



3.1%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 18 JUL 2025, 10:10 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.05%

● CHANGED TEXT
3.05%

Report #27546287

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Standar kecantikan di Indonesia yang ideal seringkali terpaku pada kulit putih, bersih, hidung mancung, rambut lurus, serta tubuh tinggi dan langsing. Indonesia memiliki keberagaman suku dengan warna kulit yang bervariasi. Persepsi mengenai kulit putih sebagai standar kecantikan utama berasal dari sejarah masa lalu akibat penjajahan bangsa berkulit putih. Warna kulit penting dalam menentukan kecantikan alami. Skintone dapat berupa fair, light, medium, olive, tan, dan dark. Dalam memilih warna pakaian dan makeup, skintone memainkan peranan penting. Warna yang sesuai dengan skintone dapat memperkuat kesan alami dan menambah kecantikan, Adapun konsep undertone yaitu warna dasar yang berada di bawah permukaan kulit dan memengaruhi nuansa keseluruhan warna kulit. **1 3 12** Undertone biasanya dibagi menjadi tiga kategori: warm (hangat), cool (dingin), dan neutral (netral). Mengetahui skintone dan undertone sangat penting dalam bidang kecantikan, terutama untuk memilih warna make up dan pakaian yang sesuai agar dapat meningkatkan penampilan alami seseorang (Oktaviani, F., 2024). Standar kecantikan di Indonesia semakin dipengaruhi oleh budaya barat dan tren makeup Korea (K-Beauty) dalam dua dekade terakhir. Budaya barat memperkenalkan konsep kecantikan universal seperti kulit putih dan fitur wajah tajam, sementara tren K-Beauty menonjolkan kulit mulus, glowing, dan tampilan natural. Jurnal Komunikasi menunjukkan bahwa Korean Wave dan globalisasi media telah menggeser preferensi kecantikan perempuan Indonesia,

REPORT #27546287

sehingga banyak yang meniru gaya berpakaian dan makeup artis Korea maupun barat (Putri, A. D., & Rahmawati, I., 2021). Panduan pemilihan warna pakaian yang sesuai dengan skintone di Indonesia sayangnya masih terbatas. Representasi kecantikan di media sosial sering kali membuat masyarakat berlomba-lomba memiliki kulit putih dan halus, tanpa mempertimbangkan kondisi lingkungan dan jenis kulit. Filter Sosial Media juga memberikan efek yang instan dan terkadang tidak sesuai dengan warna kulit asli. Berdasarkan penelitian terdapat kebutuhan mendesak untuk menyediakan panduan pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone. Penelitian ini menekankan pentingnya memahami hubungan antara warna kulit dan warna pakaian, serta bagaimana teori warna musiman dapat diterapkan untuk membantu individu memilih pakaian yang paling sesuai (Oktaviani, F. , 2024). Bersumber fashion stylist, warna pakaian dapat menghasilkan pesona yang berbeda tergantung pada warna kulit, rambut, dan mata seseorang. Dari pemahaman ini muncul pertanyaan penting mengenai kecocokan warna pakaian dengan skintone yang dimiliki setiap individu. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, hadirnya buku panduan pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone menjadi sangat relevan. Buku ini tidak hanya memberikan informasi praktis, tetapi juga mendukung wanita dalam mengekspresikan diri melalui fashion secara lebih percaya diri (Perrett, D. I., & Sprengelmeyer, R. , 2021). Sebuah artikel dari Gramedia.com menegaskan bahwa dengan adanya buku panduan seperti ini,

pengguna dapat lebih memahami kombinasi warna yang sesuai dengan karakteristik unik. Hal ini memungkinkan terciptanya penampilan yang lebih harmonis dan menarik, sesuai dengan kepribadian dan warna kulit masing-masing. Buku panduan tersebut akan membahas berbagai kategori skintone, menjelaskan karakteristik tiap-tiap skintone, serta memberikan rekomendasi warna pakaian yang tepat untuk setiap kategori. Berdasarkan uraian di atas, peneliti berkontribusi mengenalkan seasonal color theory untuk menemukan warna pakaian yang cocok dengan skintone perempuan Indonesia yang terdiri dari putih, kuning langsung, dan sawo matang melalui perancangan buku panduan. Pemilihan rentang usia wanita 17–40 tahun didasarkan pada pertimbangan bahwa pada usia 17 tahun, wanita umumnya mulai memperhatikan penampilan, termasuk dalam memilih dan memadukan warna pakaian agar tampak serasi dan meningkatkan rasa percaya diri. Perhatian terhadap penampilan ini umumnya berlanjut hingga usia 40 tahun

1.2 Identifikasi Masalah Masyarakat di Indonesia masih merasa bingung dalam memilih warna pakaian yang cocok dengan skintonenya.

15 Informasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor: 1. Banyak Wanita Indonesia yang belum memahami tentang warna yang sesuai dengan skintone masing-masing (Fimela Reporter, 2022) 2. Keberagaman etnis dapat menyebabkan variasi skintone yang berbeda-beda, sehingga setiap individu sulit untuk menemukan panduan yang cocok untuk seluruh jenis warna kulit. 3. Minimnya literatur yang memberikan panduan praktis yang terperinci tentang pemilihan warna berdasarkan warna kulit mengarah pada kebingungannya pemilihan warna pakaian yang tepat. (Wahyuningsih A., 2020)

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa pesan utama yang ingin disampaikan melalui Buku Ilustrasi Panduan Fashion “Color Me Right” dalam membantu wanita usia 17–40 tahun memilih warna pakaian berdasarkan skintone? 2. Bagaimana buku panduan dapat membantu dalam menemukan warna pribadi dan penerapannya dalam pemilihan pakaian sehari-hari?

1.4 Batasan Masalah

Pemilihan batasan masalah dalam perancangan ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian, sehingga terdapat beberapa batasan dalam perancangan buku ini agar permasalahan yang dirumuskan tetap berada dalam konteks yang sesuai, yaitu: 1. Fokus utama buku ini adalah pada

konteks masyarakat urban yang fashionnya lebih bebas dan disesuaikan dengan Masyarakat urban, sehingga tidak mencakup variasi dari wilayah rular 2. Penelitian difokuskan pada Wanita 17-40 tahun, karena kebutuhan penyesuaian mulai sadar pada kebutuhan 1.5 Tujuan Penelitian Penelitian ini, terdapat dua tujuan yang ingin diperoleh, yaitu: 1. Memberikan panduan praktis dan visual yang mudah diterapkan untuk membantu wanita usia 17–40 tahun menemukan warna pakaian yang sesuai dengan skintone mereka dalam kehidupan sehari-hari. 2. Mengedukasi pembaca tentang warna yang dapat memengaruhi citra pribadinya, melalui Perancangan Buku Ilustrasi Panduan Fashion “Color Me Right Untuk Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan Skintone Wanita Usia 17- 40 Tahun sehingga dapat membuat pilihan yang lebih sesuai dalam berbusana dan color palette lainnya. 1.6 Manfaat Penelitian 1.6.1 Manfaat Teoritis 1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori warna dalam konteks desain komunikasi visual. 2. Memperluas pemahaman tentang penerapan konsep skintone dalam media edukatif berbasis visual. 3. Menjadi referensi akademik untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat tema fashion, warna, dan personal branding. 4. Mendukung literatur tentang perancangan buku panduan yang komunikatif dan aplikatif. 1.6.2 Manfaat Praktis 1. Hasil perancangan Buku panduan ini diharapkan memberikan informasi yang jelas dan praktis tentang pemilihan warna pakaian yang sesuai dengan skintone. 2. Memudahkan proses berbelanja dengan memberikan rekomendasi warna yang tepat, sehingga mengurangi waktu dan usaha dalam memilih pakaian. 3. Meningkatkan pengetahuan fashion di kalangan wanita, khususnya mengenai pentingnya warna dalam penampilan. 1.6.3 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya 1. Mahasiswa dapat menggunakan buku panduan ini sebagai referensi dalam proyek-proyek desain. 2. Buku panduan ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan bagi dosen dalam mengembangkan materi ajar. 1.7 Sistematika Penulisa n Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan panduan yang jelas mengenai alur penelitian dan perancangan buku panduan "Color Me Right". Pada BAB 1 PENDAHULUAN, menejelaskan latar belakang penelitian yang memberikan konteks mengenai pentingnya pemilihan warna pakaian berdasarkan

skintone. Bab ini juga mencakup identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini. BAB 2 TINJAUAN UMUM mengulas teori-teori dan konsep-konsep yang relevan dengan topik penelitian. Dalam bab ini, akan dibahas mengenai skintone, teori warna, serta pengaruhnya terhadap fashion dan penampilan. Tinjauan ini bertujuan untuk memberikan dasar teoritis yang kuat bagi penelitian yang dilakukan. Pada BAB 3 METODOLOGI DESAIN, memaparkan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini mencakup teknik pengumpulan data, analisis data, serta tahapan perancangan buku panduan. Penjelasan mengenai validitas data dan etika penelitian juga akan disampaikan untuk memastikan bahwa proses penelitian dilakukan dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika. Kemudian, BAB 4 STRATEGI KREATIF menjelaskan proses kreatif dalam merancang buku panduan "Color Me Right".

5 Bab ini membahas mengenai konsep desain, pemilihan elemen visual, serta strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens secara efektif. Akhirnya, BAB 5 PENUTUP (KESIMPULAN DAN SARAN) menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dari buku panduan ini. Bab ini bertujuan untuk merangkum temuan-temuan utama dan memberikan saran praktis bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

BAB II TINJAUAN UMUM 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian sebelumnya harus digunakan sebagai sumber penelitian untuk menentukan dan menemukan penelitian terbaru. Perbandingan ini tidak berfungsi sebagai kritik terhadap penelitian sebaliknya dan berfungsi sebagai dukungan untuk penelitian yang akan datang. Proses ini dapat membantu dalam menentukan lokasi atau posisi (research gap) kebaruan penelitian dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Studi ilmiah selalu berkembang, keilmuan juga revolusioner dari satu paradigma ke paradigma lainnya. Sumber dari penelitian terdahulu ditemukan hasil serupa yang membahas khusus terkait Skintone melalui penyusunan strategi bersumber dari jurnal. Pembahasan mengenai strategi penguatan buku panduan tidak diulas oleh peneliti lainnya. Fungsi dari penelitian terdahulu sebagai sumber rujukan difokuskan pada

bagian/pembahasan lain yang mampu menunjang riset, seperti pada penggunaan teori, objek penelitian, tempat penelitian, dan beragam korelasi lainnya. Bagian ini akan mengulas berbagai referensi dari jurnal, buku, serta penelitian terdahulu yang membahas tentang skintone, teori warna, dan kaitannya dengan fashion. Pemilihan warna yang sesuai dengan skintone memiliki dampak signifikan terhadap penampilan dan kepercayaan diri seseorang. Diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai teori warna, estetika pakaian, serta bagaimana warna dapat memengaruhi kesan visual dan psikologis seseorang.

1. Penelitian Fashion Psychology Penelitian berjudul "Consistent colour choices to match fair and tanned skin tones" berupa artikel yang terbit di *Journal of Fashion Psychology* pada tahun 2021 membahas hubungan antara warna pakaian dan skintone dalam estetika berpakaian. Penelitian ini menekankan bahwa pemilihan warna yang sesuai dapat memperbaiki penampilan individu, terutama bagi wanita dengan kulit terang dan kecokelatan. Jurnal ini menyoroti pentingnya konsistensi warna dalam berpakaian untuk menciptakan harmoni visual yang seimbang. Warna yang dipilih dengan tepat tidak hanya meningkatkan kesan estetis, tetapi juga berkontribusi pada rasa percaya diri pemakainya (Perrett, D. I., & Sprengelmeyer, R., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Perrett, D. I., dan Sprengelmeyer berfokus pada hubungan antara persepsi warna kulit wajah dan preferensi warna pakaian dalam konteks daya tarik visual serta persepsi sosial. Perrett dan Sprengelmeyer menekankan bagaimana warna yang dipilih untuk dikenakan dapat memengaruhi cara seseorang dipersepsikan oleh orang lain, seperti terlihat lebih sehat atau lebih menarik. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada penerapan praktis dari pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone wanita usia 17–40 tahun melalui media buku ilustrasi. Jika penelitian Perrett dan Sprengelmeyer lebih bersifat eksperimental dan psikologis, maka penelitian ini lebih bersifat aplikatif dan visual, dengan tujuan memberikan panduan yang mudah dipahami dan digunakan oleh target audiens dalam kehidupan sehari-hari. Buku "Color Me Right" hadir sebagai solusi visual yang mempermudah pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pemilihan warna pakaian yang sesuai dengan

skintone , berdasarkan landasan teori warna dan psikologi persepsi visual yang juga menjadi dasar dalam penelitian sebelumnya. 1. Fashion sebagai bentuk ekspresi diri Fashion tidak lagi hanya dipahami sebagai kebutuhan fungsional untuk menutup tubuh, melainkan telah menjadi bagian integral dari sistem komunikasi dan ekspresi diri manusia. Fashion berperan sebagai media komunikasi non-verbal yang mampu menyampaikan pesan, membentuk persepsi, dan menunjukkan identitas personal seseorang di mata publik. Penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati, T. Y. dalam jurnal The Messenger yang berjudul “Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi pada tahun 2016 merupakan kajian teoritis yang membahas fashion sebagai salah satu bentuk komunikasi non-verbal dalam kehidupan sosial. Trisnawati menyoroti bahwa fashion tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan sandang atau gaya semata, melainkan sebagai media untuk mengekspresikan jati diri, nilai-nilai pribadi, status sosial, dan emosi seseorang. Peneliti mengkaji bagaimana pilihan gaya berpakaian dapat dipengaruhi oleh budaya, lingkungan, serta kebutuhan psikologis individu untuk tampil sesuai citra yang ingin ditunjukkan. Penelitian Trisnawati menggunakan pendekatan deskriptif- kualitatif dengan fokus utama pada aspek sosiologis dan psikologis dari ekspresi diri melalui busana. Penelitian tersebut menekankan fungsi fashion dalam membentuk persepsi sosial dan komunikasi interpersonal, tanpa membahas elemen teknis seperti warna, bentuk, maupun strategi visual secara mendalam. (Trisnawati, T. Y., 2016) Sedangkan pada tugas akhir ini lebih terfokus pada perancangan buku ilustrasi panduan fashion yang mengombinasikan pemahaman tentang skintone dan teori warna untuk membantu perempuan usia 17–40 tahun dalam memilih warna pakaian yang sesuai. Penelitian ini bersifat aplikatif dan visual, dengan pendekatan desain komunikasi visual yang menghasilkan media konkret berupa buku panduan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah memberikan solusi praktis melalui panduan visual yang informatif dan edukatif, agar pengguna dapat menyesuaikan warna pakaian dengan karakteristik warna kulit (skintone) wanita secara lebih sadar dan percaya diri. Perbedaan mendasarnya terletak pada pendekatan dan tujuan, Trisnawati menekankan aspek

simbolik dan komunikatif dalam fashion , sementara penelitian ini mengedepankan aspek praktis, visual, dan edukatif dalam pemilihan warna berdasarkan skintone . 2. Perbandingan Pendekatan Fashion Strategis dan Personal Penelitian yang berjudul “ The Role of Color in Enhancing Personal Style and Confidence ” berupa artikel yang terbit di jurnal Fashion and Design Review pada tahun 2022 ditulis oleh Khanna, Sharma, dan Yadav memiliki fokus yang lebih luas dan strategis dalam konteks industri fashion dan tekstil, terutama di India. Peneliti meneliti tren fashion secara makro dengan mempertimbangkan pengaruh budaya lokal, tren konsumen, serta perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan untuk memprediksi warna dan gaya yang akan populer. Pada penelitian berjudul Buku Ilustrasi Panduan Fashion “ Color Me Right ” Untuk Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan Skintone Wanita Usia 17-40 Tahun lebih berfokus pada aspek praktis dan personal. Buku ini dirancang untuk membantu individu, khususnya wanita dalam rentang usia 17 hingga 40 tahun, memilih warna pakaian yang sesuai dengan warna kulit. Pendekatan yang digunakan bersifat edukatif dan visual, dengan ilustrasi yang memudahkan pembaca memahami dan mengaplikasikan teori pemilihan warna berdasarkan skintone . Metode yang digunakan cenderung lebih sederhana, seperti studi literatur dan observasi, serta mungkin didukung oleh survei kecil untuk memastikan relevansi panduan. Dari segi target audiens, penelitian Khanna, Sharma, dan Yadav menasar pasar fashion yang lebih luas dan beragam, termasuk pelaku industri dan konsumen secara umum, sedangkan penelitian ini lebih spesifik menasar kelompok wanita muda hingga dewasa yang ingin memperbaiki penampilan melalui pemilihan warna pakaian yang tepat. Dalam hal relevansi budaya, penelitian Khanna, Sharma, dan Yadav menggabungkan nilai-nilai budaya lokal dengan dinamika pasar global, sehingga hasilnya berkontribusi pada pengembangan fashion yang berakar pada tradisi namun tetap mengikuti perkembangan internasional. Sebaliknya pada penelitian ini lebih menyesuaikan panduan dengan konteks budaya dan kebutuhan pengguna secara personal, khususnya dalam hal warna kulit dan preferensi fashion di lingkungan yang lebih spesifik (Khanna, A., Sharma,

R., & Yadav, M. , 2022). Tinjauan Teori Skintone Skintone adalah warna permukaan kulit yang tampak secara visual dan dipengaruhi oleh pigmen utama seperti melanin, hemoglobin, dan karotenoid. Melanin adalah pigmen utama yang menentukan warna kulit dan berfungsi sebagai pelindung alami terhadap radiasi ultraviolet dari sinar matahari. Variasi kadar melanin menyebabkan perbedaan skintone dari sangat terang hingga sangat gelap pada individu yang berbeda (Goldsmith, 2013). Variasi kadar melanin inilah yang menyebabkan perbedaan warna kulit antar individu, mulai dari sangat terang (fair) hingga sangat gelap (dark). Semakin banyak melanin yang diproduksi, semakin gelap warna kulit seseorang. Selain faktor genetik yang menentukan produksi melanin, faktor lingkungan seperti paparan sinar matahari juga dapat memengaruhi intensitas warna kulit. Misalnya, kulit yang sering terpapar sinar matahari cenderung menghasilkan lebih banyak melanin sebagai respons perlindungan, sehingga warna kulit menjadi lebih gelap (Goldsmith, 2013). Skintone dalam ilmu kecantikan dan dermatologi diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori dasar, seperti fair, light, medium, olive, tan, dan dark . Klasifikasi ini membantu dalam menentukan produk perawatan kulit dan kosmetik yang paling sesuai untuk setiap individu. Pemilihan foundation atau alas bedak yang tepat sangat bergantung pada skintone agar hasilnya tampak natural dan menyatu dengan warna kulit asli (Kumar, 2019). Kategorisasi Warna Berdasarkan Skintone Pemilihan warna pakaian yang sesuai dengan skintone adalah aspek penting dalam dunia fashion , terutama bagi wanita usia 17 hingga 40 tahun. 1 3 Tipe skintone umumnya dibagi menjadi dua kategori utama, cool tone (dingin) dan warm tone (hangat). 1 Tipe cool tone cenderung memiliki kulit yang lebih terang dengan undertone biru atau pink , sedangkan tipe warm tone memiliki kulit dengan undertone kuning, peach , atau emas. 1 13 Selain itu, ada juga tipe skintone neutral , yang merupakan kombinasi dari keduanya. Pemilihan warna pakaian yang tepat berdasarkan skintone dapat meningkatkan keserasian visual antara warna kulit dan pakaian, sehingga menciptakan tampilan yang lebih harmonis dan menarik. Dalam desain pakaian dan mode, pemahaman tentang skintone menjadi sangat penting, terutama bagi wanita

dalam rentang usia 17 hingga 40 tahun, yang sering mencari panduan praktis untuk memilih warna yang dapat meningkatkan penampilan. Sebuah studi mengungkapkan bahwa pemilihan warna yang tepat dapat meningkatkan kepuasan diri dan memperkuat citra pribadi. Wanita pada usia ini cenderung lebih sadar akan penampilan dan berusaha memilih pakaian yang dapat menonjolkan keindahan alami, sehingga panduan berbasis skintone menjadi sangat relevan (Cheung, P. T. , 2020). Buku Menurut Merton (1973), buku adalah salah satu bentuk dokumentasi ilmiah yang membantu mencatat perkembangan pemikiran dan pencapaian dalam bidang tertentu. Buku berfungsi untuk menyimpan dan menyebarkan pengetahuan yang telah terbukti secara ilmiah atau diperkaya melalui penelitian. Selain itu, buku juga berperan sebagai referensi yang dapat digunakan oleh para peneliti lain untuk melanjutkan penelitian atau membangun pengetahuan lebih lanjut (Merton, R. , 1973). Buku juga dipandang sebagai alat pembelajaran yang memberikan kesempatan bagi pembaca untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai suatu topik, baik melalui penjelasan teoritis maupun contoh aplikatif. **14** Buku yang disusun oleh para ahli dalam bidangnya, seperti yang dijelaskan oleh R. K. Merton, memiliki potensi untuk memengaruhi pemikiran di bidang ilmu tertentu dan memberikan wawasan yang lebih mendalam dibandingkan dengan sumber informasi lainnya yang lebih singkat atau terbatas. Sutarno mengklasifikasikan buku menjadi beberapa jenis berdasarkan tujuan dan kontennya, seperti buku pendidikan, buku referensi, buku cerita, dan buku panduan. a. Buku Pendidikan adalah buku yang digunakan sebagai media pembelajaran dalam berbagai jenjang pendidikan, berfungsi sebagai sumber utama untuk mengajarkan materi sesuai kurikulum yang berlaku, membantu proses belajar mengajar secara sistematis dan terstruktur (Depdiknas, 2008). b. Buku Referensi adalah buku ilmiah yang membahas seluruh topik dalam satu bidang ilmu secara mendalam dan komprehensif, disusun dengan alur logis sesuai bidang ilmu tersebut, dan sering digunakan oleh dosen sebagai pegangan dalam mengajar serta sebagai sumber penelitian (Arikunto, S., 2010). c. Buku Cerita adalah buku yang berisi narasi atau kisah, baik fiksi maupun nonfiksi, yang bertujuan

menghibur sekaligus mendidik pembaca, terutama anak-anak, dengan penyajian yang menarik seperti ilustrasi dan bahasa yang mudah dipahami untuk merangsang minat baca dan pengembangan karakter (Suryawinata, A, 2012). d. Buku panduan merupakan bahan pustaka yang menyajikan instruksi atau informasi secara sistematis dan praktis dalam satu kesatuan cetakan. Menurut Pusat Perbukuan (2008), buku panduan pendidik adalah buku yang memuat prinsip, prosedur, dan model pembelajaran atau kegiatan tertentu, serta dirancang untuk meningkatkan kinerja penggunaannya (omahbse.com, 2025) Panduan untuk memilih warna pakaian yang sesuai dengan skintone , buku ini juga bertujuan untuk membantu wanita merasa lebih percaya diri dalam memilih pakaian yang dikenakan sehari- hari, baik dalam kegiatan kasual maupun profesional. Menurut penelitian, warna pakaian yang sesuai dengan skintone tidak hanya mempengaruhi kesan penampilan fisik, tetapi juga dapat mempengaruhi bagaimana seseorang merasa dan dipersepsikan oleh orang lain. Buku panduan ini memberikan manfaat yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga psikologis, dengan mengedepankan pemahaman tentang pentingnya citra diri dan pengaruh warna terhadap perasaan serta interaksi sosial (Adams, A. , 2022). Desain buku panduan pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone sangat relevan dalam konteks fashion saat ini, terutama di kalangan wanita usia 17-40 tahun. Dengan meningkatnya kesadaran akan keberagaman warna kulit dan pentingnya penampilan, buku panduan ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi pembaca untuk memilih pakaian yang tepat sesuai dengan karakteristik kulit. Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tentang warna kulit dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam berbusana.

2 11 Teori Utama Buku bergambar adalah buku yang disajikan dengan menggunakan teks dan gambar atau ilustrasi. Menurut Isaacs (2013: 16), ilustrasi harus cocok dan selaras dengan subjek, cerita dan informasi yang diberikan. Ilustrasi yang bagus adalah ilustrasi yang dapat menyampaikan informasi lebih dari teks. Bersumber dari buku yang ditulis oleh Nikolajeva dan Scott (2006: 6), buku bergambar dibagi menjadi 4 kategori, yaitu: a. The exhibit book adalah buku ini mirip dengan kamus bergambar

yang tidak menggunakan teks sama sekali, atau hanya teks minimal yang berfungsi sebagai label b. The picture narrative adalah buku yang menggunakan gambar sebagai media utama untuk menceritakan sebuah kisah c. The picture book adalah buku yang berisi teks dan gambar atau ilustrasi memiliki kepentingan yang seimbang. d. The illustrated book adalah buku yang berisi teks yang dapat hadir secara independen atau sendiri. Buku Ilustrasi Panduan Fashion “ Color Me Right Untuk Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan Skintone Wanita Usia 17- 40 Tahun dapat dikategorikan sebagai picture book , karena teks dan ilustrasi memiliki kepentingan yang sama, yaitu digunakan untuk saling melengkapi dan menyeimbangkan satu sama lain.

Teori Pendukung Tipografi Teori pendukung selanjutnya adalah teori mengenai Tipografi. Tipografi adalah seni dan teknik dalam menyusun huruf untuk menyampaikan pesan atau informasi secara visual. Teori tipografi menurut Priscilia Yunita Wijaya (2004) membagi tipografi ke dalam tiga macam, yaitu kelompok huruf, spasi huruf, dan ukuran huruf (Yunita Wijaya, P., 2004).

- 1) Kelompok Huruf a. Serif merupakan Jenis huruf yang memberikan kesan formal, elegan, dan halus. Garis huruf pada jenis ini memiliki ujung yang mengerucut dan garis tebal atau tipis yang kuat. b. Sans Serif merupakan Jenis huruf yang memiliki kesan kuat, stabil, dan tegas. Bentuk garis hurufnya memiliki ketebalan yang sama. c. Script merupakan Jenis huruf yang memberikan kesan akrab, berirama, dan indah, dengan bentuk garis yang mirip dengan tulisan tangan.
- 2) Spasi Huruf Penggunaan spasi antar huruf sangat penting dalam penyusunan tipografi untuk meningkatkan keterbacaan kalimat atau susunan huruf. Spasi memperhitungkan toleransi format antar huruf dalam kalimat agar terlihat proporsional dan mudah dibaca.
- 3) Ukuran Huruf Ukuran huruf biasanya ditentukan oleh jenis paragraf dan ukuran ruang serta target audiens. Pemilihan ukuran huruf yang tepat dirancang untuk memudahkan penyajian informasi yang mudah dipahami.

Warna merupakan elemen penting dalam desain karena bukan sekadar estetika, tetapi juga alat komunikasi visual yang efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Mirzaei menegaskan bahwa atribut warna seperti hue , saturasi, dan



kecerahan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat pesan merek dalam grafis desain (Mirzaei, Wahid, 2025). Selain itu, penelitian di bidang pemasaran menunjukkan bahwa 62–90 % penilaian awal terhadap produk didasarkan pada warna logo atau kemasannya, menunjukkan peran signifikan warna dalam membangun citra dan identitas merek. Pemilihan warna dalam buku *Color Me Right* didasarkan tidak hanya pada estetika, tetapi juga pada kekuatan psikologis dan komunikatifnya dalam menciptakan narasi visual yang efektif. Warna-warna yang peneliti gunakan di buku ilustrasi ini didasarkan pada color palette utama yang terdiri dari nuansa nude pink hingga putih pucat, seperti yang ditunjukkan pada gambar : beige lembut, dusty pink, coral pink , dan off-white . Pemilihan palet warna ini memiliki beberapa pertimbangan: 1. Mewakili karakter feminin dan lembut, sesuai dengan segmentasi pembaca yaitu perempuan usia 17–40 tahun. 2. Warna-warna ini bersifat netral namun tetap hangat, sehingga mampu mendukung visualisasi berbagai tone kulit tanpa mendominasi atau mengganggu fokus utama pada warna pakaian dan ilustrasi karakter. 3. Secara visual, warna-warna ini menciptakan kesan harmonis, konsisten, dan estetis, serta mendukung narasi inklusivitas warna kulit yang menjadi tema utama buku. Fashion Fashion yang berakar dari kata Latin " factio " (melakukan), telah berkembang menjadi istilah yang menggambarkan gaya pakaian populer dalam suatu budaya Beberapa definisi menekankan bahwa fashion adalah kebiasaan umum yang dikagumi dan diikuti dalam periode waktu tertentu (Oxford Advanced Learner's Dictionary), atau gaya yang populer pada waktu tertentu, terutama dalam pakaian, rambut, dan make-up (Cambridge Dictionary).

6 Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, fashion diartikan sebagai ragam cara atau bentuk terbaru (gaya busana, potongan rambut, corak, dan sebagainya) dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, fashion bersifat dinamis dan terus berubah seiring waktu, memengaruhi bagaimana individu memilih dan memadukan pakaian untuk mengekspresikan diri (Perrett, D. I., & Sprengelmeyer, R. , 2021) Pemahaman tentang fashion sebagai ekspresi diri dan budaya yang dinamis menjadi dasar penting. Buku ilustrasi panduan fashion " Color Me

Right " bertujuan untuk memberikan panduan praktis bagi wanita usia 17-40 tahun dalam memilih warna pakaian yang sesuai dengan skintone . Dengan memahami skintone dan memilih warna yang tepat, individu dapat meningkatkan penampilan alami, merasa lebih percaya diri, dan mengekspresikan identitas pribadi melalui fashion . Panduan ini tidak hanya mengikuti tren fashion sesaat, tetapi lebih menekankan pada pemilihan warna yang harmonis dengan karakteristik individu untuk menciptakan gaya yang autentik dan berkelanjutan.

Layout Teori layout berfokus pada pengaturan elemen desain visual agar informasi dapat dibaca dengan mudah dan enak dipandang. Buku *The Visual Display of Quantitative Information* menjelaskan bahwa layout yang baik harus menyeimbangkan ruang kosong dan konten untuk menghindari kesan penuh sesak. Hal ini memungkinkan pembaca untuk fokus pada informasi tanpa gangguan, serta membantu menata elemen desain visual agar lebih terstruktur dan (Tufte, E. R., 2001). Estetika berkaitan dengan elemen-elemen yang memperindah penampilan dan menciptakan keseimbangan visual yang menyenangkan. Dalam konteks pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone , estetika memainkan peran penting dalam menentukan harmoni antara warna pakaian, aksesoris, dan elemen lainnya. Estetika tidak hanya memperhatikan warna, tetapi juga bentuk, tekstur, dan proporsi elemen-elemen desain yang ada, untuk menciptakan penampilan yang proporsional dan menarik. Estetika juga melibatkan prinsip desain lainnya seperti keseimbangan, kontras, dan kesatuan, yang memastikan elemen- elemen desain bekerja bersama dengan baik untuk menciptakan penampilan yang mempesona. Menurut Jesse James Garrett dalam bukunya *The Elements of User Experience* , pengalaman pengguna atau user experience (UX) terdiri dari lima komponen utama yang dirancang untuk menciptakan pengalaman yang efektif dan menyenangkan bagi pengguna (Garrett, 2002). Kelima komponen ini dapat diterapkan dalam perancangan buku panduan agar lebih terarah, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Komponen-komponen tersebut adalah: 1. Strategy Komponen strategi merupakan dasar dalam perancangan buku panduan yang mencakup pemahaman mengenai kebutuhan dan harapan pengguna, serta tujuan dari perancang itu sendiri. Strategi

membantu mengarahkan isi dan bentuk buku agar sesuai dengan apa yang diinginkan pembaca, sekaligus tetap memenuhi visi dan pesan yang ingin disampaikan oleh perancang. Strategi menjadi titik awal yang menyatukan tujuan pengguna dan tujuan desain ke dalam satu kesatuan rencana yang terarah.

2. Scope Cakupan (scope) merujuk pada ruang lingkup isi dan fitur yang akan disajikan dalam buku panduan. Komponen ini mencakup daftar elemen informasi dan visual yang dirasa penting untuk menjawab kebutuhan pengguna. Dalam proses perancangannya, strategi awal akan diterjemahkan ke dalam bentuk cakupan melalui penentuan konten dan penyusunan spesifikasi isi, seperti jumlah bab, jenis informasi, serta elemen visual pendukung yang akan digunakan.

3. Structure Struktur mengatur alur dan logika penyajian informasi dalam buku panduan, termasuk bagaimana pembaca dapat berpindah dari satu bagian ke bagian lainnya secara sistematis dan intuitif. Struktur yang baik memungkinkan pembaca memahami urutan informasi tanpa kebingungan, serta membantu menemukan konten yang relevan dengan mudah. Dalam hal ini, struktur berfungsi sebagai kerangka berpikir dalam menyusun informasi agar komunikatif dan mudah ditelusuri.

4. Skeleton Skeleton atau kerangka visual berkaitan dengan tata letak (layout), penempatan ilustrasi, tipografi, dan elemen grafis lainnya. Tujuan utamanya adalah menciptakan susunan yang harmonis dan fungsional agar informasi dapat tersampaikan dengan efektif. Dalam buku panduan, skeleton mencakup rancangan antarmuka halaman—seperti urutan ilustrasi, posisi teks, dan elemen navigasi visual—yang memudahkan pembaca menjelajahi konten secara nyaman dan efisien.

5. Surface Permukaan (surface) adalah lapisan terluar yang berwujud tampilan visual keseluruhan dari buku panduan. Pada tahap ini, elemen-elemen seperti warna, gaya ilustrasi, pemilihan tipografi, dan layout akhir disusun untuk memberikan kesan visual yang menarik, sekaligus mencerminkan identitas dan tujuan buku. Tampilan visual harus disesuaikan dengan preferensi target pembaca, baik dari segi estetika maupun keterbacaan agar dapat membangun kesan pertama yang positif dan memperkuat pengalaman membaca secara keseluruhan.

Ringkasan Teori Perancangan buku

panduan pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone untuk wanita usia 17-40 tahun, kerangka berpikir ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya pemilihan warna yang sesuai dengan skintone individu.

8

Pemilihan warna pakaian tidak hanya mempengaruhi penampilan, tetapi juga dapat meningkatkan rasa percaya diri dan kenyamanan seseorang. Pemilihan warna pakaian yang sesuai dengan skintone memiliki pengaruh besar terhadap penampilan dan kepercayaan diri seseorang, terutama pada wanita usia 17-40 tahun. Berdasarkan teori warna, skintone dapat dibagi menjadi tiga kategori utama: cool tone (kulit terang dengan undertone biru atau pink), warm tone (kulit dengan undertone kuning, peach, atau emas), dan neutral (kombinasi keduanya). Ilustrasi memainkan peran penting dalam memudahkan pemahaman tentang warna yang sesuai dengan skintone (Hegarty, M., 2020). Buku panduan yang dirancang dengan mempertimbangkan teori warna berdasarkan skintone, layout yang terstruktur, dan estetika akan membantu pembaca memilih warna pakaian yang sesuai, meningkatkan kepercayaan diri, dan memberikan kesan positif dalam interaksi sosial (Tuft, E. R., 2001). Buku panduan ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis bagi wanita dalam memilih warna pakaian yang tepat. Dengan menyajikan tips dan trik dalam pemilihan warna serta contoh-contoh kombinasi pakaian yang sesuai dengan berbagai skintone, diharapkan pembaca dapat lebih mudah menerapkan pengetahuan ini dalam kehidupan sehari-hari.

BAB III METODOLOGI DESAIN/ PERANCANGAN

Sistematika Perancangan Rancangan penelitian ini dirancang untuk menghasilkan sebuah buku panduan yang informatif mengenai pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone wanita usia 17-40 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggali data secara mendalam mengenai hubungan antara skintone dan preferensi warna pakaian. Fokus penelitian diarahkan pada masyarakat urban, di mana tren fashion lebih dinamis dan beragam. Proses penelitian diawali dengan studi literatur yang bertujuan untuk memahami teori warna, konsep skintone, serta implikasinya dalam dunia fashion. Literatur yang dikaji mencakup berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku teori, dan artikel daring yang relevan, guna

membentuk landasan teori yang kuat dalam merancang isi dan visual buku secara tepat sasaran. Selanjutnya, wawancara mendalam dilakukan dengan ahli analisis warna dan fashion stylist . Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan praktis mengenai cara mengidentifikasi skintone dan bagaimana warna tertentu dapat memengaruhi penampilan seseorang. Data yang diperoleh dari wawancara akan digunakan untuk menyusun rekomendasi warna berdasarkan kategori skintone , yaitu cool tone , warm tone , dan neutral tone . Observasi juga dilakukan untuk mengamati tren pemilihan warna pakaian di kalangan wanita urban usia 17-40 tahun. Observasi ini membantu dalam memahami preferensi warna yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari serta bagaimana masyarakat memadukan warna dalam gaya berpakaian. Tahapan perancangan buku panduan meliputi konseptualisasi struktur buku, desain visual, dan penyusunan konten. Buku akan dirancang dengan format visual yang menarik, dilengkapi ilustrasi palet warna dan contoh kombinasi pakaian untuk setiap kategori skintone . Buku ini juga akan menyertakan tips praktis yang mudah diterapkan oleh pembaca. Untuk memastikan keakuratan dan relevansi konten, uji coba buku panduan dilakukan kepada target pembaca yang sesuai dengan kriteria penelitian. Masukan dari uji coba akan digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan buku sebelum publikasi final. Dengan rancangan penelitian ini, diharapkan buku panduan yang dihasilkan dapat menjadi referensi praktis bagi wanita dalam memilih warna pakaian yang sesuai dengan skintone , sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri dan penampilan wanita secara keseluruhan. Metode Pencarian Data Penelitian lapangan (field research) dengan sifat deskriptif dan menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai data yang diperoleh dari lapangan, biasanya melalui: Studi Literatur Creswell (2014) menjelaskan bahwa studi literatur adalah langkah awal dalam penelitian yang menyajikan ringkasan dari berbagai literatur yang relevan, yang mendeskripsikan pengetahuan yang telah ada sebelumnya dan yang masih terus berkembang mengenai topik tertentu (Creswell, J. W. , 2014). Peneliti menggunakan jenis Literatur Naratif

dalam penelitian ini. Literatur yang digunakan mencakup buku teori mengenai personal color dan skintone , jurnal ilmiah yang membahas hubungan warna dengan psikologi dan fashion , serta artikel-artikel dari situs kredibel yang berkaitan dengan tren warna pakaian dan gaya berpakaian wanita usia 17–40 tahun. Wawancara Penelitian ini melakukan wawancara dengan Personal Color Analysis (PCA), Personal Color Analysis adalah sebuah konsep yang semakin populer dalam dunia fashion dan kecantikan. PCA bisa membantu audiens untuk mengenali warna-warna yang paling cocok dengan karakteristik fisik, seperti warna kulit, mata, dan rambut. Peneliti memilih metode Wawancara Terstruktur dengan Amanda Karina Putri, PCA yang bersertifikat Korea dan Jepang. Observasi Dikutip dari Madengineer.com observasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui suatu fenomena sesuai dengan gagasan atau pengetahuan yang diketahui. Selain itu, pengamatan ini juga bertujuan untuk mengumpulkan data pada sebuah penelitian. (Yuda, 2025) Cara observasi dinilai efektif untuk memperoleh data sesuai dengan prosedur atau pedoman pengamatan. Orang yang melakukan observasi disebut observer atau pengamat. Istilah observasi mempunyai arti sebagai aktivitas mengamati suatu objek secara langsung dengan cara mendetail untuk mendapatkan informasi akurat. Peneliti melakukan observasi langsung studio khusus untuk mengetahui seasonal color , yaitu Shadeology untuk melihat secara langsung proses analisis skintone dan penentuan kategori warna berdasarkan undertone . Observasi ini bertujuan memahami bagaimana metode profesional diterapkan dalam praktik, serta sebagai pembandingan terhadap teori yang digunakan dalam perancangan buku Color Me Right , sehingga hasil visual yang disusun dalam buku memiliki dasar yang akurat dan aplikatif. **7 Analisis Data Teori Analisis Data Teori analisis data menurut Miles dan Huberman merupakan salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. 4 Miles dan Huberman mengemukakan bahwa analisis data adalah proses yang bersifat interaktif dan berlangsung secara berulang-ulang sampai data dapat dianalisis secara tuntas (Miles Matthew B. Huberman Michael A., 1992). Miles dan Huberman (1992) membagi analisis data kualitatif ke dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan,**

yaitu: a) Reduksi Data (Data Reduction) Proses penyederhanaan, pemilihan, pemfokusan, dan pengabstrakan data mentah yang diperoleh dari lapangan agar data menjadi lebih mudah dikelola dan dianalisis. Dalam tahap ini, peneliti memilah data yang penting dan relevan, serta mengeliminasi data yang kurang penting atau tidak diperlukan. b) Penyajian Data (Data Display) Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk yang terorganisir dan mudah dipahami, seperti tabel, grafik, matriks, diagram, atau narasi deskriptif. Penyajian data ini memudahkan peneliti dan pembaca untuk melihat pola, hubungan, dan informasi penting dalam data. c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification) Tahap ini adalah proses interpretasi data yang sudah disajikan untuk menarik kesimpulan sementara yang kemudian diverifikasi keabsahannya. Kesimpulan ini bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti baru yang lebih kuat selama pengumpulan data lanjutan. Verifikasi dapat dilakukan melalui teknik seperti triangulasi data.

Hasil Data 1. Wawancara Pemilihan warna pakaian sebaiknya didasarkan pada pemahaman terhadap undertone kulit, bukan semata mengikuti tren musiman. Hal ini sejalan dengan teori personal color yang menekankan pentingnya kesesuaian warna terhadap karakteristik warna dasar kulit seseorang. Tren pasar seperti dominasi earth tone sering membuat warna cerah dihindari, padahal tidak selalu sesuai dengan kebutuhan visual individu. Warna hitam populer karena memberi rasa aman, tapi tidak cocok untuk semua orang, sementara warna putih bisa dipakai tergantung undertone . Karakter personal color relatif stabil sepanjang hidup, sehingga usia bukan faktor utama dalam pemilihan warna pakaian. Prinsip personal color dapat diterapkan oleh perempuan usia 17–40 tahun maupun kelompok usia lain secara serupa. (Hasil Wawancara dengan Amanda Karina, 15 Januari 2025).

2. Observasi Peneliti melakukan observasi langsung studio khusus untuk mengetahui seasonal color , yaitu Shadeology untuk melihat secara langsung proses analisis skintone dan penentuan kategori warna berdasarkan undertone . Observasi ini bertujuan memahami bagaimana metode profesional diterapkan dalam praktik, serta sebagai pembanding terhadap teori yang

digunakan dalam perancangan buku *Color Me Right*, sehingga hasil visual yang disusun dalam buku memiliki dasar yang akurat dan aplikatif. Observasi juga dilakukan di beberapa mall dan tempat umum untuk mempelajari bagaimana wanita usia 17-40 tahun memilih pakaian berdasarkan warna di kehidupan sehari-hari. Dari pengamatan yang dilakukan, terlihat bahwa banyak wanita cenderung memilih warna pakaian yang sesuai dengan warna kulit. Wanita dengan skintone gelap lebih sering memilih pakaian dengan warna cerah atau bold seperti merah, kuning, atau biru terang, yang memberikan kontras yang kuat dengan kulit. Sementara itu, wanita dengan skintone cerah lebih sering memilih warna-warna pastel atau netral, seperti merah muda, biru muda, atau abu-abu, yang memberikan kesan lembut dan elegan.

3. Studi Literatur Studi literatur menjadi landasan utama dalam proses perancangan buku panduan "*Color Me Right*". Kegiatan ini dilakukan untuk memahami teori-teori yang relevan mengenai warna, skintone, fashion, serta hubungan antara warna kulit dan pemilihan pakaian. Menurut Creswell (2014), studi literatur berfungsi untuk merangkum pengetahuan yang telah ada sebelumnya dan memberikan arah penelitian yang jelas serta kuat dari segi teoritis. Peneliti memanfaatkan sumber berupa buku teori personal color dan skintone, jurnal ilmiah, serta artikel daring dari situs kredibel yang membahas fashion dan estetika penampilan. Teori warna yang digunakan antara lain berkaitan dengan pemahaman tentang hue, value, dan chroma, serta penerapannya pada warna pakaian. Teori mengenai skintone dan seasonal color juga dikaji, seperti yang dipaparkan oleh Adams (2022) dan Cheung (2020), yang menjelaskan bagaimana pemilihan warna berdasarkan skintone dapat meningkatkan kesan estetis dan psikologis seseorang. Pemahaman ini penting untuk mendukung tujuan perancangan buku panduan visual yang tidak hanya menarik, namun juga edukatif dan aplikatif. Dalam literatur lain, Perrett & Sprengelmeyer (2021) menyatakan bahwa warna pakaian dapat membentuk persepsi sosial terhadap seseorang, termasuk kesan sehat, ramah, dan profesional. Peneliti juga merujuk pada jurnal dari Trisnawati (2016), yang menekankan

bahwa fashion merupakan bentuk ekspresi diri, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan sandang. Pemilihan warna dalam fashion menjadi salah satu cara untuk menyampaikan identitas dan kepribadian melalui tampilan visual. Studi literatur ini diperkaya dengan referensi dari sumber digital seperti artikel Gramedia dan Yulo.id, yang menyoroti peran personal color dalam meningkatkan efisiensi dan kepercayaan diri saat berpakaian. Pendekatan warna berbasis skintone dinilai lebih inklusif karena mempertimbangkan karakteristik kulit yang beragam di Indonesia, mulai dari putih, kuning langsung, hingga sawo matang. Informasi ini menjadi dasar bagi penyusunan konten buku, khususnya dalam memberikan rekomendasi warna pakaian sesuai kategori skintone dan undertone. Kesimpulan Hasil Analisis Berdasarkan analisis data menggunakan teori Miles dan Huberman, penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang saling terkait dan komprehensif. Proses analisis dimulai dengan reduksi data, di mana informasi dari wawancara dengan ahli, observasi tren fashion, dan kajian literatur diringkas dan difokuskan pada poin-poin penting terkait skintone, pemilihan warna pakaian, dan pengaruh standar kecantikan. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang terstruktur, memudahkan pemahaman tentang karakteristik skintone wanita Indonesia dan preferensi warna pakaian. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti menginterpretasikan data yang telah disajikan untuk mengidentifikasi pola dan hubungan yang signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan nyata akan panduan pemilihan warna pakaian yang mempertimbangkan keberagaman skintone wanita Indonesia. Buku ilustrasi panduan fashion "Color Me Right" hadir sebagai solusi, menawarkan rekomendasi warna yang dipersonalisasi berdasarkan skintone, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan diri dan membantu wanita Indonesia mengekspresikan diri melalui fashion yang tepat. Pemecahan Masalah Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, yaitu kebingungan wanita Indonesia (usia 17-40 tahun) dalam memilih warna pakaian yang sesuai dengan skintone, solusi yang diusulkan adalah perancangan Buku Ilustrasi Panduan Fashion "Color Me Right". Buku ini dirancang untuk mengatasi kurangnya referensi warna pakaian yang sesuai

dengan keberagaman warna kulit di Indonesia, dimana standar kecantikan ideal seringkali terpaku pada kulit putih. Buku Ilustrasi " Color Me Right " memberikan panduan praktis yang mudah dipahami mengenai pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone , mengakomodasi berbagai warna kulit mulai dari putih, kuning langsung, hingga sawo matang. Buku ini menyajikan informasi mengenai Seasonal Color Theory (teori warna musiman) untuk membantu pembaca mengidentifikasi warna-warna yang paling cocok dengan skintone . Panduan ini akan mencakup rekomendasi warna pakaian yang spesifik untuk setiap kategori skintone dan undertone , dengan contoh-contoh visual yang menarik dan relevan. Buku ini akan dikemas dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami untuk mengatasi minimnya literatur. Buku ini juga akan memberikan tips praktis tentang cara mengaplikasikan informasi yang diberikan dalam kehidupan sehari-hari, seperti membangun Capsule Wardrobe , memilih aksesoris, dan mengkombinasikan warna. Sebuah artikel dari Yulo.id, Konsep capsule wardrobe adalah gaya hidup minimalis yang mengutamakan koleksi pakaian yang compact , berkualitas tinggi, dan serbaguna. Ide utamanya adalah memiliki pakaian yang dapat dengan mudah dipadupadankan untuk berbagai kesempatan, sehingga jumlah pakaian yang dimiliki tetap sedikit tetapi tetap fungsional dan stylish . Konsep ini tidak hanya membuat hidup lebih mudah, tetapi juga lebih ramah lingkungan dengan mengurangi jumlah yang dikonsumsi oleh industri mode (Tim Yulo, 2025). Buku " Color Me Right " diharapkan wanita Indonesia dapat lebih memahami karakteristik warna kulit, memilih warna pakaian yang sesuai, dan meningkatkan kepercayaan diri dalam berbusana. Buku ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memberdayakan wanita Indonesia untuk mengekspresikan diri melalui fashion dengan lebih baik dan tepat. BAB IV STRATEGI KREATIF Strategi Komunikasi Strategi komunikasi dalam perancangan buku ini adalah Educational Visual Storytelling yang informatif dan personal. Komunikasi dirancang agar mudah dipahami oleh wanita usia 17-40 tahun melalui pendekatan visual (ilustrasi) dan verbal (tipografi dan gaya bahasa komunikatif). Tujuannya adalah mengedukasi pentingnya pemilihan warna berdasarkan skintone agar

audiens merasa lebih percaya diri dan dapat mengekspresikan identitasnya lewat fashion. Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning 1. Segmentasi a. Demografis 1) Usia 17–40 tahun Kelompok usia ini dipilih karena berada pada fase penting dalam perkembangan identitas diri, di mana minat terhadap fashion, estetika visual, dan penampilan sedang berada pada puncaknya. Bersumber dari sebuah artikel yang ditulis oleh Lee & Workman (2017), usia remaja akhir hingga dewasa awal merupakan masa eksplorasi gaya personal yang kuat karena individu sedang mencari citra diri yang sesuai dengan kepribadian dan nilai sosialnya. Banyak perempuan mulai aktif di media sosial, mengikuti tren, dan mencari referensi gaya yang merepresentasikan identitas wanita pada usia 17–25 tahun,. Sementara itu, usia 26–40 tahun cenderung lebih selektif dan matang dalam memilih gaya yang tidak hanya estetik tetapi juga mencerminkan profesionalitas, kedewasaan, dan kepercayaan diri dalam berbagai peran sosial maupun pekerjaan (Lee, S. H., & Workman, J. E., 2017). 2) Jenis kelamin Wanita Target utama buku ini adalah perempuan, karena secara psikologis dan sosiokultural, perempuan memiliki ketertarikan lebih tinggi terhadap elemen visual dalam berpenampilan, seperti pemilihan warna pakaian, riasan, hingga gaya personal yang mencerminkan karakter. Penelitian dari Hall (1998) menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki kesadaran estetika dan perhatian lebih terhadap penampilan dibandingkan laki-laki karena faktor sosial, budaya, dan ekspektasi gender (Hall, A., 1998). Selain itu, mayoritas referensi mengenai personal color dan fashion warna masih lebih banyak ditujukan pada perempuan. Buku ini hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut dalam konteks lokal, agar perempuan Indonesia dapat memilih warna yang sesuai dengan skintone-nya dan tampil lebih percaya diri (Sproles, G. B., & Burns, L. D., 1994). 3) Pendapatan Menengah ke atas Kelompok dengan pendapatan menengah ke atas dipilih karena memiliki akses yang lebih luas terhadap produk fashion dan kecantikan, serta cenderung lebih terpapar pada media visual seperti media sosial, majalah, dan platform daring lainnya. Penelitian dari Engel, Blackwell & Miniard (1995) menunjukkan konsumen dengan

pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki pola konsumsi yang berorientasi pada nilai simbolik dan estetika, termasuk dalam memilih produk yang sesuai dengan gaya dan citra diri (Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. , 1995). Selain itu, daya beli Wanita memungkinkan penerapan panduan personal color dalam kehidupan sehari-hari, seperti membeli pakaian yang sesuai dengan warna kulit atau mencoba kosmetik berdasarkan tone kulit. Sejalan dengan penelitian dari Solomon (2010), kelompok ini cenderung mengutamakan penampilan sebagai bentuk komunikasi identitas sosial, sehingga lebih reseptif terhadap panduan yang membantu meningkatkan visual branding pribadi melalui warna (Solomon, M. R., 2010).

4) Pekerjaan Mahasiswi, pekerja kantoran, freelancer Pekerjaan seperti mahasiswi, pekerja kantoran, dan freelancer mencerminkan gaya hidup urban yang dinamis, di mana penampilan berperan penting sebagai alat komunikasi non-verbal dalam interaksi sosial dan profesional. Mahasiswi sering menggunakan fashion sebagai medium eksplorasi identitas dan ekspresi diri; pekerja kantoran menekankan penampilan rapi dan representatif untuk mencerminkan profesionalisme; sedangkan freelancer memilih gaya fleksibel namun merepresentasikan karakter kreatif. Penelitian menyebutkan bahwa pakaian tidak hanya sekadar pelindung tubuh, tetapi juga menyampaikan sinyal sosial yang memengaruhi persepsi orang lain terhadap kepribadian, kemampuan, dan status seseorang (Aghaei, M., Vahedi, E., & Rezvani, A., 2017).

b. Psikografis Kelompok sasaran memiliki gaya hidup yang fashionable , sangat peduli terhadap penampilan, dan aktif di media sosial. Wanita memiliki minat besar terhadap dunia fashion , kecantikan, serta gaya hidup sehat. Dari segi nilai, wanita menjunjung tinggi kepercayaan diri dan memiliki keinginan kuat untuk terus melakukan pengembangan diri (self-improvement).

c. Geografis 1) Lokasi Target audiens berada di wilayah perkotaan seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, atau Yogyakarta, di mana tren fashion dan gaya hidup lebih berkembang. Di kota-kota besar, masyarakat lebih terbuka terhadap pengetahuan tentang warna, penampilan, serta memiliki akses yang lebih mudah terhadap produk fashion , buku, media sosial, dan sumber inspirasi gaya. Hal ini menjadikan

wanita lebih responsif terhadap media visual seperti buku ilustrasi panduan fashion . 2) Lingkungan: Modern , Cosmopolitan Lingkungan urban dengan gaya hidup modern dan kosmopolitan menjadi tempat yang ideal bagi perkembangan personal branding dan ekspresi diri melalui penampilan. Individu dalam lingkungan ini cenderung mengikuti tren global, terbuka terhadap inovasi gaya, dan sadar akan pentingnya penampilan dalam berbagai konteks sosial dan profesional. 2. Targeting Target utama dari produk ini adalah wanita berusia mencakup remaja akhir berusia 17 hingga 19 tahun yang sedang dalam tahap eksplorasi gaya berpakaian, serta wanita berusia 36 hingga 40 tahun yang tinggal di kota besar. wanita umumnya aktif menggunakan media sosial, memiliki ketertarikan terhadap dunia fashion , serta membutuhkan panduan dalam memilih pakaian yang sesuai dengan warna kulit. Wanita juga memiliki keinginan untuk tampil percaya diri dan stylish dalam berbagai kesempatan. 3. Positioning Membangun citra sebagai buku panduan fashion yang informatif, praktis, dan relevan bagi wanita modern . Buku Ilustrasi Panduan Fashion “ Color Me Right ” diposisikan sebagai solusi terpercaya dalam membantu wanita memilih warna pakaian yang sesuai dengan skintone , sehingga dapat menunjang penampilan dan meningkatkan rasa percaya diri. Analisis SWOT Tabel 1 Analisis SWOT Strengths (Kekuatan) 1. Visual dari buku menarik, estetik, dan mudah dipahami. 2. Mengangkat topik yang relevan dan dibutuhkan oleh banyak wanita. 3. Menggunakan pendekatan ilustrasi dan bagian interaktif untuk meningkatkan keterlibatan pembaca. Weaknesses (Kelemahan) 1. Skintone dan seasonal color belum umum dipahami di masyarakat luas, sehingga memerlukan penjelasan ekstra. 2. Keterbatasan segmentasi ini dapat mengurangi jangkauan audiens, karena tidak mencakup kelompok usia yang lebih muda (remaja di bawah 17 tahun) maupun yang lebih tua (di atas 40 tahun) yang juga memiliki ketertarikan terhadap penampilan dan fashion . Padahal, kebutuhan informasi tentang personal color juga relevan bagi berbagai rentang usia, termasuk ibu rumah tangga, wanita dewasa, bahkan generasi muda yang sedang membentuk gaya personal. 3. Distribusi masih terbatas jika hanya dalam

bentuk cetak. Opportunities (Peluang) 1. Meningkatnya tren personal branding dan fashion yang sesuai dengan karakter individu. 2. Dapat dikembangkan menjadi platform digital (e-book, aplikasi, media sosial). 3. Potensi kolaborasi dengan brand fashion , stylist , atau komunitas perempuan.

Threats (Ancaman) 1. Banyaknya konten cepat dan instan di media sosial (filter warna otomatis, AI styling , dll). 2. Persaingan dengan media fashion populer dan influencer digital. 3. Kemungkinan kesalahan persepsi jika pembaca tidak memahami dasar teori warna dengan tepat.

Analisis Model 5W +1H

1. WHAT : Perancangan buku ilustrasi panduan fashion yang memberikan rekomendasi pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone (cool, warm, neutral) untuk wanita usia 17–40 tahun.
2. WHY : Karena banyak wanita Indonesia yang belum mengetahui cara memilih warna pakaian yang sesuai dengan skintone -nya. Buku ini dibuat untuk membantu meningkatkan kepercayaan diri dan penampilan melalui pemahaman warna.
3. WHO : Target utama adalah wanita usia 17–40 tahun, khususnya yang tinggal di daerah urban, memiliki minat terhadap fashion dan ingin memperkuat personal branding melalui gaya berpakaian yang tepat.
4. WHERE : Buku ini dirancang untuk didistribusikan secara cetak dan digital, dengan fokus pada masyarakat urban di Indonesia yang memiliki akses terhadap tren fashion dan literasi visual.
5. WHEN : Buku ini digunakan saat pembaca ingin mengenal skintone - nya, memilih atau membeli pakaian, merancang wardrobe , atau saat ingin meningkatkan gaya berpakaian sesuai karakteristik diri.
6. HOW : Melalui pendekatan edukatif dan visual seperti ilustrasi karakter, palet warna berdasarkan skintone , bagian interaktif seasonal color , tips praktis fashion , dan layout yang user-friendly untuk mempermudah pemahaman.

9 Strategi Perencanaan Media Tujuan Media Tujuan media menggambarkan apa yang ingin dicapai oleh peneliti berkenaan dengan penyampaian pesan suatu produk. Tujuan komunikasi pemasaran menjelaskan apa yang diinginkan penulis atas pikiran, perasaan, dan tindakan konsumen terhadap produk buku ilustrasi panduan fashion “ Color Me Right ”. Tujuan buku ilustrasi panduan fashion “ Color Me Right dirancang untuk memberikan arahan yang praktis dalam memilih warna

pakaian, sehingga pembaca dapat dengan mudah menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. pembaca juga diedukasi mengenai bagaimana warna dapat memengaruhi citra pribadi, khususnya dalam konteks pemilihan warna berdasarkan skintone. Wanita usia 17 hingga 40 tahun dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan selaras dalam berbusana serta memilih palet warna yang sesuai dengan karakteristik kulit. Strategi Media Strategi media dalam perancangan Color Me Right difokuskan pada penggunaan media cetak dan digital secara simultan untuk menjangkau target audiens secara efektif. Media yang digunakan mencakup media cetak seperti buku ilustrasi, poster, swatch card, serta media digital seperti Instagram sebagai platform promosi visual dipilih berdasarkan kebiasaan konsumsi visual perempuan usia 17–40 tahun yang cenderung aktif di platform online, namun tetap menghargai produk fisik yang estetik seperti buku cetak. Pendekatan yang digunakan bersifat edukatif dan inspiratif, dengan memperkuat storytelling visual dan pesan personal branding melalui warna. Pemilihan Media Pemilihan media didasarkan pada karakteristik target audiens dan sifat konten buku yang visual dan bersifat panduan. Media utama yang dipilih meliputi: A. Media Cetak Pendukung 1. Pouch Makeup dirancang sebagai media pendukung yang fungsional sekaligus merepresentasikan identitas visual dari buku Color Me Right. Dengan desain warna pastel dan teks judul buku, pouch ini tidak hanya berguna untuk menyimpan perlengkapan kecantikan, tetapi juga menjadi media pengingat akan pentingnya mengenali skintone dan menerapkan warna yang tepat dalam keseharian. 2. Seasonal color keychain berisi kumpulan palet warna berdasarkan kategori musim (Spring, Summer, Autumn, Winter), yang dirancang untuk membantu pengguna mengenali warna-warna yang cocok dengan personal color nya secara praktis. Keychain ini dibuat dalam ukuran kecil, ringan, dan mudah dibawa ke mana pun. Setiap sisi menampilkan warnanya secara visual. Media ini berfungsi sebagai alat bantu instan saat memilih pakaian atau aksesoris agar tetap sesuai dengan palet warna pribadi dalam kegiatan sehari-hari maupun saat berbelanja. 3. Poster berfungsi sebagai media edukasi sekaligus promosi visual dari isi

buku Color Me Right . Desain poster menampilkan ilustrasi karakter ber-skintone beragam, teori seasonal color , serta kutipan motivatif yang memperkuat pesan utama buku. Poster ini dapat ditempatkan di ruang kelas, studio fashion , atau kamar pribadi sebagai reminder visual yang informatif dan estetik. 4. Brosur berfungsi sebagai media cetak informatif yang menyampaikan inti dari isi buku secara ringkas dan visual. Didesain dalam bentuk lipat tiga, brosur ini memuat penjelasan personal color dan dasar mengenai skintone , undertone , serta contoh warna pakaian berdasarkan seasonal color . Brosur ini mudah dibawa dan dibagikan, cocok digunakan untuk promosi buku di pameran, sidang, maupun kegiatan edukatif lainnya. Dengan ilustrasi menarik dan bahasa yang ringan, media ini membantu audiens memahami konsep personal color secara cepat dan praktis.

B. Media Digital Pendukung 1. Instagram dipilih sebagai media digital utama karena memiliki karakter visual yang kuat dan cocok untuk menjangkau target audiens wanita usia 17–40 tahun yang aktif di media sosial. Platform ini memungkinkan penyampaian konten promosi dan edukatif secara kreatif melalui fitur-fitur seperti feeds , dan carousel post . Instagram juga memberi ruang untuk interaksi langsung melalui kolom komentar, polling , dan direct message yang mendukung keterlibatan audiens secara aktif. Dalam konteks proyek buku “ Color Me Right , Instagram dimanfaatkan untuk memperkuat visual branding melalui desain konsisten, informasi skintone dan seasonal color , serta kampanye ajakan untuk mencintai warna kulit sendiri . Biaya Media (Media Buying) Biaya media dalam proyek tugas akhir ini mencakup produksi satu eksemplar buku utama serta beberapa media pendukung cetak sebagai pelengkap dan alat bantu visual. Tujuannya adalah untuk mendukung penyampaian pesan dalam bentuk fisik yang aplikatif dan representatif terhadap konsep perancangan. Tabel 2 Perkiraan Media Buying

Jenis Media	Item	Jumlah	Harga Satuan	Total Biaya	Keterangan Media
Utama	Buku Ilustrasi A4 (40 halaman)	1 pcs	Rp 500.000	Rp 500.000	Cetak full color, kertas art paper dan hard cover , jilid spiral
Media Pendukung	Pouch Makeup	4 pcs	Rp 15.000	Rp 60.000	Desain sesuai tema

REPORT #27546287

buku, bahan kain ringan Poster A2 1 pcs Rp 20.000 Rp 20.000 Kertas 210 gr, cetak 1 sisi full color Keychain Seasonal Color 4 pcs Rp 10.000 Rp 40.000 Art carton warna, ukuran kecil, praktis dibawa Brosur A4 2 pcs Rp 16.000 Rp 26.000 Art paper 2 sisi, untuk mempromosikan buku Tabel 3 Rincian Harga Buku Deskripsi Qty Harga Satuan Subtotal Print color laser A3 1-50 26 Rp 8.000 Rp 208.000 Art Carton 230 KN 19 Rp 2.400 Rp 33.600 Art Carton 260 KN 2 Rp 2.400 Rp 4.800 Laminating doff A3 2 sisi 2 Rp 8.000 Rp 16.000 Laminating gloss A3 2 sisi 6 Rp 8.000 Rp 48.000 Laminating gloss A3 1 sisi (untuk cover) 2 Rp 1.600 Rp 3.200 Art paper 150 KN 2 Rp 5.000 Rp 10.000 Board tebal folio 1 Rp 20.000 Rp 20.000 Finishing tempel hardboard A4 (depan & belakang) 2 Rp 10.000 Rp 20.000 Finishing amplop besar 2 Rp 5.000 Rp 10.000 BC Double folio 2 Rp 2.800 Rp 5.600 Jilid ring no.8 1 Rp 13.000 Rp 13.000 Rincian biaya cetak buku “ Color Me Right ! mencakup berbagai komponen produksi mulai dari isi buku sebanyak 31 halaman bolak-balik menggunakan kertas Art Carton 230 gr , cover dengan bahan Art Paper 150 gr yang dilaminasi glossy , serta amplop custom berbahan Art Carton 230 gr dengan laminasi. Buku ini juga dilengkapi dengan insert kartu interaktif dan amplop tambahan yang dicetak secara khusus. Proses finishing meliputi pelapisan laminasi doff dan glossy , penempelan pada board tebal, serta penjilidan menggunakan ring warna putih ukuran no. 8. Keseluruhan komponen dan proses produksi menghasilkan total biaya sebesar Rp360.200 per buku. Moodboard Moodboard ini dirancang untuk mencerminkan mood , visual direction , dan nilai estetika dari buku ilustrasi Color Me Right . Komposisinya menggambarkan hubungan antara warna, identitas perempuan, dan ekspresi diri melalui fashion . Unsur-unsur yang dipilih mencerminkan gaya yang feminin, lembut, modern , dan inklusif. Penjelasan Elemen Visual Moodboard a) Barisan Perempuan Berbagai Ras & Warna Kulit (kiri atas) Menunjukkan keberagaman skintone sebagai fokus utama buku. Elemen ini menekankan inklusivitas dan memperkuat pesan bahwa setiap warna kulit memiliki keindahan dan karakter yang unik. b) Palet Warna & Kain

REPORT #27546287

Beraneka Tone (kanan atas tengah) Visual ini merepresentasikan teori seasonal color (Spring, Summer, Autumn, Winter) yang menjadi dasar utama isi buku. Palet dan kain menunjukkan variasi warna yang bisa dikenakan sesuai tone kulit, serta mengisyaratkan eksperimen dan eksplorasi warna. c) Pemandangan Kota Modern Saat Senja (kanan atas) Melambungkan latar sosial target audiens—wanita urban modern . Nuansa warna senja dalam gambar juga mendukung palet lembut dan hangat yang dipakai di seluruh desain buku. d) Isi Lemari Minimalis & Netral (kiri bawah) Mewakili konsep capsule wardrobe dan kesadaran akan personal style yang fungsional namun stylish . Palet warna netral yang digunakan mencerminkan keseimbangan visual yang mendasari ilustrasi fashion dalam buku. e) Visual Duo Wanita Asia (tengah bawah) Menegaskan representasi wanita Asia, khususnya Indonesia, sebagai bagian dari target utama buku. Gaya feminin dan clean memperkuat nuansa lembut, sopan, dan relatable yang diusung dalam seluruh karya. f) Color Palette (di bawah tulisan “ Moodboard ”) Terdiri dari rose quartz, blue pink, red wine , dan oat milk . Warna- warna ini digunakan secara konsisten dalam buku untuk membangun identitas visual yang lembut, inklusif, dan menenangkan. Palet ini juga memperkuat sisi feminin dan elegan dari brand buku. Konsep Kreatif dan Gaya Desain (Tone and Manner) a) Konsep Kreatif Konsep kreatif yang diangkat dalam perancangan buku ilustrasi “ Color Me Right ” adalah “ Color is Confidence , yang menekankan bahwa pemahaman terhadap warna yang sesuai dengan skintone bukan hanya aspek estetika, tetapi juga sebagai sarana membangun rasa percaya diri dan ekspresi diri. Buku ini dirancang sebagai panduan visual yang menggabungkan edukasi, inspirasi, dan pendekatan emosional melalui bahasa visual dan verbal yang inklusif dan empatik. Konsep ini lahir dari kebutuhan wanita usia 17–40 tahun untuk mengenali kecocokan warna pakaian dengan karakteristik kulit. Melalui visualisasi ilustratif dan pendekatan storytelling , buku ini menghadirkan pengalaman membaca yang bukan hanya informatif, tetapi juga memotivasi pembacanya untuk tampil percaya diri dengan pilihan warna yang tepat. Dalam perancangan buku “Color Your Style , konsep kreatif

dikembangkan dengan pendekatan visual yang modern dan feminin, disesuaikan dengan target pembaca perempuan usia 17–40 tahun. Artstyle yang digunakan mengarah pada ilustrasi digital semi-realistis dengan sentuhan lembut. Penggambaran karakter perempuan dalam buku ini didesain beragam, mencerminkan variasi skintone dan gaya personal yang berbeda. Warna-warna pastel dan palet netral yang elegan mendominasi tampilan visual buku, menghadirkan kesan bersih, ringan, namun tetap ekspresif. Buku ini dilengkapi dengan beberapa elemen interaktif dalam meningkatkan pengalaman pembaca,. Salah satunya adalah halaman khusus berjudul “Try me!” di mana pembaca dapat menempelkan bagian tersebut ke wajah untuk mengetahui seasonal color . Elemen-elemen ini tidak hanya membuat buku lebih menarik, tetapi juga membantu pembaca merasa lebih terlibat secara personal dalam proses pemilihan warna pakaian. Dari sisi tipografi, buku ini menggunakan kombinasi dua jenis font untuk menjaga keseimbangan antara estetika dan keterbacaan. Judul-judul utama menggunakan font bergaya serif modern yang elegan dan modis, sementara isi teks menggunakan font sans-serif yang bersih dan mudah dibaca. Pemilihan font ini dirancang untuk menegaskan identitas buku sebagai panduan fashion yang informatif namun tetap berjiwa artistik dan stylish .

b) Gaya Desain (Tone and Manner)

1. Nada Komunikasi (Tone) Buku ini menggunakan nada komunikasi yang:

- 1) Edukatif, untuk menyampaikan informasi dengan dasar teori warna dan skintone .
- 2) Empowerment , mendorong pembaca agar lebih yakin dan bangga dengan identitas warna kulit.
- 3) Hangat dan Bersahabat, agar terasa dekat dan mudah diterima oleh pembaca dari berbagai latar belakang.
- 4) Feminin dan Elegan, yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens wanita usia produktif.

2. Gaya Visual (Visual Manner)

- 1) Warna Palet warna mengikuti teori Seasonal Color Analysis (Spring, Summer, Autumn, Winter) dan disesuaikan dengan kategori skintone cool, warm , dan neutral . Dominasi warna pastel dan earth tone dengan penekanan harmoni visual.
- 2) Ilustrasi Gaya ilustrasi dalam majalah ini mengusung pendekatan visual editorial yang ekspresif dan moderen, menghadirkan figur wanita dengan berbagai skintone dalam konteks

fashion yang relevan. Ilustrasi dirancang untuk memperkuat narasi visual dengan nuansa kreatif dan artistik khas majalah, menampilkan figur wanita dengan skintone beragam dalam situasi fashion yang relevan. 3) Layout Tata letak menggunakan pendekatan asimetris yang dinamis, memadukan teknik kolase dengan elemen visual seperti potongan gambar, tekstur, ornamen grafis, dan tipografi bebas. Komposisi ini menciptakan ritme visual yang tidak konvensional namun tetap seimbang, memberikan kesan editorial yang segar, berani, dan kontemporer. 4) Tipografi Kombinasi antara Playfair Display sebagai heading dan Poppins sebagai body text (memberikan kesan modern, bersih, dan mudah dibaca). 5) Ikonografi Ikon-ikon kecil seperti tanda checklist, palet warna, kaca pembesar, atau hanger digunakan untuk memperjelas bagian tips, fakta menarik, atau kuis mini. Konsep Visual (AISAS) 1. Attention (Perhatian) 1) Tujuan Menarik perhatian audiens sejak awal melalui tampilan visual yang memikat dan penyajian konten yang langsung menggugah rasa ingin tahu pembaca terhadap isi buku. 2) Elemen Visual a) Cover yang Menonjol Desain sampul menggunakan warna pastel cerah seperti blush pink dan Beige dengan ilustrasi dress yang bermotif simple dan berwarna seperti warna kulit. b) Judul & Tipografi Kontras Judul “Color Me Right” ditampilkan dengan tipografi serif yang elegan dan tegas, dikombinasikan dengan tagline “Where Color Meets Confidence” dalam font moderen yang lembut, menciptakan daya tarik sejak pandangan pertama. c) Ilustrasi Visual Utama Menampilkan karakter perempuan dengan fashion yang stylish dan relatable, masing-masing mewakili tone warna yang berbeda (cool, warm, neutral), mengundang rasa penasaran audiens akan konten di dalamnya. d) Palet Warna Konsisten Penggunaan warna-warna dari seasonal color palette sejak halaman awal memperkuat identitas visual dan menciptakan tampilan yang harmonis namun tetap menonjol. e) Elemen Grafis Dinamis Aksen berupa brush stroke, garis organik, dan ikon kecil seperti bunga atau ikon pointer ditata secara asimetris untuk menciptakan kesan visual yang modern dan tidak monoton. 2. Interest (Ketertarikan) 1) Tujuan Tahap ini bertujuan untuk menjaga ketertarikan audiens dengan visual yang

emosional, inspiratif, dan dekat dengan pengalaman wanita dalam dunia fashion . 2) Elemen Visual a) Ilustrasi Karakter Beragam Skintone Penggambaran figur wanita dengan berbagai warna kulit (putih, kuning langsung, sawo matang) dalam gaya fashion yang relatable memperkuat rasa keterhubungan pembaca dengan isi buku. b) Palet Warna Emosional Penggunaan warna pastel dan warna dari teori seasonal (Spring, Summer, Autumn, Winter) menciptakan nuansa lembut, hangat, dan menyenangkan yang memicu ketertarikan emosional pembaca. c) Layout Dinamis dan Feminim Tata letak yang tidak kaku namun tetap rapi menciptakan alur visual yang menarik untuk dijelajahi halaman demi halaman. 3. Search (Pencarian) 1) Tujuan Mendorong audiens untuk mengeksplorasi lebih lanjut informasi yang ada dalam buku, baik mengenai skintone , warna pakaian yang sesuai, maupun cara penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. 2) Elemen Visual a) Navigasi Visual yang Jelas Penempatan judul bab, subbab, dan nomor halaman yang terstruktur memudahkan pembaca dalam mencari informasi spesifik yang wanita butuhkan. b) Ilustrasi Berbasis Musim Pengelompokan visual berdasarkan kategori seasonal color (Spring, Summer, Autumn, Winter) memudahkan pembaca dalam mencari kategori yang sesuai dengan skintone . c) Highlight & Tabel Palet Warna Penyajian tabel warna dan penandaan visual seperti highlight dan border warna membantu pembaca membandingkan dan menemukan warna yang paling cocok secara cepat. d) Petunjuk Interaktif Arahan seperti “ Try Me ” di halaman interaktif menjadi stimulus eksploratif yang mengarahkan pembaca untuk menggali lebih dalam isi buku. 4. Action (Tindakan) 1) Tujuan Mendorong pembaca untuk mengambil tindakan setelah memahami isi buku, seperti mencoba memadukan warna pakaian sesuai skintone , atau mulai membangun gaya pribadi berdasarkan palet yang disarankan. 2) Elemen Visual a) Ilustrasi Capsule Wardrobe Visual perbandingan outfit dalam berbagai warna untuk setiap kategori skintone , membantu pembaca membayangkan aplikasi langsung dalam kehidupan sehari-hari. b) Tips Praktis dalam Bubble Text Tips-tips singkat seperti “Uji foundation di garis rahang, bukan di tangan, agar hasilnya lebih akurat dengan warna wajah dan leher. diletakkan

dalam speech bubble atau highlight box untuk memudahkan aksi spontan. c) Ilustrasi Gaya Sehari-hari Visual outfit dalam situasi kasual, kerja, dan formal, memberikan inspirasi nyata agar pembaca langsung menerapkan informasi yang telah pelajari. 5. Share (Berbagi) 1) Tujuan Mendorong pembaca untuk membagikan pengalaman dan pengetahuan dari buku ini melalui media sosial atau percakapan pribadi, serta memperluas dampak buku secara organik. 2) Elemen Visual a) Desain Halaman Instagramable Beberapa halaman dirancang dengan layout menarik yang cocok untuk diabadikan dan dibagikan di media sosial, seperti color quote , ilustrasi skintone , dan style board . b) Ilustrasi Representatif Visual karakter yang mewakili berbagai warna kulit menumbuhkan rasa representasi dan kebanggaan, mendorong pembaca untuk membagikan cerita atau pengalamannya secara personal. c) Kutipan Positif dan Empowering Kalimat seperti “Perbedaan warna kulit bukan untuk dibandingkan, tapi untuk dihargai dan dirayakan menjadi konten yang mudah dibagikan dan menginspirasi sesama pembaca. Visual Utama Visual utama dalam perancangan buku Color Me Right berupa ilustrasi karakter perempuan dengan beragam skintone yang mewakili kategori cool, warm, dan neutral . Ilustrasi ini dibuat dengan foto realistis yang lembut, ekspresif, dan feminin, menyesuaikan dengan tone komunikasi buku yang bersifat ramah dan empatik. Setiap karakter ditampilkan dengan pakaian dan warna yang sesuai dengan kategori undertone -nya, sehingga pembaca dapat dengan mudah mengidentifikasi warna yang cocok bagi diri sendiri. Visual Pendukung Visual pendukung dalam buku Color Me Right berfungsi melengkapi visual utama dan memberikan konteks tambahan yang memperkuat pesan serta nuansa estetika secara keseluruhan. Elemen ini mencakup background , elemen dekoratif, ikon, super graphic , dan layout pendukung yang tersebar di setiap halaman 1. Isi Visual Pendukung a) Background (BG) Latar belakang yang digunakan berfungsi menciptakan nuansa yang lembut dan elegan, seperti gradasi warna pastel (blush pink, beige, off white) yang mendukung tone feminin dan modern . Contohnya, latar belakang bertekstur lembut digunakan pada halaman rekomendasi warna untuk menekankan kesan personal dan ramah. b) Elemen

Estetika Elemen visual seperti garis lengkung, bentuk bulat semi-transparan, dan brush stroke digunakan sebagai pengisi ruang kosong sekaligus memperkuat identitas visual yang artistik dan organik. Warna-warna yang digunakan pada elemen ini diambil dari palet musim (Spring, Summer, Autumn, Winter) yang menjadi dasar teori warna dalam buku ini. c) Super Graphics Super graphic berupa ikon warna, angka besar, dan highlight warna diterapkan untuk memberi penekanan visual dan navigasi antar halaman. Tipografi pendukung seperti quote text, nomor halaman dengan elemen bunga, serta frame ilustrasi juga menambah kekuatan estetis buku secara menyeluruh. d) Layout Pendukung Struktur tata letak seperti pembagian warna dalam bentuk lingkaran pada bagian seasonal color, layout wardrobe, hingga halaman makeup dibuat dengan ritme visual yang konsisten dan mudah dipahami. Layout ini memudahkan pembaca mengikuti alur panduan secara visual tanpa terasa berat. e) Text Overlays / Teks Grafis Kalimat pendek seperti kutipan motivatif atau tagline “Perbedaan warna kulit bukan untuk dibandingkan, tapi untuk dihargai dan dirayakan” ditambahkan dalam beberapa halaman untuk memberi sentuhan emosional yang memperkuat pesan kepercayaan diri melalui fashion. Konsep Verbal Konsep verbal dalam perancangan buku Color Me Right menggunakan gaya bahasa yang edukatif, ramah, dan memberdayakan, ditujukan untuk perempuan usia 17–40 tahun. Pemilihan kata dan struktur kalimat disusun agar mudah dipahami namun tetap memberi kesan personal dan inspiratif. Bahasa yang digunakan bersifat afirmatif dan komunikatif, untuk membangun kedekatan emosional dengan pembaca serta mendukung pesan utama buku, yaitu pentingnya mengenali warna kulit untuk tampil percaya diri. Seluruh headline, subheadline, dan bodycopy dikembangkan secara konsisten dengan tone yang lembut, positif, dan membangun. Tagline “Find Your Perfect Tone, Own Your Look! Kata “Find” menekankan proses eksploratif dan personal—bahwa setiap orang memiliki warna kulit (skintone) yang unik, dan memahami tone ini adalah langkah pertama menuju penampilan yang lebih selaras dan percaya diri. Kalimat ini juga membingkai kegiatan memilih warna pakaian bukan sekadar soal estetika,

tetapi sebagai bentuk pemahaman dan penerimaan terhadap identitas diri. Sementara itu, frasa “Own Your Look” menyampaikan pesan keberanian dan kepemilikan atas gaya pribadi. Setelah mengenali warna yang paling sesuai, pembaca diajak untuk tampil dengan percaya diri dan menjadikan penampilannya sebagai representasi dari siapa dirinya. Tidak hanya mengikuti tren atau standar umum, tetapi benar-benar memiliki dan menghidupi penampilan wanita sendiri. Tagline ini sejalan dengan tujuan buku, yaitu memberikan panduan visual yang praktis sekaligus membangun hubungan yang lebih dalam antara warna, kepribadian, dan rasa percaya diri. Headline, Sub Headline, Bodycopy Headline berfungsi sebagai judul utama halaman, yaitu “Apa itu Skintone dan Undertone?”, yang langsung mengarahkan pembaca pada topik yang dibahas. Subheadline berupa kalimat singkat “Kenali warna dasar kulitmu untuk menemukan harmoni dalam berpakaian dan mengekspresikan diri”, digunakan untuk memperjelas tujuan dari konten halaman. Bodycopy berisi penjelasan singkat dan informatif mengenai perbedaan skintone dan undertone serta fungsinya dalam menentukan pilihan warna yang sesuai untuk fashion dan makeup. Tipografi/Jenis Huruf Tipografi berfokus pada pemilihan jenis huruf dan penataan teks untuk memperkuat pesan visual serta membentuk kesan visual yang selaras dengan tema buku. Penggunaan jenis huruf yang tepat tidak hanya memengaruhi keterbacaan, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun identitas visual yang kohesif dan estetik.

Isi Tipografi/Jenis Huruf a) Kind Avenue (Handwritten Font) Digunakan pada bagian cover depan untuk menciptakan kesan personal, hangat, dan ramah. Jenis huruf ini memberi sentuhan feminin dan lembut yang sesuai dengan konsep visual buku. Gaya tulisan tangan ini juga menambah nuansa emosional dan ekspresif, menjadikan tampilan awal buku terasa mengundang dan tidak kaku. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025) Gambar 1

Font Kind Avenue b) Playfair Display (Serif Font) Dipilih sebagai font untuk judul setiap bab. Karakter serif-nya memberikan kesan elegan, profesional, dan kuat. Jenis huruf ini memberi kedalaman visual dan kontras yang jelas dibandingkan elemen teks lain, sehingga cocok untuk menarik perhatian pembaca pada awal setiap bagian penting. (Sumber:

Dokumentasi Penulis, 2025) c) Poppins (Sans-Serif Font) Digunakan untuk isi utama teks (body copy) karena bentuknya yang modern , bersih, dan mudah dibaca. Poppins memiliki proporsi huruf yang seimbang dan sirkular, sehingga nyaman di mata saat digunakan dalam jumlah banyak. Font ini juga digunakan pada caption , interaktif, dan informasi tambahan untuk menjaga kesan minimalis dan fungsional. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 2 Font Playfair Display Gambar 3 Font Poppins d) Pengaturan Teks

Ukuran font untuk headline dibuat lebih besar dan tegas agar langsung menarik perhatian, sedangkan subheadline dan body text menggunakan ukuran lebih kecil dan konsisten. Pemanfaatan white space di sekitar teks bertujuan memberi ruang napas visual, memperkuat fokus pembaca, serta menjaga komposisi halaman agar tidak terasa penuh atau berat. Konsep Perancangan (Layout dan Komposisi) Konsep perancangan dalam buku Color Me Right berfokus pada penataan elemen-elemen visual secara terstruktur, bersih, dan komunikatif. Tujuannya adalah untuk memastikan semua elemen visual— ilustrasi, teks, ikon, dan palet warna tersusun secara harmonis agar mampu menyampaikan informasi secara efektif sekaligus menciptakan pengalaman membaca yang menyenangkan dan estetik bagi audiens.

1. Layout (Penataan Elemen Visual)

a) Modular Grid Layout Digunakan untuk halaman informasi skintone dan kategori warna (cool, warm, neutral). Layout ini membantu menyusun elemen visual seperti teks, swatch, dan ilustrasi secara rapi dan konsisten antar halaman, sehingga memudahkan navigasi visual pembaca

b) Asymmetrical Layout Digunakan pada halaman editorial dan inspirasi gaya, seperti perpaduan outfit dan warna fashion . Tata letak ini memberi kesan dinamis dan kreatif, sekaligus mencerminkan ekspresi bebas dalam gaya berbusana yang sesuai dengan tone kulit

c) Z-Pattern Layout Diterapkan pada bagian edukasi dasar seperti pengenalan undertone, seasonal color , atau tips visual. Pola Z membantu mata pembaca mengikuti alur informasi secara natural dari kiri atas ke kanan bawah dengan lebih efektif

d) Full Bleed Visual Layout Digunakan pada halaman transisi atau inspirasi visual untuk memberikan ruang ilustrasi tampil penuh. Ini menciptakan

suasana yang immersive , memperkuat nilai estetika dan memberi “jeda” visual antarkonten informatif. e) Typographic Emphasis Layout Digunakan pada halaman kutipan, pesan motivatif, atau call to action . Layout ini menonjolkan elemen teks dengan ukuran besar, penempatan sentral, dan perpaduan warna yang kontras untuk memberikan dampak emosional dan mendorong keterlibatan pembaca. f) White Space Balance Dalam keseluruhan layout , penggunaan white space (ruang kosong) diatur dengan cermat agar halaman tidak terlihat penuh sesak. Ruang ini juga memberi kesan modern, rapi, dan profesional, sekaligus memperjelas hirarki visual antara teks dan ilustrasi. g) Fokus Visual Ilustrasi karakter utama dalam setiap bagian, seperti figur representatif dari masing-masing skintone , diletakkan di area sentral halaman dengan visual hierarchy yang jelas. Warna dan posisi karakter diperkuat agar menjadi titik fokus pertama yang dilihat pembaca sebelum mengakses teks atau informasi pendukung. h) Komposisi Teks dan Gambar Penataan antara teks dan gambar dijaga agar tetap seimbang dan tidak saling menutupi. Headline dan kutipan motivasi diletakkan di bagian atas atau bawah gambar dengan font yang cukup besar untuk menarik perhatian, namun tetap mempertahankan keterbacaan dan tidak mengganggu elemen ilustrasi utama.

2. Komposisi Visual (Struktur dan Penataan Elemen)

a) Visual Hierarchy (Hierarki Visual) Elemen-elemen penting seperti judul bab, ilustrasi karakter, dan palet warna utama diletakkan di posisi menonjol dan dengan ukuran visual yang lebih besar. Elemen pendukung seperti teks deskriptif, tips, atau bagian interaktif tampil dalam ukuran lebih kecil dan berada di area bawah atau samping halaman. b) Balance (Keseimbangan) Perancangan menggunakan perpaduan antara keseimbangan simetris dan asimetris. Simetri digunakan pada halaman yang berisi daftar warna atau panduan kuis untuk menciptakan keteraturan. Sedangkan komposisi asimetris digunakan pada halaman fashion mix & match untuk memberi kesan dinamis dan modern . c) Framing Ilustrasi karakter dan fashion item diberikan framing berupa background berbentuk organik atau lingkaran transparan untuk menonjolkan bagian utama dari konten. Framing ini membantu menyoroti fokus visual

tanpa mengganggu elemen lain di sekitarnya d) Leading Lines (Garis Pembimbing) Garis lengkung, arah tubuh karakter, dan posisi elemen dekoratif digunakan sebagai leading lines untuk mengarahkan pandangan pembaca secara alami ke poin-poin penting seperti palet warna, wajah karakter, atau tips mode . Elemen ini membantu menjaga alur visual agar tetap nyaman diikuti. Final Artwork Final Artwork merupakan tahap akhir dari proses perancangan buku ilustrasi “ Color Me Right ”. Pada bagian ini semua elemen visual yang telah dikembangkan dan direvisi, seperti layout halaman, ilustrasi, tipografi, dan pemilihan warna, dipresentasikan secara utuh dalam bentuk desain final yang siap cetak. Final artwork disusun berdasarkan strategi komunikasi visual yang telah dirancang sebelumnya, dengan mempertimbangkan keterbacaan, estetika, dan kesesuaian dengan target audiens, yaitu wanita usia 17–40 tahun. Setiap halaman dirancang untuk menyampaikan informasi secara jelas dan menarik, sekaligus memperkuat pesan utama tentang pentingnya pemilihan warna pakaian berdasarkan skintone . Melalui tahapan ini, rancangan buku diharapkan dapat diimplementasikan secara nyata dan efektif sebagai media edukatif serta inspiratif dalam dunia fashion .

2 BAB V PENUTUP

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemilihan warna pakaian yang sesuai dengan skintone memiliki peran penting dalam meningkatkan penampilan dan kepercayaan diri wanita, khususnya di Indonesia yang memiliki keragaman warna kulit. Minimnya literatur dan panduan praktis yang tersedia menunjukkan adanya kebutuhan nyata akan media edukatif yang dapat membantu wanita mengenali dan menerapkan teori warna dalam kehidupan sehari-hari. Melalui buku ilustrasi panduan fashion “ Color Me Right ”, peneliti berhasil merancang sebuah media visual yang edukatif, aplikatif, dan komunikatif. Buku ini tidak hanya memberikan informasi mengenai kategori skintone dan rekomendasi warna pakaian berdasarkan seasonal color , tetapi juga dilengkapi dengan ilustrasi, tips praktis, serta halaman interaktif yang memudahkan pembaca untuk memahami dan menerapkan informasi. Hasil dari perancangan ini diharapkan mampu menjadi referensi visual yang bermanfaat dan mendukung wanita usia 17–40 tahun

REPORT #27546287

dalam mengekspresikan diri secara lebih percaya diri melalui pilihan warna pakaian yang tepat. Saran 1. Buku ilustrasi dapat dicetak menggunakan material berkualitas tinggi yang tahan lama dan nyaman dibaca, seperti kertas art paper tebal dengan laminasi doff agar mendukung kesan elegan dan estetik sesuai dengan segmentasi perempuan dewasa muda. 2. Penambahan elemen interaktif seperti kuis personal color ringan, worksheet pencocokan warna, atau halaman refleksi visual dapat memperkuat keterlibatan pembaca secara personal dan aplikatif. 3. Distribusi buku sebaiknya menyasar komunitas fashion lokal, studio kecantikan, dan platform perempuan muda yang aktif di media sosial untuk memperluas jangkauan edukatif dan promosi. 4. Studi lebih lanjut mengenai preferensi warna pada kelompok usia tertentu, serta respons psikologis terhadap palet warna lokal Indonesia, dapat memperkaya pendekatan visual dan konten dalam edisi selanjutnya. Dengan pengembangan yang berkelanjutan dan pendekatan visual yang relevan, buku Color Me Right diharapkan dapat menjadi media literasi visual yang mendorong perempuan Indonesia untuk tampil percaya diri dan mengenali karakter warna kulitnya dengan lebih baik.



REPORT #27546287

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE	
1. 0.52% blog.knitto.co.id	●
https://blog.knitto.co.id/warna-baju-untuk-cool-undertone/	
INTERNET SOURCE	
2. 0.48% repo.uinmybatusangkar.ac.id	●
https://repo.uinmybatusangkar.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/25211...	
INTERNET SOURCE	
3. 0.22% ryusei.co.id	●
https://ryusei.co.id/blogs/news/menemukan-warna-yang-cocok-untuk-kulitmu-...	
INTERNET SOURCE	
4. 0.19% bkpemula.wordpress.com	●
https://bkpemula.wordpress.com/2011/12/04/model-model-analisis-data-kualit...	
INTERNET SOURCE	
5. 0.18% www.liputan6.com	●
https://www.liputan6.com/feeds/read/5904253/tujuan-brosur-dan-manfaatnya-...	
INTERNET SOURCE	
6. 0.18% repositori.uin-alauddin.ac.id	●
http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5019/1/Ummu%20Khaera.pdf	
INTERNET SOURCE	
7. 0.17% ejournal.upnvj.ac.id	●
https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/download/4225/pdf/12821	
INTERNET SOURCE	
8. 0.15% bcpkontraktor.com	●
https://bcpkontraktor.com/detail-blog/Desain-Interior:-Memperindah-Ruang-Hi...	
INTERNET SOURCE	
9. 0.15% repository.iainkudus.ac.id	●
http://repository.iainkudus.ac.id/2143/5/5.%20BAB%20II.pdf	



REPORT #27546287

INTERNET SOURCE		
10. 0.14%	mediaindonesia.com	●
	https://mediaindonesia.com/humaniora/776013/warna-primer--sekunder-rahas...	
INTERNET SOURCE		
11. 0.12%	repository.unja.ac.id	●
	https://repository.unja.ac.id/4623/1/Mas%20Fitra%20Farenda_A1D114040_Artik...	
INTERNET SOURCE		
12. 0.11%	blog.knitto.co.id	●
	https://blog.knitto.co.id/cara-menentukan-undertone-dan-skin-tone/	
INTERNET SOURCE		
13. 0.1%	fitinline.com	●
	https://fitinline.com/article/read/5-cara-mudah-mengenali-warna-kulit-asli-atau..	
INTERNET SOURCE		
14. 0.08%	research.binus.ac.id	●
	https://research.binus.ac.id/wp-content/uploads/2024/09/Pedoman-Penerbitan...	
INTERNET SOURCE		
15. 0.05%	online-journal.unja.ac.id	●
	https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/download/12555/10862/338...	