

PERANCANGAN GUIDEBOOK PEMILIHAN WARNA PAKAIAN BERDASARKAN SKIN TONE MENGGUNAKAN SEASONAL COLOR THEORY

Fitri Oktaviani¹, Marsudi²

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: fitri.19010@mhs.unesa.ac.id

²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: marsudi@unesa.ac.id

Abstrak

Banyaknya remaja Indonesia yang aktif menggunakan sosial media menimbulkan dampak positif seperti informasi yang mudah didapatkan dan pemikiran menjadi lebih terbuka terhadap persoalan *diversity*. *Diversity* mengenai perbedaan warna kulit semakin meyakinkan remaja Indonesia jika semua masyarakat dengan warna kulit yang berbeda harus diperlakukan dengan sama. Pola pikir yang perlahan berubah membuat remaja semakin percaya diri dengan warna kulit yang dimiliki. Kepercayaan diri tersebut memiliki dampak yang luar biasa di kalangan remaja, terlebih pada dunia *fashion*. Keresahan dalam pemilihan pakaian yang sesuai membuat remaja ingin mencari pakaian yang terbaik untuk warna kulit yang dimiliki, sehingga perlu adanya penelitian *guidebook* untuk menentukan warna pakaian berdasarkan warna kulit menggunakan *seasonal color theory*. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberi informasi konkret mengenai warna kulit luar dan dalam serta *seasonal color theory* yang mudah dipahami agar pembaca dapat menerima pengetahuan dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* dengan pendekatan kualitatif untuk membantu proses pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini dapat dikategorikan layak dibagikan kepada *audience* dengan nilai validasi materi sebesar 96% dan validasi media sebesar 92%.

Keywords: *Skin Tone, Pakaian, Seasonal Color Theory*

Abstract

The active involvement of Indonesian teenagers on social media has resulted in positive impacts, such as easily accessible information and a more open-minded perspective, particularly on diversity issues. Increased awareness of skin color differences convinces Indonesian teenagers that everyone with different skin tones should be treated equally. The gradually changing mindset boosts teenagers' confidence in their own skin color. This newfound self-confidence has a remarkable impact, especially in the world of fashion. Concerns about choosing suitable clothing prompt teenagers to seek the best attire that complements their skin tones. Hence, there is a need for research and a guidebook to determine clothing colors based on skin tones using seasonal color theory. The purpose of this study is to provide concrete information about skin tone and undertone, as well as the easily understandable seasonal color theory to enable readers to grasp the knowledge effectively. The research employs the design thinking method with a qualitative approach to assist in the data collection process. The research are considered suitable for sharing with the audience, with an average score of 96% and 92%

Keywords: *Skin Tone, Clothes, Seasonal Color Theory*

PENDAHULUAN

Di era revolusi industri 4.0 ini banyak masyarakat yang terpengaruh dengan informasi yang didapatkan melalui *internet*. Pertanyaan dan semua rasa ingin tahu dapat terjawab dengan mudah. Data survei We are Social di tahun 2023 menyebutkan 167 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan *website* dan media sosial. Menurut data di tahun 2023 yang diperoleh dari *Good News From Indonesia*, penggunaan media sosial didominasi oleh remaja usia 18-24 tahun. Sebanyak 60,6% masyarakat mengakses media sosial untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, 58,2% untuk mengisi waktu luang, 51,2% untuk mengetahui apa yang sedang *trending* dan lain sebagainya.

Banyak informasi seperti *diversity* menjadikan remaja berpikir lebih terbuka mengenai perbedaan khususnya perbedaan ras kulit. *Diversity* mengenai perbedaan warna kulit semakin meyakinkan remaja Indonesia jika semua masyarakat dengan warna kulit yang berbeda harus diperlakukan dengan sama. Pola pikir yang perlahan berubah membuat remaja semakin percaya diri dengan warna kulit yang dimiliki. Kepercayaan diri tersebut memiliki dampak yang luar biasa di kalangan remaja, terlebih pada dunia *fashion*.

Seperti yang dikatakan oleh (Samizadeh, 2022) dalam jurnal yang berjudul *Non-Surgical Rejuvenation of Asian Faces*, *Beauty Standart* yang direpresentasikan melalui sosial media dapat mempengaruhi persepsi remaja mengenai kecantikan. Hal tersebut membuat remaja ingin menunjukkan pakaian yang mereka kenakan ke jejaring media sosial. Berdasarkan data kuesioner yang telah disebar pada 135 remaja perempuan di Indonesia, 88,9% mengaku pernah merasa tidak cocok dengan warna pakaian yang dikenakan. Menurut *fashion stylist* warna pakaian menghasilkan pesona yang berbeda berdasarkan warna kulit, rambut dan mata (Perrett & Sprengelmeyer, 2021). Dari keresahan tersebut timbullah pertanyaan baru mengenai kecocokan warna pakaian dengan *skin tone* yang dimiliki.

Thomas B. Fitzpatrick, dermatologis asal Amerika Serikat, membuat skala pembagian warna kulit menjadi 6 tipe. Berdasarkan skala

tersebut, kulit orang Indonesia termasuk dalam tipe III – V yakni kulit putih, kuning langsung, dan coklat muda (Juanita & Juliadi, 2020). Selain *skin tone*, warna pada kulit juga dipengaruhi oleh rona kulit asli (*undertone*) yakni lapisan warna di bawah kulit yang dipengaruhi oleh 3 pigmen yakni melanin, *carotene*, dan hemoglobin.. *Undertone* yang dimiliki oleh seseorang dapat mempengaruhi kecocokan warna pakaian dengan warna kulit yang dimiliki dengan mengikuti *seasonal color theory*. Teori yang mencakup empat warna musim, *winter*, *summer*, *autumn*, dan *spring* ini dipopulerkan oleh Carole Jackson dalam buku berjudul *Color Me Beautiful* di tahun 1980.

Dari data kuesioner yang telah disebar pada 135 remaja perempuan di Indonesia, sebanyak 61.5% mengetahui *seasonal color theory*. Namun 63.7% kurang paham bagaimana cara menentukan warna pakaian yang cocok dengan *skin tone* menggunakan *seasonal color theory*. Berdasarkan uraian di atas, peneliti berkontribusi mengenalkan *seasonal color theory* untuk menemukan warna pakaian yang cocok dengan *skin tone* remaja perempuan Indonesia yang terdiri dari putih, kuning langsung, dan sawo matang melalui perancangan *guidebook*.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Metode penelitian yang diterapkan pada perancangan ini adalah *design thinking*. *Design thinking* merupakan metode untuk memecahkan masalah dengan kreatif (Luchs, 2016). Menurut (Luchs, 2016), *designer* cenderung mengeksplorasi dan memecahkan masalah melalui repetisi. *Design thinking* dapat diterapkan jika masalah tidak dapat terselesaikan dengan baik dan diperlukan inovasi baru.

Perancangan ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk membantu proses pengumpulan data. Penelitian secara kualitatif akan menghasilkan informasi yang didapatkan melalui pengumpulan data, analisis, dan interpretasi (Anggito & Setiawan, 2018). Informasi yang didapat melalui wawancara, kuisisioner dan literatur membutuhkan narasumber yang terpercaya agar data yang didapatkan benar dan sesuai.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Observasi dengan menyebarkan 135 kuesioner dengan target audience remaja perempuan di Indonesia sehingga dapat diketahui seberapa pentingnya penelitian ini untuk remaja perempuan di Indonesia.

2. Wawancara

Narasumber yang akan menjadi acuan wawancara untuk penelitian ini adalah *fashion designer* dari sebuah *brand fashion* lokal yakni Jihan Alya S. yang bertanggung jawab dalam membuat desain artikel dan mengamati naik turunnya sebuah produk.

3. Literatur

Penelitian ini mencakup beberapa data dari literatur yang sudah dikumpulkan oleh penulis dengan tujuan memperoleh pemahaman dan informasi mengenai topik pengaruh *skintone* dengan warna pakaian. Dengan pemahaman melalui data yang didapatkan, penulis dapat merancang desain yang sesuai.

Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan Teknik pengumpulan data 5W1H. 5W1H merupakan singkatan dari *What* (apa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Why* (mengapa), *Where* (dimana) dan *How* (bagaimana). Teknik 5W1H adalah suatu konsep untuk pengumpulan informasi agar memperoleh informasi yang utuh tentang suatu hal (Jayanti, 2011).

Skematika Perancangan

Agar proses perancangan berjalan dengan lancar, diperlukan skematika perancangan agar lebih terstruktur. Skematika ini mencakup tahapan yang nantinya akan dijadikan pedoman saat proses merancang karya. Tahapan untuk proses perancangan ini yakni dimulai dari Identifikasi data, pengumpulan data, reduksi data, analisis data, konsep perancangan, visualisasi, validasi desain, dan diakhiri dengan final desain.

Validasi ditujukan untuk perancangan yang telah dibuat dan dilakukan proses pemeriksaan isi materi dan visual pada perancangan. Proses ini melibatkan pihak yang ahli agar isi dari perancangan tepat dan sesuai. Pihak yang terlibat adalah Michelle Monic, personal color analyst yang telah mendapatkan sertifikasi personal color dari Korea Selatan dan Sofi Najibah yang

merupakan graphic designer disebuah clothing brand. Hasil validasi kemudian akan dan dihitung menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 =$$

Keterangan:

P = Presentase

F = Jumlah Skor Penilaian

N = Jumlah Skor Maksimal

Table 1. Kategori Kelayakan

No.	Skor (%)	Kategori Kelayakan
1.	0-25%	Sangat kurang
2.	26-50%	Kurang
3.	51-75%	Baik
4.	76-100%	Sangat baik

KERANGKA TEORETIK

1. Trend Fashion pada Media Sosial sebagai Inspirasi pada Penampilan

Pakaian menjadi salah satu kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi. Pakaian mencerminkan bagaimana manusia dapat mendefinisikan dirinya sendiri (Tungate, 2008). “*You are what you wear*” merupakan kutipan yang membuktikan pentingnya pemilihan pakaian pada perempuan untuk menunjukkan identitas, body image, dan relasi sosial (Nashr, 2018). Pengaruh media digital pada perkembangan trend fashion membuat remaja selalu ingin mencoba hal baru dalam gaya berpakaian. Gaya berpakaian yang selalu berubah dari tahun ke tahun diperkenalkan melalui media sosial yang banyak diakses oleh remaja. Trend fashion muncul dari media apa saja, terutama media sosial yang menarik minat sebagian orang yang melihat dan menumbuhkan rasa apresiasi serta keinginan untuk mengikuti trend tersebut agar tidak dianggap individu yang tertinggal zaman (Noviana, 2023).

2. Psikologi Perkembangan Remaja

Masa remaja merupakan periode krisis untuk mencari identitas dirinya. Emosi pada remaja cenderung berubah-ubah dan tidak stabil dan remaja seringkali merasa harus melepaskan ketergantungan dari ekonomi dan sosial agar menjadi lebih mandiri (Ratnaningtyas, 2020). Sifat remaja yang selalu ingin tahu dengan hal

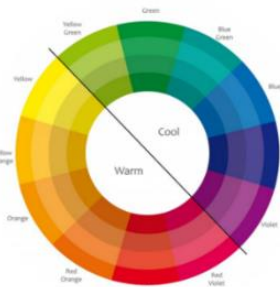
baru membuat remaja ingin bereksplorasi lebih luas untuk memuaskan dan menuntaskan rasa keingin tahunya.

3. *Self Acceptance* untuk Menghargai Diri Sendiri

Bentuk pergaulan pada remaja salah satunya adalah memaksakan untuk mengikuti pola hidup dari lingkungan sekitarnya dan membuat remaja tidak bisa menjadi diri sendiri secara utuh dan dapat menimbulkan rasa *insecure* atau kurang percaya diri. Oleh karena itu prinsip *self acceptance/ self love* harus ditanamkan pada remaja agar remaja dapat menghargai diri sendiri. *Self love* merupakan sikap kebaikan terhadap diri sendiri yang dapat dipelajari dan bertahan seumur hidup (Henschke & Sedlmeier, 2021). Penerapan *self love* diperlukan agar remaja dapat lebih mengenal dirinya, menyayangi dirinya, percaya diri, dan menghindari untuk melakukan perilaku beresiko (Astuti & Purnomosidi, 2023).

4. Hubungan Warna dan *Skintone*

Warna adalah komponen yang melekat pada desain grafis. Menurut (Middleton, 2018) klasifikasi warna dapat didasarkan pada fisik dan efek psikologis. Seperti warna hangat identik dengan warna merah, oranye, dan kuning yang mengingatkan pada api dan kehangatan. Sedangkan warna dingin identik dengan warna biru, hijau dan ungu yang mengingatkan pada es dan dingin.



Gambar 1. Warna hangat dan warna dingin
(Sumber: kelasdesain.com)

Klasifikasi warna juga meliputi warna primer, sekunder, dan tersier. Warna primer merupakan warna dasar yang tidak bisa didapatkan melalui pencampuran warna apapun. Yang termasuk warna primer adalah warna merah, kuning, dan biru. Warna sekunder adalah

warna campuran dari 2 warna primer. Contohnya, merah + kuning = oranye, kuning + biru = hijau, merah + biru = ungu. Sedangkan warna tersier adalah hasil dari campuran warna sekunder dengan warna primer. Terdapat 6 warna yang dihasilkan yakni biru-ungu, biru-hijau, kuning-hijau, kuning-oranye, merah-oranye, dan merah-ungu (Middleton, 2018).

Warna tidak hanya digunakan dalam dunia desain grafis saja, namun juga menjadi komponen penting pada dunia *fashion*. Menurut Jihan Alya, *fashion designer* asal Surabaya, warna merupakan salah satu aspek yang penting untuk dipertimbangkan sebelum memasuki proses produksi. Mempertimbangkan warna baju pada penjualan sebelumnya dapat mempengaruhi tingkat penjualan kedepannya. Selain itu, sebagai *fashion designer*, Jihan Alya juga mengaku harus memahami tren warna masa kini dan tren warna kedepannya. Menurut Louis Prang di tahun 1876, warna juga memiliki atribut atau pelengkap yang sering disebut juga sebagai *Prang Color Wheel*, meliputi *hue*, *value*, dan *intensity*.



Gambar 2. *Hue, Intensity, Value*
(Sumber: juliannakunstler.com)

5. *Skin Tone*

Seperti yang dikatakan (Nashr, 2018) pada jurnal yang berjudul “*Identifying the Role of Skin Tone in Choosing the Suitable Colors for Outfits & Fashion Accessories*”, *Skin tone* merupakan warna kulit terluar yang dapat dilihat dengan mata. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi warna kulit seperti faktor genetik, namun pada akhirnya warna kulit ditentukan oleh melanin. Melanin diproduksi oleh sel yang disebut *melanocytes* yang ada di kulit. Sel tersebut merupakan penentu utama warna kulit pada manusia (Lenahan, 2018).

6. *Undertone*

Undertone adalah rona dasar kulit yang tidak berhubungan dengan terang atau gelapnya warna kulit, dengan kata lain, *undertone* adalah

hue rona kulit bukan *value* pada warna kulit (Middleton, 2018). Terdapat 2 warna *undertone* yang akan dibahas pada perancangan ini yakni *warm* dan *cool undertone*. Pada buku karangan Katie Middleton, *Color Theory for the Make-Up Artist*, dijelaskan bahwa kulit dengan *warm undertone* memiliki warna dasar kuning. Sedangkan *cool undertone* memiliki warna dasar biru dan merah.

Undertone memiliki peran penting untuk pemilihan *Shade makeup* sampai pemilihan warna yang cocok untuk pakaian yang dikenakan setiap harinya. Remaja di jaman sekarang sangat terbuka mengenai *skin tone* dan *undertone* mereka. Produk *makeup* juga sudah dikembangkan menjadi banyak pilihan *shade* untuk kulit putih, kuning langsung, sampai sawo matang. Pemilihan *shade makeup* dan warna baju yang salah dapat mengubah warna kulit menjadi kusam dan kurang cocok dengan *skin tone* asli yang dimiliki.

Pengelompokan warna berdasarkan musim atau *season* menjadi sebuah inovasi untuk menentukan warna pakaian. Seperti percobaan yang dilakukan oleh JoAnne Richmond pada beberapa kliennya yang ia rangkum pada buku “*Color Me Beautiful 4 Seasons of Color, Makeup, and Style*”, pengelompokan warna berdasarkan musim dapat merubah penampilan menjadi lebih baik. *Seasonal color* dibedakan menjadi 4 macam, yaitu *Spring*, *Autumn*, *Summer*, dan *Winter* yang dikategorikan menurut *undertone* yang dimiliki.



Gambar 3. *Season color*
(Sumber: stylerebelmama.com)

7. *Guidebook* Sebagai Acuan dalam Memilih Warna

Guidebook atau buku panduan adalah buku yang berisi informasi guna memberi petunjuk kepada pembaca. Menurut (Sudarnoto, 2006) *guidebook* merupakan kumpulan informasi yang disusun secara padat dan siap pakai khusus dalam sebuah bidang. Isi dari *guidebook* adalah pengertian dan intruksi untuk menjalankan sebuah topik yang dibahas dalam buku tersebut. *Guidebook* atau buku panduan bersifat jelas, padat, dan terperinci karena digunakan sebagai acuan petunjuk yang akan disampaikan. Tidak ada aturan jumlah minimal halaman *guidebook*, namun alangkah baiknya jumlah halaman *guidebook* tidak lebih dari 20 halaman agar pembaca tidak bosan (Apandi, 2020).

8. Layout Buku

Layout merupakan tata letak sebuah elemen desain pada suatu media untuk menjadi pendukung konsep yang telah dibuat (Rustan, 2009). Menurut buku karya (Ambrose & Harris, 2005) layout merupakan penyusunan elemen desain untuk membuat sebuah bidang hingga membentuk susunan artistik.

a) Elemen Layout

Elemen *layout* terdiri dari elemen yang berhubungan dengan tipografi, elemen visual (gambar), serta elemen yang tidak terlihat (seperti *margin* dan *grid*). Agar *layout* yang dibuat dapat menjadi optimal, seorang desainer harus memahami peran dari setiap elemen yang digunakan (Rustan, 2009).

1. Elemen Teks

Pada elemen teks di dalam buku karangan (Rustan, 2009) terdapat bagian seperti judul, sub-judul yang berfungsi untuk memberi judul segmen dari topik yang dibahas, *body text* yang berisikan penjelasan dan informasi mengenai topik, *pull quotes* merupakan informasi penting yang ingin *highlight* guna memperkuat pesan, dan nomor halaman yang membantu pembaca untuk mengingat letak bacaan.

2. Elemen Visual

(Rustan, 2009) menjelaskan bahwa di dalam elemen visual terdapat foto, *artworks*, infografis, garis, kotak, *inset*, dan poin. Namun, pada layout sebuah buku, tidak semua elemen visual diperlukan. Pada perancangan ini hanya

akan menggunakan foto untuk memperjelas informasi yang akan disampaikan.

3. Elemen Tidak Terlihat

Elemen yang tidak terlihat terdiri dari *margin* dan *grid*. Meskipun tidak terlihat dan merupakan kerangka yang tidak akan ikut tercetak, elemen ini berperan penting untuk membantu membuat sebuah layout (Rustan, 2009). *Margin* merupakan jarak antar tepi kertas dengan area desain. *Margin* berfungsi untuk membuat layout lebih teratata dan mudah dibaca. *Grid* merupakan garis kolom horizontal dan vertikal yang membantu meletakkan elemen desain secara proposional.

b) Prinsip Layout

Prinsip *layout* berguna untuk menyempurnakan sebuah *layout* yang akan dirancang. Empat prinsip yang dapat dijadikan acuan untuk penyempurna *layout* adalah *sequence*, *emphasis*, *balance*, dan *unity* (Rustan, 2009).

1. *Sequence*

Sequence merupakan pandangan audience pada jalur *layout* dari satu area ke area lainnya (Rustan, 2009). Penting untuk memperhatikan prinsip ini karena *sequence* menentukan nyaman atau tidaknya sebuah buku untuk dibaca.

2. *Emphasis*

Emphasis merupakan sebuah penekanan pada suatu hal yang ingin ditunjukkan (Rustan, 2009). Penekanan pada prinsip ini bisa ditujukan lewat tulisan maupun warna.

3. *Balance*

Balance merupakan prinsip untuk menentukan titik berat visual yang ada pada suatu *layout* untuk menciptakan tampilan yang bagus dan nyaman. Menurut (Rustan, 2009) *balance* merupakan kesan seimbang dan berat pada sebuah elemen visual.

4. *Unity*

Unity adalah satu keselarasan dari seluruh elemen pendukung yang berfungsi untuk menyampaikan pesan pada *audience* (Rustan, 2009). *Unity* dapat tercipta karena visual yang sesuai dengan pesan yang akan disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

What (Apa), perancangan *guidebook* ini akan memberikan keuntungan bagi remaja,

terutama dalam mengedukasi remaja untuk berpenampilan lebih menarik dengan warna pakaian yang cocok dan dapat membangun rasa percaya diri.

Who (Siapa), *guidebook* ini akan berguna untuk remaja Indonesia yang sering merasa kurang cocok dengan penampilannya karena *guidebook* ini sudah dirancang dengan informasi dari sumber yang akurat.

When (Kapan), Untuk memperoleh hasil perancangan yang memuaskan, dibutuhkan waktu dan proses yang cukup lama dengan validasi melalui sumber terpercaya. Jika hasil validasi telah dinilai baik dari segi informasi dan *layout design*, maka *guidebook* dapat dikatakan memuaskan.

Why (Mengapa), penulis telah meneliti dari sumber terpercaya serta melakukan uji coba terhadap remaja perempuan dengan warna kulit yang berbeda sehingga remaja perempuan di Indonesia memerlukan *guidebook* ini sebagai pedoman.

Where (Dimana), *Guidebook* ini bisa didapatkan di *booth fashion* saat ada event tertentu serta di *outlet clothing store* yang ingin membagikan *guidebook* ini pada konsumennya.

How (Bagaimana), penulis melakukan perancangan dengan sumber yang terpercaya dan melakukan validasi dengan ahlinya. Dengan menyebarkan isi yang positif untuk pembaca serta memberi informasi yang valid, dengan *layout* yang *fresh* disertai dengan contoh foto yang menarik, *guidebook* ini dapat mudah dipahami tanpa membuat bosan para pembaca.

Konsep Kreatif

1. Bentuk Media

Hasil perancangan ini akan dibagikan melalui media berupa *guidebook* yang mudah dibawa kemana saja. *Guidebook* ini merupakan buku panduan dengan informasi yang lengkap dan singkat sehingga diharapkan dapat memberi wawasan dan informasi yang efektif dan lengkap untuk remaja perempuan di Indonesia

2. Strategi Kreatif

Tema *fun* dan *fresh* yang digunakan bertujuan untuk menaikkan *mood* pembaca agar menambah ketertarikan remaja perempuan untuk terus mengikuti tata cara yang diperintahkan pada isi *guidebook*. Ukuran *Guidebook* yang kecil, yaitu A6 potrait, sehingga lebih praktis dan

mudah dibawa. Terdiri dari 28 halaman disertai dengan *color card* agar memudahkan pembaca untuk menemukan warna pakaian yang cocok dengan *skin tone* dan *undertone* yang dimiliki.

a) Target Audience

Guidebook ini mempunyai sasaran untuk menyampaikan informasi dari hasil perancangan yakni remaja perempuan Indonesia berusia 19-24 tahun.

b) Format dan Ukuran Buku

Guidebook ini terdiri dari 28 halaman dan dicetak dengan ukuran A6 *potrait* (14.85 x 10.5cm) agar mudah dan praktis dibawa.

c) Gaya Verbal

Guidebook ini menggunakan gaya bahasa nonformal agar sesuai dengan target audience yang cenderung santai dan fleksibel.

d) Gaya Visual

Gaya visual yang digunakan pada *guidebook* ini adalah *feminine* dan *fun*. Visual yang diberikan berupa foto model dengan beberapa warna kulit yang sering dijumpai di Indonesia agar pembaca merasa lebih terhubung saat mengidentifikasi kulit mereka.

e) Teknik Visualisasi

Teknik visualisasi pada *guidebook* ini menggunakan fotografi yang merepresentasikan warna kulit Indonesia dengan menggunakan beberapa teknik seperti *full shot* dan *medium shot*. Selain itu teknik visualisasi yang digunakan adalah dengan foto ekspresif dan non ekspresif.

f) Teknik Cetak

Teknik cetak *guidebook* ini menggunakan mesin *offset* 4 warna (CMYK) dan bahan kertas art paper 150gr dengan pertimbangan keawetan buku agar tidak mudah rusak. Proses cetak dilengkapi dengan jilid menggunakan teknik *saddle stitching*.

Program Kreatif

1. Judul Buku

Guidebook yang membahas *skin tone*, *undertone*, dan teori *seasonal color* ini diberi judul "*Find Your True Color*". Sesuai dengan isi buku yang mencakup informasi mengenai *skin tone* dan *undertone* serta kiat-kiat untuk menemukan warna yang cocok dengan kulit yang dimiliki.

2. Gaya Layout

Layout yang digunakan pada *guidebook* ini memiliki gaya *fun* dan *feminine*. Dan pola narasi

pada isi *guidebook* mengikuti gerak mata agar pembaca merasa nyaman dan tidak kewalahan.

3. Warna

Guidebook ini menggunakan beberapa warna *soft* seperti pink, kuning dan biru dengan *background* putih yang bertujuan untuk menyeimbangkan kesan *fun*.



Gambar 4. *Guidebook color palette*
(Ilustrasi oleh: Oktaviani, 2023)

4. Typography

Pada *Guidebook* ini *typography* menjadi aspek penting untuk diperhatikan. Menggunakan 3 jenis *font* yang berbeda yakni, Montserrat, Nunito Sans, dan Gastony Signature. Montserrat yang terkesan lebih lebar digunakan untuk judul dari tiap sub-bab. Sedangkan Nunito Sans yang lebih kecil dan rapat digunakan untuk isi dari buku. Sementara Gastony Signature merupakan font yang bergaya Cursive menjadi font pendukung di beberapa babnya.

5. Visualisasi

Pada proses visualisasi, perancangan media dimulai dari merancang layout kasar untuk urutan isi *guidebook*, lalu membuat *moodboard* untuk objek visual pendukung yang kemudian ditata sesuai dengan rancangan *layout* awal.

6. Finishing

Mencetak *guidebook* dengan ukuran a6 menggunakan bahan artpaper yang dijilid dengan teknik *saddle stitching*.

Proses Perancangan

1. Proses Perancangan Buku.

Langkah awal untuk merancang *guidebook* ini adalah dengan membuat rancangan isi *guidebook* yang terdiri dari beberapa informasi.

a) *Seasonal Color*, menjelaskan tentang teori *seasonal color* serta contoh warnanya.

b) Macam *skin tone* di Indonesia, Memberi pengertian mengenai *skin tone* di Indonesia beserta *fun fact* mengenai *skin tone*.

c) Mengenal *Undertone*, Memberi pengertian mengenai *undertone* beserta *fun fact* mengenai *undertone*.

- d) *Important Parts*, Bagian-bagian wajah yang harus diperhatikan ketika melakukan uji coba tes warna.
- e) *Find Your Undertone*, Uji coba mencari *undertone* yang tepat dengan mengikuti intruksi yang ada.
- f) Filter Instagram, Filter *seasonal color* pada aplikasi Instagram untuk mendukung percobaan.
- g) *Find Your Best Seasonal Color*, Setelah melakukan uji coba untuk mengetahui skin tone, tahap selanjutnya adalah uji coba mencari *seasonal color* yang akan menjadi warna yang tepat untuk kulit. Pada sub-bab ini disediakan *Qr code* yang mengarah pada *google drive* yang berisi warna untuk *diprint out* sebagai properti uji coba.
- h) *Mix and Match*, Pada bagian akhir terdapat contoh pakaian berdasarkan warna *season* yang dapat menjadi *insight* untuk pembaca.

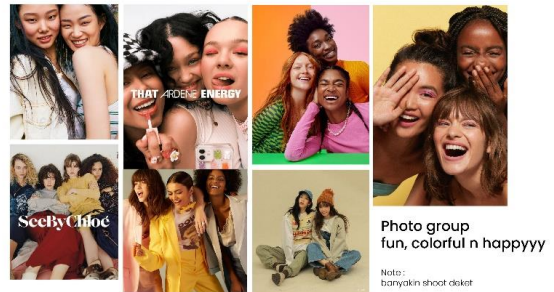
Pengembangan Visual

1. Perancangan Moodboard

Tahap selanjutnya adalah membuat *moodboard* untuk menjalankan sebuah *photoshoot*. *Photoshoot* yang mengambil tema *fun and fresh* ini memerlukan moodboard yang berfungsi untuk memudahkan jalannya *photoshoot* dengan waktu yang terbatas. *Moodboard* terdiri dari gaya dan *angle* foto yang dibagi menjadi *individual photo* dan *group photo*.



Gambar 5. *Moodboard personal photo* (Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 6. *Moodboard photo group* (Sumber: Oktaviani, 2023)

2. Proses photoshoot



Gambar 7. *Photoshoot* (Sumber: Oktaviani, 2023)



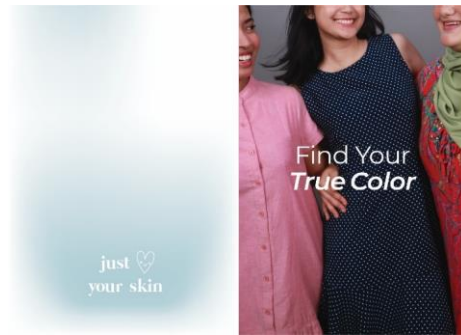
Gambar 8. *Color test* (Sumber: Oktaviani, 2023)

3. Proses Editing

Setelah tahap photoshoot, dilakukan proses editing menggunakan *software* lightroom untuk memperbaiki tone warna yang tidak sama dengan kenyataannya. Selain itu, dilakukan proses editing pada beberapa warna kain karena keterbatasan properti yang dimiliki.



Gambar 9. *Tone color editing*
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 12. *Cover*
(Sumber: Oktaviani, 2023)

Adapun proses digital imaging dilakukan menggunakan software Photoshop

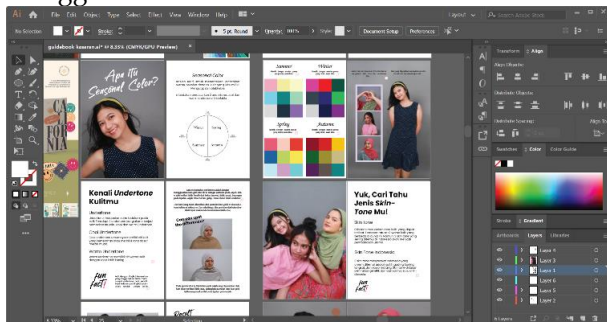


Gambar 10. *Phototshop editing*
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 13. *Kata Pengantar & Table Of Content*
(Sumber: Oktaviani, 2023)

Selanjutnya adalah proses penataan layout menggunakan software Adobe Illustrator.



Gambar 11. *Layouting*
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 14. *Pengertian Seasonal Color Theory*
(Sumber: Oktaviani, 2023)

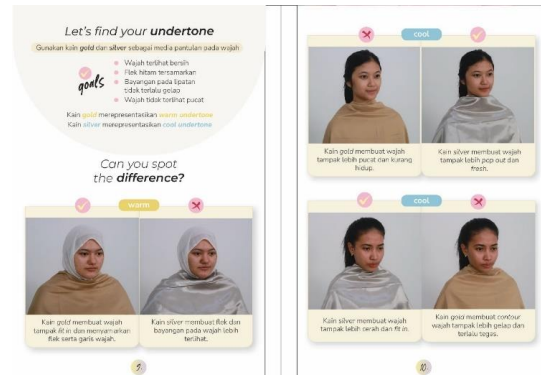
a. Karya Contoh Gambar

Setelah melalui tahapan thumbnail dan tight issue yang sudah didiskusikan dengan validator dan dosen pembimbing, terdapat beberapa halaman pada guidebook yang disetujui dan harus melalui proses rrevisi. Berikut adalah final desain yang layak untuk diproduksi.

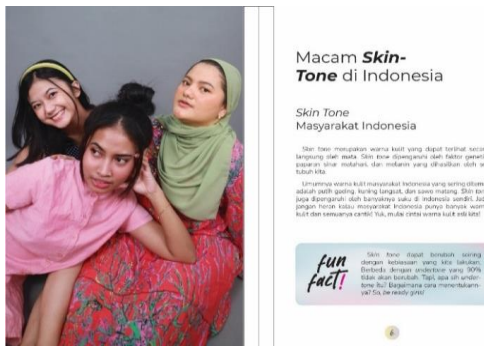
“Perancangan *Guidebook* Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan *Skin Tone* Menggunakan *Seasonal Color Theory*”



Gambar 15. Contoh Warna *Seasonal Color Theory* (Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 18. Uji Coba *Undertone* (Sumber: Oktaviani, 2023)



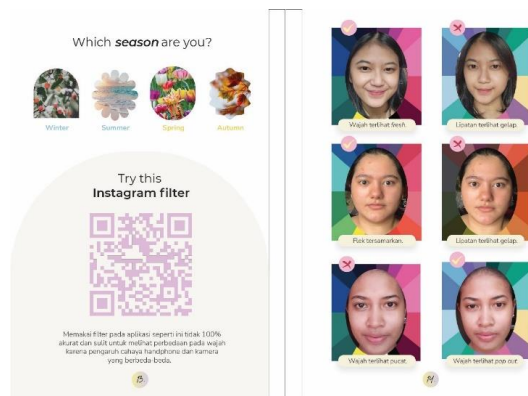
Gambar 16. Macam *Skin Tone* di Indonesia (Sumber: Oktaviani, 2023)



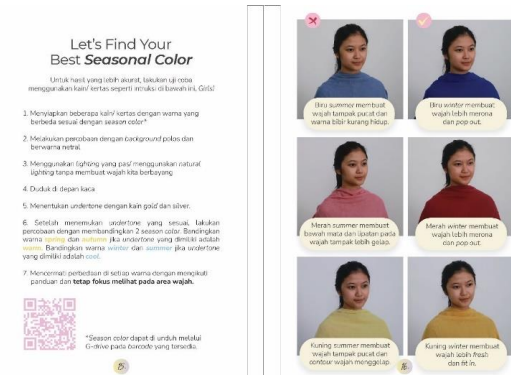
Gambar 19. *Cool Undertone & Warm Undertone* (Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 17. Pengertian *Undertone* (Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 20. *Seasonal Color Instagram Filter* (Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 21. Uji Coba Seasonal Color
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 24. Capsule Wardrobe
(Sumber: Oktaviani, 2023)



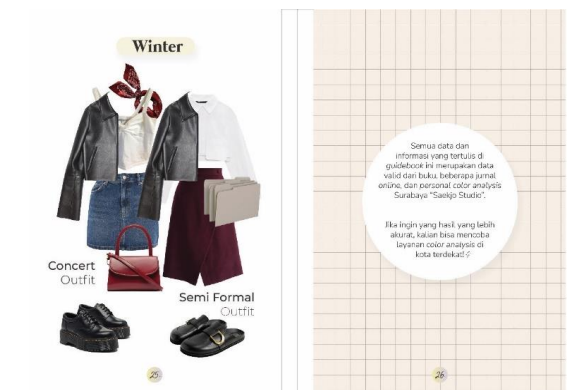
Gambar 22. Penjelasan Perbedaan Warna Seasonal Color
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 25. Kolase Baju
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 23. Digital Imaging
(Sumber: Oktaviani, 2023)



Gambar 26. Kolase Baju & Penutup
(Sumber: Oktaviani, 2023)

Validasi

Pada tahap ini dilaksanakan validasi materi dan media untuk pengecekan seberapa valid desain untuk dapat dipublikasi dan diproduksi.

1. Hasil validasi materi

Table 2. Hasil validasi materi

Aspek	Skor
Kesesuaian Informasi	9
Proses Penyampaian Pesan	9
Visualisasi	10
Kesesuaian Target Audience	10
Durasi dan Pacing	10

$$P = \frac{48}{50} \times 100\% = 96$$

2. Hasil validasi media

Table 3. Hasil validasi media

Aspek	Skor
Konsep perancangan	10
Teknik perancangan	8
Visualisasi konten	9
Kualitas foto	10
Dampak emosional	9

$$P = \frac{46}{50} \times 100\% = 92$$

Hasil dari validasi materi dan media yang telah dinilai dapat disimpulkan bahwa desain *guidebook* yang telah dibuat oleh peneliti mendapat persentase nilai sebesar 96% dan 92% yang dapat dikategorikan sangat layak untuk dipublikasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Dilandasi oleh kenyataan di lapangan bagaimana remaja perempuan Indonesia pada zaman sekarang lebih sadar dan peduli dengan perbedaan warna kulit serta cara berpakaian yang menarik sesuai dengan warna kulit yang dimiliki, *Guidebook* Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan *Skin Tone* Masyarakat Indonesia Menggunakan *Seasonal Color Theory* untuk Remaja Perempuan ini hadir untuk memberi informasi mendalam mengenai macam *skin tone*, undertone, *seasonal color* serta tata cara untuk menguji cobanya.

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan data penelitian yang didapatkan dari wawancara sumber terpercaya dan observasi

lapangan dengan target audience remaja perempuan di Indonesia.

Pada perancangan ini terdapat beberapa saran untuk menjadi pelajaran kedepannya. Salah satunya adalah dengan mengamati timeline saat proses produksi berjalan agar tidak ada yang terlewat. Selain itu membuat perancangan dengan waktu yang lebih efisien agar hasil perancangan bisa lebih baik.

REFERENSI

- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Basic Design 02: Layout*.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Apandi, I. (2020, October 23). Retrieved from kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/idrisapandi/5f930415d541df356c63f602/mengenal-buku-panduan-pedoman?page=all&page_images=1
- Astuti, D. W., & Purnomosidi, F. (2023). Implementasi Self Love pada Remaja.
- Henschke, E., & Sedlmeier, P. (2021). *What is self-love? Redefinition of a controversial construct*.
- Jayanti, R. (2011). Penerapan Teknik 5W 1H Dalam Memahami Cerita.
- Juanita, R., & Juliadi, D. (2020). Penetapan Potensi Tabir Surya Krim Ekstrak Etanol Daun Ceremai (*Phyllanthus Acidus L.*) Dengan Spektrofotometri Uv-vis. 56.
- Lenahan, B. (2018). WHAT IS MY SKIN TONE? A GUIDE TO FINDING YOUR UNDERTONE. *COLORESCIENCE*.
- Luchs, M. G. (2016). *Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA*.
- Middleton, K. (2018). *Color Theory for the Make-up Artist: Understanding Color and Light for Beauty and Special Effects*.
- Nashr, M. (2018). Identifying the Role of Skin Tone in Choosing the Suitable Colors for Outfits & Fashion Accessories.
- Noviana, R. B. (2023). Pengaruh Trend Dan Gaya Hidup Fashionable Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo.

- Perrett, D. I., & Sprengelmeyer, R. (2021). Clothing Aesthetics: Consistent Colour Choices to Match Fair and Tanned Skin Tones. 3.
- Ratnaningtyas, A. (2020). Modul Psikologi Remaja.
- Rustan, S. (2009). Layout, Dasar & Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samizadeh, S. (2022). *Non-Surgical Rejuvenation of Asian Faces*.
- Sudarnoto, A. H. (2006). *Pengantar Manajemen Perpustakaan Madrasah*. Jakarta.
- Tungate, M. (2008). *Branded Male : Marketing to Men*.