pomade bila dibandingkan dengan produk pomade *non-petrol* merek lainnya?

Nama sudah lebih dulu dikenal. Walaupun baru memulai di tahun 2014, namun penjualan kini sudah lebih dari 17.000 pcs. Februari itu pomade yang terkenal hanya sedikit, dan hampir semua petrol based. Coba lihat sekarang, setiap minggu ada saja brand baru bermunculan, pasti orang-orang lebih memilih Pompadog Pomade yang jelas banyak ulasannya, daripada membeli brand baru yang tidak tahu asal usulnya.

Sebutkan dan jelaskan jenis-jenis serta nama dari produk milik Pompadog Pomade.

Slickydog, medium hold - untuk orang berambut lurus dan gaya rambut klimis berkilau.

Heavydog, strong hold - untuk orang berambut ikal dan gaya rambut pompadour.

Transkrip Wawancara Eno Bening Swara, Pemilik Saluran *Clean Sound Studio*

Tanggal : 30 Juni 2014

Tempat : Taman di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia

Apa kesibukan Anda sekarang?

Sekarang jadi pembicara untuk Indosat, kemarin keliling Indonesia mengajar cara buat *vlog*. Main ke Google Indonesia juga, bertemu dengan YouTubers lainnya. Posisinya sekarang sudah seperti YouTube *Consultant* karena Saya sudah *Youtube Certified* langsung dari YouTube-nya. Ada tesnya untuk dapat *Youtube Certified*.

Sekarang di saluran *Clean Sound Studio* ada banyak video dari beberapa pembuat *web series*, apa itu berarti *Clean Sound Studio* sudah menjadi MCN (*Multi Channel Network*)?

Iya, MCN itu kan seperti satu saluran yang mengelola banyak video di dalamnya, satu saluran banyak acara. Sebenarnya banyak yang mau masuk dan mengisi video di *Clean Sound Studio*. Manajemen *channel*. Mereka juga banyak yang mau videonya di Youtube dikelola oleh Saya, tetapi daripada Saya pegang banyak *password*, lebih baik semua video dari setiap pemilik, Saya satukan ke dalam saluran *Clean Sound Studio* saja. Ada Jepang Aneh, Misteri Malam, 7 Hal Aneh, dan Remedial.

Keuntungannya apa saja dari MCN bagi pembuat *web series*?

Ya jadi tidak pusing memikirkan kapan *upload*, bagaimana mengurus saluran di Youtube, dan hal lainnya, karena sudah diurus oleh orang lain. Pembuat *web series* cukup hanya memikirkan soal produksi saja, untuk urusan *upload* dan urusan Youtube, kita sebagai induk MCN yang tanggung jawab untuk mengurus hal tersebut.

1. Episode 1: Perkenalan

Diki dan Sigit menonton pertandingan sepak bola di kantin. Sigit yang tidak mengerti sepak bola, merasa bosan dan tertidur. Ketika dibangunkan oleh Diki, Sigit tidak sengaja memukul kepala Diki karena kaget. Sigit merasa ada hal yang berminyak setelah tidak sengaja memukul kepala Diki. Diki mengatakan bahwa itu pomade. Sigit mulai menggali apa itu pomade dan mencoba pomade. Diki menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari pomade secara umum. Sigit merasa percaya diri karena setelah memakai pomade, dirinya menjadi mirip seperti aktor di film mafia zaman dahulu.

2. Episode 2: Terlambat

Hari ini ada kuis di salah satu mata kuliah. Diki sudah berangkat dari pagi untuk belajar bersama teman yang lain. Sampai hampir pukul delapan pagi dan dosen sudah ada di kelas, Sigit belum muncul juga. Diki berusaha menelepon Sigit namun tidak diangkat. Ketika dosen sudah mau memulai kuis, Sigit masuk tepat sebelum kuis dimulai dan masih sempat ikut kuis. Setelah kelas berakhir, Sigit mengeluh kepada Diki bahwa ketika bangun tidur, sarung bantalnya kotor dan berminyak, serta mengeluhkan kesulitan dalam membersihkan rambutnya saat keramas. Hal itulah yang menyebabkan dirinya hampir terlambat mengikuti kuis hari ini. Diki kemudian menjelaskan bahwa sifat dari pomade petrol yang dipakai oleh Sigit. Diki menjelaskan bagaimana cara untuk menjaga seprai tetap bersih dan cara mudah untuk menghilangkan pomade dari kepala.

3. Episode 3: Timbul jerawat

Beberapa hari setelah percobaan pertama Sigit memakai pomade, mulai muncul jerawat di wajah Sigit. Sigit yang panik kemudian bertanya kepada Diki apakah jerawat yang muncul karena pemakaian pomade. Jawaban Diki adalah bisa iya karena pomade, bisa juga bukan karena pomade. Setelah ditelusuri, ternyata kebiasaan jorok Sigit yang tidak mengganti sarung bantal dan kain lap yang sudah terkena pomade-lah penyebabnya. Akhirnya Diki menyarankan Sigit untuk mengganti sarung bantal, membiasakan hidup bersih, dan hindari pemakaian pomade selama beberapa waktu.

4. Episode 4: Koleksi pomade Diki

Beberapa minggu setelah kejadian Sigit berjerawat, Diki yang merasa kasihan kepada Sigit karena sudah lama tidak menggunakan pomade, akhirnya

mengajak Sigit ke kosannya dan melihat koleksi pomade miliknya. Sigit terkesima melihat banyaknya koleksi pomade milik Diki. Diki menawarkan untuk meminjamkan salah satu pomade *water based* miliknya. Diki kemudian menjelaskan bahwa pomade jenis ini lebih cocok digunakan untuk keperluan dalam ruangan seperti untuk kuliah, namun mudah hilang kalau terkena air. Sigit akhirnya mencoba pomade *water based* dan merasa cocok. Sigit mulai percaya diri dengan menggunakan pomade.

5. Episode 5: Datang dan pergi

Beberapa minggu sejak Sigit memakai pomade, Sigit mendadak menjadi terkenal di kampusnya. Mulai banyak teman-teman perempuan yang mencoba menarik perhatian Sigit. Sigit mulai tertarik pada salah satu teman perempuannya dan akhirnya berpacaran. Sigit yang sekarang lebih sibuk berpacaran mulai melupakan Diki. Sigit tidak merespon Diki ketika diajak untuk berkumpul bersama teman yang lain. Sampai suatu hari ketika pomade *water based* yang dahulu dipinjamkan Diki telah habis, Sigit menjadi panik dan tidak percaya diri. Hal ini berdampak pada hubungan asmara Sigit yang goyah dan berakhir. Sigit kemudian mendatangi Diki untuk meminta maaf karena telah menghabiskan pomade miliknya. Saat pertama mendengar ucapan Sigit, Diki tentu saja marah, namun dapat memaklumi hal tersebut. Diki menyarankan Sigit untuk membeli pomade dengan uangnya sendiri.

Sigit meminta bantuan Diki untuk mencari jenis pomade yang sesuai dengannya dan juga sesuai dengan keuangan Sigit. Setelah melihat-lihat dari koleksi milik Diki dan pomade di internet, akhirnya Sigit memutuskan untuk membeli sebuah pomade. Sigit yang terlalu antusias dengan pomade barunya, sampai rela menunggu petugas pengirim paket untuk memastikan paketnya datang tepat waktu. Ketika paket pomade datang, Sigit langsung memakai pomade tersebut dan tak lupa mengajak Diki untuk mencoba pomade barunya tersebut.

Naskah *pilot episode* “Pomateur”

1. INT. RUANGAN KELAS. SIANG.

Perkuliahannya hari itu baru saja selesai. ARIF (21 tahun) menghampiri DIKI (21 tahun).

ARIF

Jangan lupa ya ntar sore ada nobar di kantin. Anak futsal wajib dateng. Ada makanan gratisnya lagi. Yaudah gue cabut dulu.

DIKI

Sip.

Wajah SIGIT (21 tahun) berubah semangat saat mendengar percakapan antara Arif dan Diki.

SIGIT

Dik, gue ikut dong nobar.

DIKI

Apaan, elu kan ga ngerti bola.

SIGIT

Tapi kan ada makanan gratisnya.

DIKI

Dasar lu, yaudah terserah lu aja sih.

Diki dan Sigit berjalan keluar kelas.

2. EXT. KANTIN KAMPUS. SORE.

Suasana kantin riuh dengan teriakan dari mahasiswa. Diki dan Sigit mencari kursi kosong dan duduk. Pertandingan sepak bola hampir dimulai.

DIKI

Aaah, Ramos gimana sih, dikit lagi padahal bisa gol.

SIGIT

Dik, rambut lu kalo diliat-liat mirip ya sama pemain bola itu.

DIKI

Iya lah, kan gue emang ngikutin dia motong rambutnya

SIGIT

lxv

Emang apaan nama potongan rambutnya?

DIKI

Au ah. Berisik dah lu, gua mau nonton
dulu.

SIGIT

Yaudah gue ngambil makan aja dah.

Sigit mengambil makanan gratis di bagian pinggir
kantin. Kembali ke tempat duduk, dan makan.

SIGIT

Lu ga ngambil makanan? Ini enak banget
loh

DIKI

Ntar aja, lagi seru.

SIGIT

Yaudah.

Setelah makan Sigit terlihat bosan dan mengantuk,
memasang musik melalui *earphone* dan tertidur. Diki
berbicara kepada Sigit yang sudah tertidur.

DIKI

Dasar kebo, udah tidur aja lu.

Pertandingan sepak bola telah usai. Beberapa mahasiswa
mulai meninggalkan kantin. Diki membangunkan Sigit
untuk pulang.

DIKI

Git, bangun.

SIGIT

mmm...

DIKI

(sambil mendorong badan Sigit)

DIK, BANGUN!

Sigit yang kaget secara tidak sengaja langsung
mendaratkan pukulan di kepala Diki.

DIKI

Git, kok elu mukul sih?

SIGIT

Ih apaan nih? kok tangan gue
berminyak.

DIKI
Norak lu! Gue pake pomade kali.

SIGIT
Aneh lu. Kepala berminyak.

DIKI
Elu tuh yang aneh.

Teman-teman yang masih ada di kantin berusaha merelai Diki dan Sigit.

ARIF
Udah-udah. Baikan gih elu berdua. Ga baik ribut-ribut.

SIGIT
Iya, iya. Gue minta maaf Dik.

DIKI
Iya, gue maafin. Yaudah yuk cabut.

Diki dan Sigit berjalan menjauhi kantin dan pulang.

3. EXT. JALANAN DEKAT KOSAN. SORE.
Diki dan Sigit berjalan menuju kosan.

SIGIT
Eh, Dik tadi gue denger lu ngomong pomade. Apaan sih pomade?

DIKI
(dengan wajah kesal)
Au ah, besok aja gue jelasin. Kepala gue masih sakit kena tonjokan.

SIGIT
Yaelah Dik, gue kan udah minta maaf. Lagian gue ga sengaja. Jelasin kek pomade itu apaan.

DIKI
Udah besok aja

SIGIT
Ah, pelit lu Dik.

Sigit lalu menempelkan tangannya yang masih berminyak ke wajah Diki.

DIKI
Woy! Ah, parah lu. Pomade tuh jangan ditempelin ke muka!

SIGIT

Apaan sih? Gue ga ngerti. Duluan ya.

Sigit kemudian berlari menuju pagar kosannya. Diki lalu berusaha menggelap wajahnya dengan tangan dan berjalan menuju kosan.

4. INT. RUANGAN KELAS. PAGI.

Sigit baru datang dan duduk di samping Diki.

SIGIT

Dik, maaf ya yang kemaren. Eh pomade itu apaan sih? Gue masih penasaran.

DIKI

Lu minta maaf karena ada maunya kan?

SIGIT

Hehe

DIKI

Pomade itu minyak rambut. Biar rambut lu rapi sama berkilau.

SIGIT

Oh jadi yang semalem gue pegang berminyak itu gara-gara elu pake minyak rambut?

DIKI

Iya.

SIGIT

Sekarang lu bawa pomadenya ga?

DIKI

Ya kaga lah, kalo ketauan anak-anak, ntar abis dimintain pomade gua.

PAK JOKO (40 tahun) masuk dari pintu. Seisi kelas langsung hening.

DIKI

Udah nanya-nanyanya ntar aja, abis kelas ke kosan gua aja.

SIGIT

Iya sip.

Kelas selesai, mahasiswa berhamburan keluar kelas.

SIGIT

Langsung kosan lu nih?

lxviii

Universitas Indonesia

DIKI
Iya boleh, sabar napa, sabar

5. INT. KAMAR KOS DIKI. SIANG.
Diki dan Sigit masuk ke kamar kos dan duduk. Diki mengambil pomade.

DIKI
(sambil menunjukkan pomade)
Ini nih yang namanya pomade.

SIGIT
Kok di kaleng? Kaya semir sepatu aja.

DIKI
Iya. Ini pomade favorit gua. Kemaren gue juga make ini ke kampus.

SIGIT
Oh ini toh yang gue pegang berminyak itu?

DIKI
Iya tapi enaknya itu kalo pake pomade, rambut lu cepet banget rapi, sama berkilau. Persis Sergio Ramos idola gua. Pake sekali, bisa disisir berkali-kali.

SIGIT
Oh, jadi hemat gitu.

DIKI
Betul. Tapi ga enaknya make pomade itu, karena ini berminyak, kadang bisa nyumbet di pori-pori dan bikin jerawat. Makanya kemaren pas elu meperin pomade ke muka, gua marah.

SIGIT
Yah, maafin dah, kan waktu itu gue belum tau.

DIKI
Nah makanya sekarang gua kasih tau, biar lu ga salah lagi.

SIGIT
Iya, iya. Cara makenya gimana?

DIKI

Ixix

Universitas Indonesia

Yaudah buka kalengnya, lu colek, lu
ratain deh ke rambut. Pake sisir biar
rapi.

SIGIT
(sambil mengusap rambut)
Kinclong amat rambut gue. Klimis bener
kaya mafia di film jaman dulu.

DIKI
Emang orang jaman dulu juga make
pomade.

SIGIT
Yang bener lu?

DIKI
Iya, pomade kan sebenarnya udah ada
dari lama.

SIGIT
Eh yaudah dah ya, gue balik dulu. Mau
ngecengin cewe-cewe, kali aja dapet.
Udah mirip mafia belum gue?

DIKI
Udah mirip. Yaudah gih sono balik.

Sigit berjalan menuju pintu kamar kos Diki dan keluar.

Treatment Pilot Episode Program “Pomateur”

1. INT. RUANGAN KELAS. SIANG.

ARIF (21 tahun) mengabarkan bahwa UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) futsal yang diikuti DIKI (21 tahun) mengadakan nobar (nonton bareng) sepak bola sepulang kuliah di kantin kampus. SIGIT (21 tahun) memaksa ikut karena ada makanan gratis di sana.

2. EXT. KANTIN KAMPUS. SORE.

Diki dan Sigit berjalan menuju kantin. Sigit yang tidak begitu paham soal sepak bola terlihat kebingungan selama menonton sepak bola. Ketika ada pemain sepak bola yang disorot dalam jarak dekat, Sigit kemudian berbicara pada Diki bahwa gaya rambut pemain bola tersebut mirip dengan gaya rambut Diki saat ini. Diki menjawab tentu saja mirip, karena dirinya memang sengaja memotong rambut dan menata gaya rambutnya mirip dengan pemain sepak bola idolanya. Sigit yang bosan menonton sepak bola, akhirnya terus bertanya tentang rambut kepada Diki yang sedang fokus menonton sepak bola. Diki kemudian marah kepada Sigit karena mengganggu konsentrasinya menonton tim sepak bola favoritnya. Sigit yang dilanda kebosanan memutuskan untuk mengambil makanan dan mendengarkan musik melalui *earphone* hingga tertidur.

Ketika tayangan sepak bola telah usai, Diki membangunkan Sigit untuk pulang ke kosan. Sigit yang kaget karena dibangunkan, tidak sengaja tangannya memukul ke arah kepala Diki dan mengenai rambut Diki. Suara marah Diki kemudian membangunkan Sigit. Sigit kemudian juga menyadari bahwa tangannya lengket dan berminyak setelah mengenai kepala Diki dan marah kepada Diki. Diki mengatakan bahwa yang berminyak itu karena Sigit menyentuh pomade yang dipakai di kepalanya. Keduanya terlibat adu mulut. Mereka berdua sampai harus dipisahkan oleh beberapa teman lain yang ada di kantin kampus. Keduanya akhirnya berbaikan dan berjalan pulang bersama ke kosan.

3. EXT. JALANAN DEKAT KOSAN. SORE.

Di tengah perjalanan pulang, Sigit kembali bertanya pada Diki bahwa tadi dia mendengar kata pomade. Diki yang masih merasakan sakit di kepalanya akibat pukulan Sigit, malas menjawab dan menyuruh Sigit untuk menunggu jawabannya besok saja. Sigit yang kesal karena tidak mendapat jawaban, berusaha menempelkan bekas pomade yang masih ada di tangannya ke wajah Diki. Diki yang kaget langsung marah. Diki mengatakan bahwa berbahaya bila pomade ditempelkan di wajah. Sigit yang tidak mengerti apa-apa tentang pomade, langsung buru-buru masuk ke kosan tanpa rasa bersalah.

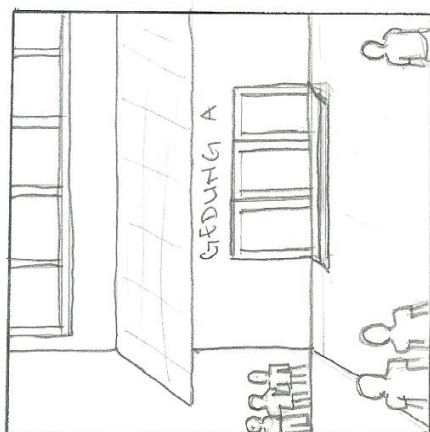
4. INT. RUANGAN KELAS. PAGI.

Keesokan harinya di kampus, Sigit yang masih penasaran dengan pomade, kembali bertanya kepada Diki. Diki menjawab bahwa pomade adalah minyak rambut yang bisa merapikan dan mengilapkan rambut. Sigit kemudian langsung meluncurkan banyak pertanyaan kepada Diki, tetapi Diki tidak sempat menjawab pertanyaan Sigit, karena dosen PAK JOKO (40 tahun) sudah masuk ke kelas. Diki berjanji kepada Sigit, sepulang kuliah nanti untuk datang ke kosannya dan melihat seperti apa itu pomade.

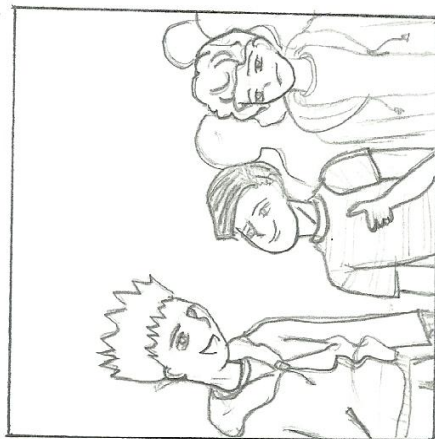
5. INT. KAMAR KOS DIKI. SIANG.

Diki dan Sigit sudah sampai di kosan Diki. Diki mengambil pomade favoritnya dan mulai menjelaskan tentang pomade kepada Sigit. Diki juga menegaskan tentang kejadian tadi malam ketika dirinya marah saat Sigit menempelkan pomade di wajahnya. Diki mengatakan bahwa pomade dapat menyebabkan jerawat pomade sehingga dirinya sangat marah ketika Sigit melakukan hal tersebut. Sigit kemudian mencoba memakai pomade milik Diki dan baru mau pulang setelah dirinya berhasil mempraktekan trik memakai pomade yang diajari Diki hari itu.

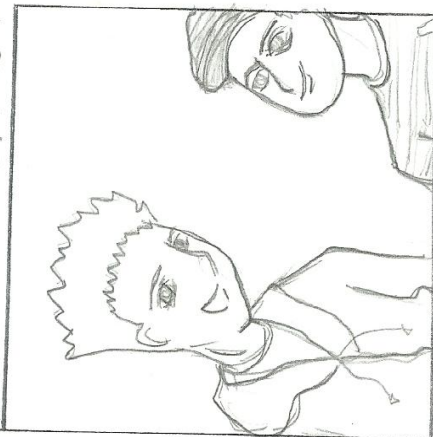
Lampiran 19
Story Board Pilot Episode program "Pomateur"



1. LS suasana kampus



2. Arif mengajak Diki untuk nonton bareng sepak bola



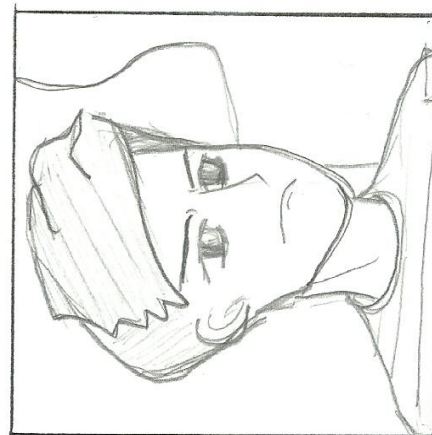
3. Two shot Arif dan Diki,



4. MLS Diki mengiyakan ajakan Arif



5. Two shot Diki dan Sigit. Sigit ingin ikut



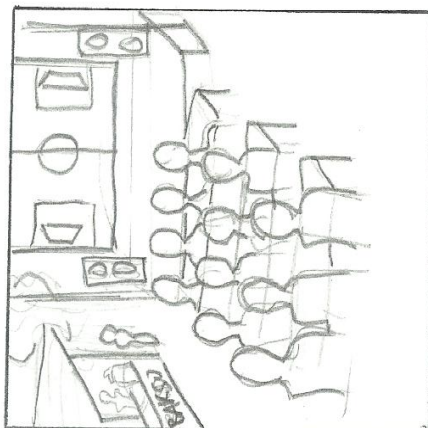
6. MLS Diki meragukan Sigit yang ingin ikut



7-MLS Sigit tetap mau ikut



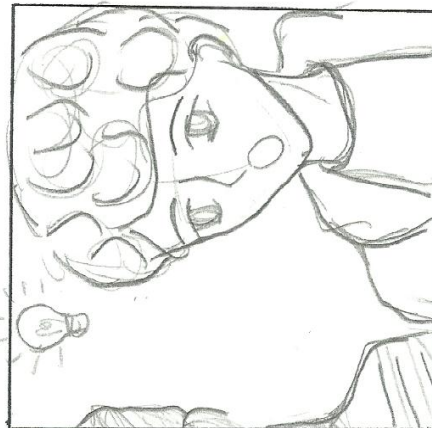
8-MLS Diki dan Sigit sudah di kantin



9. Suasana nonton bareng di kantin



10. Sigit terlihat kebingungan



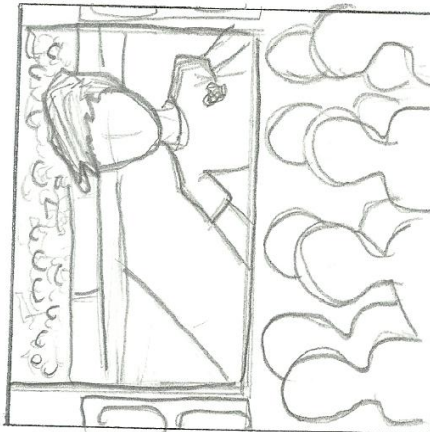
13. Sigit melihat sebuah kemiripan



14. Rambut Diki



15. Sigit mengatakan kesamaan rambut antara Diki dan pemain sepak bola



11. tayangan sepak bola di layar



12. Diki kesal karena gagal gol



16. Diki mengiyakan



17. Sigit pergi ambil makanan



21. Sigit tertidur, Diki tetap asyik menonton cepak bola



18. Sigit mengambil bakso



22. pertandingan telah usai, beberapa mahasiswa mulai pulang



19. Sigit mengajak Diki untuk makan, tapi Diki menolak



23. Diki membangunkan sigit



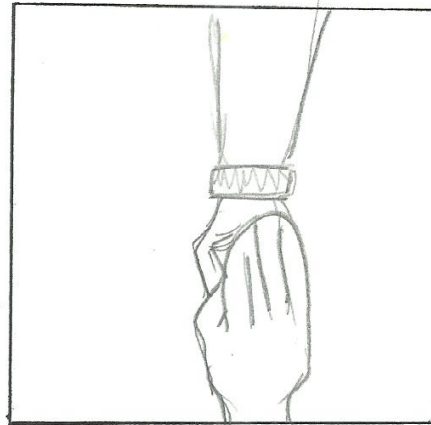
20. Sigit mengantuk



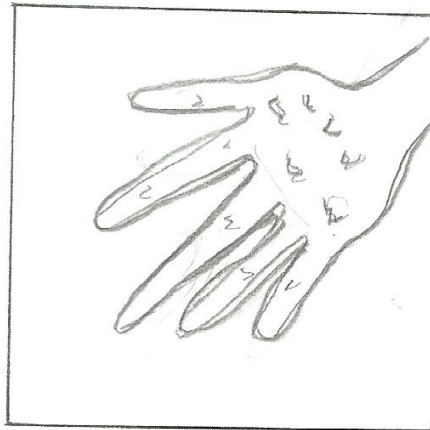
24. Sigit kejet



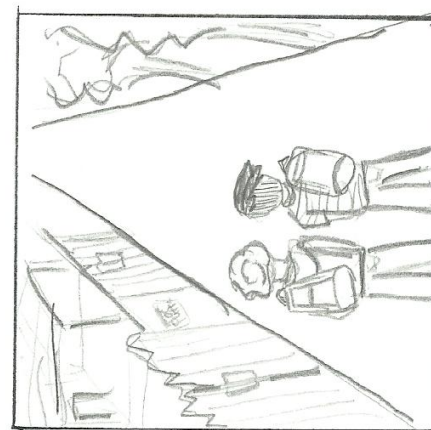
25. Tangan Sigit tidak sengaja memukul kepala Diki



29. Diki dan Sigit akhirnya berbaikan



26. Tangan Sigit bang-beminyak



30. Diki dan Sigit berjalan pulang



27. Diki dan Sigit gadu mulut



31. Sigit bertanya soal pomade



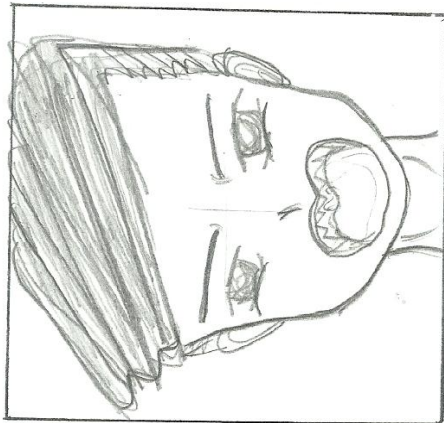
28. Beberapa teman berusaha memisahkan Diki dan Sigit



32. Diki malas menjawab



33. Sigit bang kesus,
menempulkan tangan
berminyak ke wajah Diki.



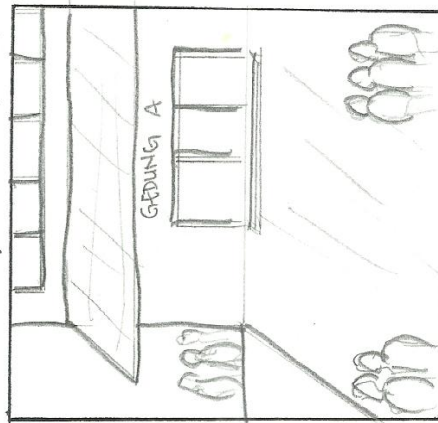
34. Diki marah



35. Sigit langsung lari,
masuk ke kos nya



36. Diki pulang sendirian



37. suasana kampus



38. Sigit kembali
bertanya soal pomade



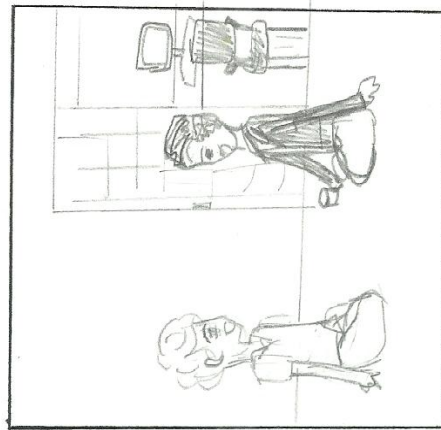
39. Pak. Joko masuk
ke kelas



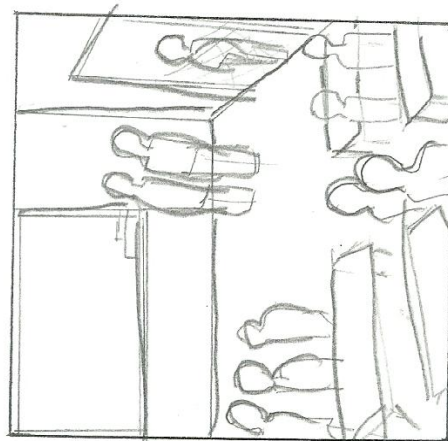
40. Waigh Pak. Joko



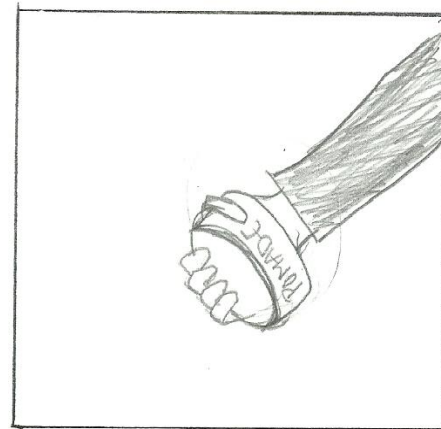
41. Diki mengatakan nanti saja soal pomade



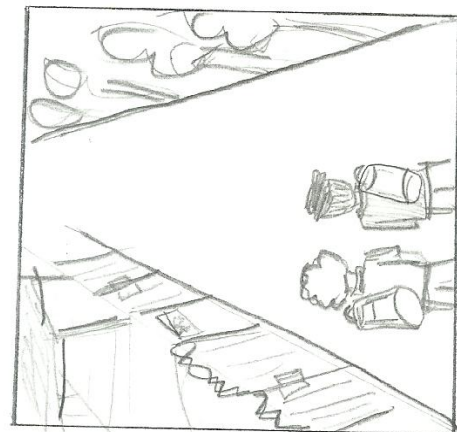
45. Diki dan Sigit duduk



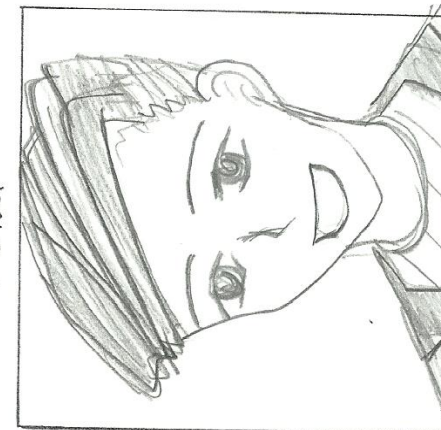
42. Beberapa mahasiswa keluar kelas



46. Diki menurunkan Pomade miliknya



43. Diki dan Sigit berjalan menuju kos Diki



47. Diki menjelaskan positif dan negatif dari pomade



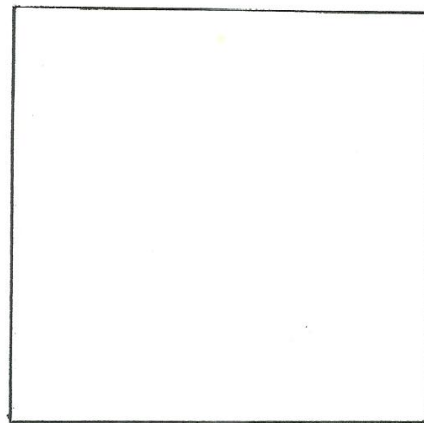
44. Diki dan Sigit sudah sampai di kos Diki



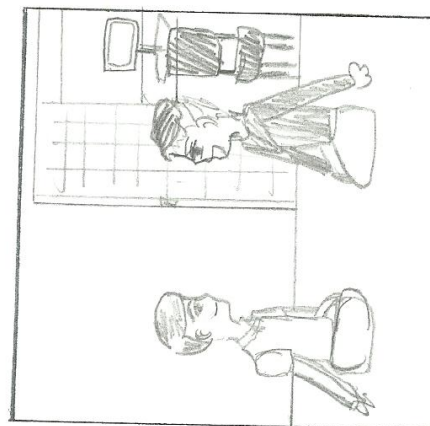
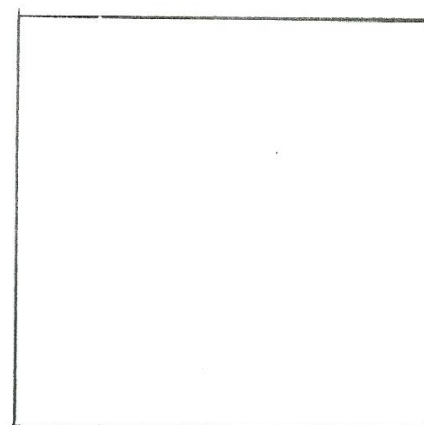
48. Sigit mencoba pomade



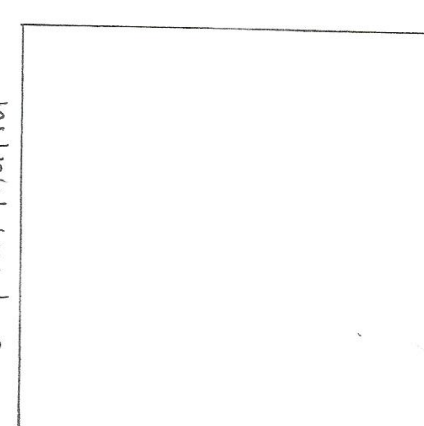
40. Rambut sigit mulai rapi dan manis



50. Hasil sigit setelah pakai pomade



51. Sigit menganggap dirinya mirip aktor di film mafia



52. Sigit pulang setelah selesai pakai pomade

