

## **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)



Gambar 1 Berbagai Palet Warna Untuk Menentukan Pilihan Warna Yang Sesuai Dengan Skintone

(Sumber: <https://www.colorsavvystudio.com/what-is-personal-color-analysis>, 2025)

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.

## 2. *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.



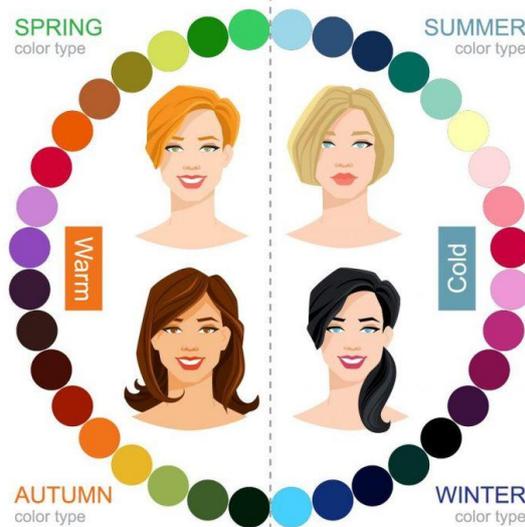
Gambar 2 *Fashion* sebagai bentuk ekspresi diri

(Sumber: [ivyandpearlboutique.com/blogs/fashion-howto/fashion-tips-from-the-pros-how-to-rock-fashion-and-nail-your-look](http://ivyandpearlboutique.com/blogs/fashion-howto/fashion-tips-from-the-pros-how-to-rock-fashion-and-nail-your-look))

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)



Gambar 2. 1 Palet warna berdasarkan Seasonal Color

(Sumber: <https://vuahanghieu.com/tin-tuc/personal-color-la-gi-cach-xac-dinh-mau-sac-ca-nhan-phu-hop-voi-ban>)

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*.

### 3. 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).

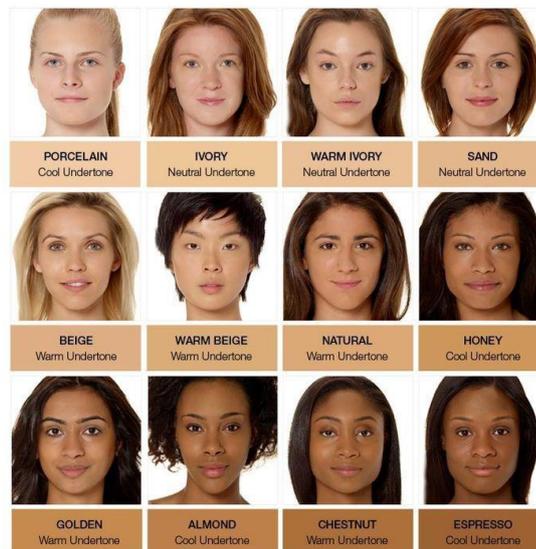


## 2.2 Tinjauan Teori

### 2.2.1 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



Gambar 3 Macam-macam Skintone

(Sumber: <https://skincaregeeks.com/skin-tone-names/>)

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).

### 2.2.2 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. Tipe *skintone* umumnya dibagi menjadi dua kategori utama, *cool tone* (dingin) dan *warm tone* (hangat). 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. Selain itu, ada juga tipe *skintone neutral*, yang merupakan kombinasi dari keduanya.



Gambar 4 Shade foundation berdasarkan skintone wanita Indonesia

(Sumber: <https://www.makeoverforall.com/product/powerstay-24h-weightless-liquid-foundation/150>.)

### Arti N, W, dan C pada penamaan shade:

1. **N = *Neutral***

Untuk warna kulit dengan *undertone* netral (tidak terlalu kuning atau kemerahan). Contoh:

1) N40 *Sand*

2) N50 *Tan*

2. **W = *Warm***

Untuk warna kulit dengan *undertone* hangat, biasanya cenderung kekuningan atau keemasan. Contoh:

1) W41 *Coral Sand*

2) W42 *Warm Sand*

3) W60 *Creme Cocoa*

3. **C = *Cool***

Untuk warna kulit dengan *undertone* dingin, biasanya cenderung kemerahan, *pink*, atau kebiruan.

Contoh:

1) C31 *Pink Beige*

2) C41 *Cool Sand*

3) C51 *Cool Tan*

4) C62 *Rich Cocoa*

Kode huruf ini digunakan untuk membantu konsumen memilih warna *complexion* yang sesuai dengan *undertone* kulitnya, bukan hanya dari terang atau gelapnya warna kulit. Hal ini penting karena pemilihan warna yang sesuai *undertone* akan membuat tampilan wajah lebih segar, alami, dan menyatu dengan baik.

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).

### 2.2.3 Buku

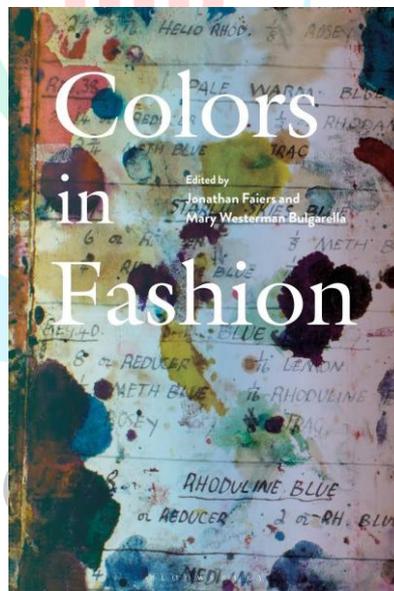
Menurut Merton (1973), buku adalah salah satu bentuk dokumentasi ilmiah yang membantu mencatat perkembangan pemikiran dan pencapaian dalam bidang tertentu. Buku berfungsi untuk menyimpan dan menyebarkan pengetahuan yang telah terbukti secara ilmiah atau diperkaya melalui penelitian. Selain itu, buku 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. 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 penggunanya (omahbse.com, 2025)



Gambar 5 Buku Panduan Tentang Fesyen

(Sumber: [https://books.google.co.id/books/about/Colors\\_in\\_Fashion](https://books.google.co.id/books/about/Colors_in_Fashion).)

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.

### 2.3 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.

## 2.4 Teori Pendukung

### 2.4.1 Tipografi

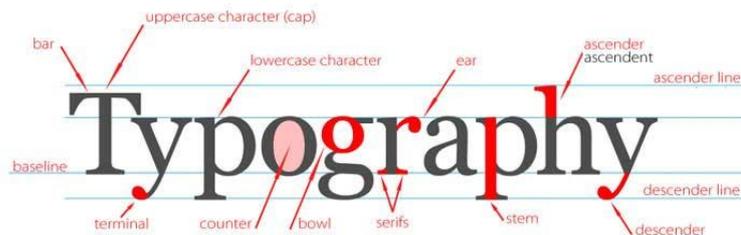
Teori pendukung selanjutnya adalah teori mengenai Tipografi. Tipografi adalah seni dan teknik dalam menyusun huruf untuk menyampaikan pesan atau informasi secara visual. Teori tipografi menurut Priscilia Yunita Wijaya (2004) membagi tipografi ke dalam tiga macam, yaitu kelompok huruf, spasi huruf, dan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



Gambar 6 Anatomi Tipografi

(Sumber: <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Tipografi-Jenis-Huruf-Part-1>)

#### 2.4.2 Warna

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.



Gambar 7 Psikologi Warna

(Sumber: 8 Ways to Use Color Psychology in Marketing (With Examples))

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 estetik, serta mendukung narasi inklusivitas warna kulit yang menjadi tema utama buku.

### 2.4.3 *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*). 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)



Gambar 8 Palet warna lembut dalam peragaan busana  
(Sumber: [Ralph Lauren\\_43.jpg \(615×922\)](#))

• 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.

#### 2.4.4 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).

#### 2.4.5 Estetika

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.

## 2.5 Kerangka Berpikir

### Bagan 1. Kerangka Berpikir

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)



## 2.6 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. 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.

