

**PERANCANGAN KARAKTER BUKU ILUSTRASI FASHION UNTUK REMAJA GENERASI Z
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN SELF-ESTEEM MELALUI BERPAKAIAN**

Aulia Rahma Putri Maloka¹, Alfian Candra Ayuswantana², Widyasari³

^{1, 2, 3} Arsiterktur dan Desain/Desan Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim

Article History

Received : 5-Juni-2024
Revised : 17-Juni-2024
Accepted : 05-Juli-2024
Published : 06-Juli-2024

Corresponding author*:

Aulia Rahma Putri Maloka

Contact:

darkteens01@gmail.com

Cite This Article:

Maloka, A. R. P., Ayuswantana, A. C. ., & Widyasari, W. (2024). PERANCANGAN KARAKTER BUKU ILUSTRASI FASHION UNTUK REMAJA GENERASI Z SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN SELF-ESTEEM MELALUI BERPAKAIAN. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(04), 73–80.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i04.1270>

Abstract: *Appearance is often important for teenagers because it becomes their identity. Appearance can also have a positive and negative impact on teenagers. Especially for generation Z teenagers who are teenagers with digital technology in the form of social media that has developed rapidly. Various introductions and information in social media encourage generation Z teenagers to recognize ongoing trends, one of which is in fashion. They provide references to each other regarding the fashion they wear until this habit becomes a demand to be equal in an association. So that it can be a negative impact if there is a sense of dissatisfaction in appearance which results in decreased self-confidence, so that the level of self-esteem becomes low. Insight into fashion is needed to avoid mismatches in appearance that affect the self-confidence of generation Z adolescents.*

Keywords: *Illustration, Fashion Style, Generation Z Teenagers, Self-esteem.*

Abstrak: Penampilan seringkali menjadi hal penting bagi remaja karena menjadi identitas bagi diri mereka. Penampilan juga dapat menjadi dampak positif dan negatif bagi remaja. Terutama bagi remaja generasi Z yang merupakan remaja dengan teknologi digital berupa media sosial yang sudah berkembang pesat. Berbagai pengenalan dan informasi dalam media sosial mendorong remaja generasi Z mengenali tren yang sedang berlangsung salah satunya dalam fashion. Mereka saling memberikan referensi satu sama lain mengenai fashion yang mereka kenakan hingga kebiasaan tersebut menjadi tuntutan untuk menjadi setara dalam suatu pergaulan. Sehingga dapat menjadi dampak negatif apabila terjadi rasa kurang puas dalam penampilan yang mengakibatkan kepercayaan diri menurun, sehingga tingkat self-esteem menjadi rendah. Wawasan mengenai fashion dibutuhkan untuk menghindari ketidakcocokan dalam penampilan yang berpengaruh dengan rasa percaya diri remaja generasi Z.

Kata Kunci: *Ilustrasi, Style Fashion, Remaja Generasi Z, Self-esteem*

PENDAHULUAN

Penampilan seringkali menjadi hal penting bagi remaja karena menjadi identitas bagi diri mereka. Dalam beberapa kasus, penampilan menjadi sebuah dinamika kompetitif dimana remaja harus menyesuaikan penampilan sesuai dengan kelompok tertentu yang mereka ikuti agar “dianggap” di dalam kelompok tersebut. Remaja yang dimaksud dalam pembahasan ini yaitu remaja generasi Z dengan usia 18-26 tahun. Generasi Z, yaitu generasi yang lahir pada antara tahun 1997 sampai dengan 2012, atau sering disebut sebagai digital natives. Karena remaja generasi Z memiliki hubungan yang erat dengan teknologi (Zorn, 2022).

Teknologi mereka gunakan sebagai alat komunikasi dan interaksi satu sama lain menggunakan platform pesan teks, media sosial, obrolan video, dan aplikasi lainnya. Dalam Artikel Bruce Tulgan “Meet Generation Z : The Second Generation Within the Giant ‘Millennial’ Cohort” menjelaskan bahwa remaja generasi Z memiliki kemudahan dalam menjelajah dan terkoneksi dengan banyak orang di berbagai tempat secara virtual melalui koneksi internet. Menyebabkan mereka memiliki pola pikir global (global mindset) (Simbolon et al., 2021). Hal tersebut membuat keterbukaan generasi Z dalam menerima berbagai pandangan dan pola pikir, menyebabkan mereka mudah menerima keragaman dan perbedaan pandangan akan suatu hal. Namun, dampak negatifnya remaja generasi Z menjadi sulit mendefinisikan dirinya sendiri. Identitas diri yang terbentuk sering kali berubah berdasarkan pada berbagai hal yang mempengaruhi mereka berpikir dan bersikap terhadap sesuatu. Begitu pula dalam penampilan, melalui platform media sosial yang menampilkan tren atau mode yang terus berkembang setiap tahunnya. Remaja generasi Z yang peka terhadap tren ataupun mode terbaru membuat mereka berusaha mengikuti hingga menciptakan tren mereka sendiri. Hal tersebut secara tidak langsung menjadi ajang berkompetisi dalam penampilan dengan teman maupun dengan orang lain.

Penampilan merupakan aspek yang saling berkaitan dengan fashion dan menjadi bagian penting dari kehidupan sosial sebagai identitas seseorang. Menurut Nurul dalam penelitiannya, fashion adalah bentuk pengaplikasian dari busana atau aksesoris yang dipakai sesuai dengan perkembangan zaman. Fashion selalu dapat berubah seiring berjalannya waktu dan selalu memunculkan model terbaru yang inovatif (Arsita, 2022). Adanya internet dan media online layaknya instagram yang menampilkan banyak inspirasi terkait fashion yang kekinian memungkinkan para penggunanya untuk mengikuti tren. Dalam artikel penelitian Rahmawati juga menjelaskan bahwa saat ini gaya penampilan seseorang dalam keseharian sangat diperhatikan. Terutama di kalangan remaja, mereka akan berlomba-lomba menunjukkan fashion terbaik mereka agar selalu terlihat stylish dan tidak ketinggalan zaman, sehingga munculnya perasaan ingin diterima, takut dikucilkan dan rasa ingin di apresiasi oleh orang lain (Maslatun Nisak & Sulistyowati, 2022). Pada dasarnya orang yang puas dengan keadaan dan penampilan fisik mereka umumnya memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi. Banyak unggahan dalam media sosial yang membahas mengenai tren fashion yang sedang ramai digemari pada era saat ini.

Mereka saling mengunggah outfit sehari-hari ke dalam media sosial. Saling membagi referensi mengenai kombinasi pakaian yang mereka kenakan ketika berkegiatan. Dalam penelitian NK Yuni D disebutkan bahwa fashion telah menjadi sebuah ciri khas dan kepribadian seseorang. Fashion telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari setiap individu. Cara seseorang berpakaian yang mengikuti tren fashion memperlihatkan kepribadian dan idealisme seseorang. Hal tersebut merupakan pengaruh positif dari perkembangan fashion di kalangan remaja generasi Z. Menjadikan Z tidak hanya kreatif dalam mengolah perkembangan teknologi yang ada namun juga kreatif dan berani menampilkan jati diri mereka (Kadek & Diantari, 2021).

Ajang kompetisi melalui penampilan yang dilakukan melalui platform media sosial juga dapat berdampak negatif. Apabila tidak memenuhi standar akibat tidak dapat mengikuti perkembangan tren dapat meningkatkan kecemasan sehingga menjadi sebuah tekanan psikologis. Kecemasan tersebut berubah menjadi overthinking bagi mereka dan menumbuhkan negative mindset dalam hal penampilan. Seperti adanya rasa tidak puas dengan penampilan mereka sendiri karena merasa fisik mereka kurang dalam mengikuti tren penampilan yang sedang ramai digunakan (Hasna Farida et al., 2021). Remaja generasi Z akan merasa kurang menarik jika tidak dapat memenuhi standar penampilan teman sebayanya. Sehingga mereka akan membandingkan diri mereka dengan teman-teman sebayanya atau dengan tokoh publik yang tampak “sempurna” di media sosial melalui pandangan mereka. Pikiran negatif tersebut membuat mereka merasa rendah diri atau dapat disebut penurunan self-disclosure dalam diri remaja. Dalam penelitian Evelin juga menjelaskan bahwa terjadinya self-disclosure disebabkan oleh rasa percaya diri yang tinggi dan tidak adanya rasa takut akan penilaian orang lain. Sebaliknya self-disclosure akan sulit dilakukan karena kurangnya kepercayaan diri serta rasa takut akan penilaian dari orang lain. Sehingga melalui ajang berkompetisi dalam penampilan pada platform media sosial menumbuhkan perasaan tidak berharga akibat tidak dapat mencapai ekspektasi yang ada dalam pikiran mereka atau dapat disebut sebagai penurunan self-disclosure pada remaja generasi Z (Selfilia Arum Kristanti & Eva, 2022).

Negative self-disclosure menumbuhkan perasaan seperti merasa tidak berharga, tidak mampu, dan tidak pantas hingga mempengaruhi emosional dan psikologis atau disebut sebagai penurunan self-esteem. Self-esteem sendiri adalah penilaian yang dimiliki seseorang terhadap nilai diri mereka sendiri. Mengenai nilai mereka melalui keberhasilan yang mereka capai, kompetensi dalam lingkungan, serta bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri secara keseluruhan. Hal tersebut juga berpengaruh dengan kepercayaan diri seseorang terhadap diri mereka sendiri. Pengertian self-esteem menurut penelitian self-esteem dipandang sebagai sikap, self-esteem menunjuk pada suatu objek tertentu yang melibatkan reaksi kognitif, emosi, dan perilaku, baik positif maupun negatif. Dianggap sebagai respon psikologis seseorang terhadap dirinya sendiri, lebih dari sekedar sikap (Andhika Anggawira et al., 2022).

Hal tersebut menjadi permasalahan bagi remaja generasi Z mengenai rendahnya self-esteem dalam diri mereka akibat wawasan mengenai fashion yang kurang sehingga menghasilkan penampilan yang kurang memuaskan. Melalui pembentukan karakter menyesuaikan dengan permasalahan mengenai fashion yang mereka alami akan membuat mereka merasakan empati terhadap pengalaman mereka sehingga mereka akan lebih terhubung dengan informasi yang diberikan dalam isi buku. Permasalahan dan solusi yang diberikan akan dikemas menjadi beberapa narasi cerita yang dibawakan oleh karakter utama dari perancangan. Media yang digunakan untuk merealisasikan perancangan berupa buku, sebab buku dapat membantu meningkatkan kualitas edukasi melalui wawasan yang diberikan. Buku masih menjadi sumber

pengetahuan yang penting dalam pembelajaran. Buku menawarkan banyak keuntungan sebagai alat belajar, terutama dalam memberikan pemahaman yang terstruktur dan kompleks (Mufasa, 2023).

METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif dan metode *design thinking*. Metode kualitatif digunakan agar mengetahui persentase mengenai kebutuhan dari target segmentasi mengenai perancangan yang dibahas khususnya bentuk karakter yang akan dibawakan. Sedangkan metode *design thinking* adalah metode penyelesaian masalah yang berfokus kepada pengguna (*user*). Penggunaan metode *design thinking* digunakan untuk memperjelas fungsi dan tujuan dari perancangan. Berikut merupakan tahapan dari *design thinking*:

Design Thinking

1. *Emphatize*

Pembuatan karakter dibuat dengan gaya ilustrasi semi realis dengan tujuan agar pembaca mengetahui bentuk pakaian yang menjadi referensi. Sebab dalam ilustrasi buku *fashion*, bentuk ilustrasi mengenai pakaian yang dipaparkan tidak boleh jauh berbeda dari bentuk aslinya agar tidak menimbulkan kebingungan pembaca dalam mengikuti referensi yang dipaparkan. Tujuan dari perancangan ini yaitu agar remaja generasi Z mendapat solusi dari permasalahan mereka mengenai kombinasi pakaian yang sesuai bagi mereka, menemukan karakter mereka melalui berpakaian, dan meningkatkan *self-esteem* mereka. Target segmentasi pada perancangan ini yaitu remaja generasi Z usia 18-26 tahun. Untuk memperkuat data perancangan, penulis melakukan wawancara, studi literatur, dan observasi secara langsung dan tidak langsung melalui platform kreatif *pinterest* dan *behance*).

2. *Define*

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui observasi secara tidak langsung, wawancara, dan studi literatur, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas remaja generasi Z banyak ditemukan mengalami kesulitan dalam mengkombinasikan pakaian yang hendak dikenakan. Tumbuhnya rasa *insecure* dalam diri mereka diakibatkan dari adanya rasa kurang puas dengan penampilan mereka melalui membandingkan diri mereka dengan orang lain.
2. Akibat dari adanya kebingungan tersebut, *self-esteem* dalam diri menurun dan merasa rendah diri karena merasa kurang percaya diri akibat penampilan yang mereka anggap kurang dari membandingkan diri dengan penampilan orang lain.
3. Penampilan merupakan faktor penting bagi remaja generasi Z dalam keseharian mereka, karena berhubungan dengan kepercayaan diri dan kepercayaan diri itulah yang dapat memperlancar jalannya kegiatan.
4. Banyak remaja generasi Z yang sudah paham dalam mengkombinasikan pakaian, namun masih salah dalam pemilihan palet warna kulit dan warna pakaian cocok bagi mereka.
5. Akibat terlalu mengikuti *trend* yang ada, pemilihan pakaian yang hendak digunakan menjadi seperti paksaan dan terjadi ketidaknyamanan ketika berpakaian.

3. *Ideate*

Brainstorming diperlukan penulis dalam perancangan karakter dalam buku ilustrasi ini. Mengenai bagaimana cara membentuk karakter agar target segmentasi dapat menerima referensi yang dipaparkan dan dapat mengikutinya.

4. *Prototyping*

Desain karakter yang dibuat harus berkesan positif seperti tujuan dari perancangan yaitu untuk meningkatkan *self-esteem* pada remaja generasi Z melalui berpenampilan.

5. *Testing*

Akan dilakukan evaluasi dari tahap implementasi untuk memastikan desain karakter sesuai dengan konsep yang dirancang. Melakukan perbaikan dari kekurangan yang ada dan memulai pencetakan buku.

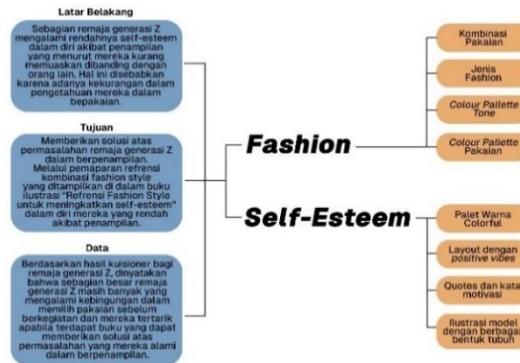
HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Perancangan

Perancangan ini menggunakan buku ilustrasi sebagai media utama. Dalam isi buku akan memaparkan pengenalan mengenai *fashion* dan jenis *fashion*. Kemudian akan dipaparkan beberapa cerita mengenai permasalahan *fashion* yang dialami oleh target segmentasi yaitu remaja generasi Z. Akan dipaparkan juga wawasan mengenai *tone* warna kulit dan pakaian yang sesuai, serta *tips* berpakaian menyesuaikan dengan tinggi badan. Bahasa yang digunakan yaitu bahasa semi formal yang sopan dan santun dengan tutur

bahasa yang menyesuaikan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang baik dan benar. Pemilihan ilustrasi karakter menggunakan ilustrasi berdasarkan acuan dari isi buku yaitu majalah *fashion* dengan tujuan agar pembaca tidak merasa kesulitan dalam mengenali referensi pakaian yang dipaparkan. Menggunakan *layout* dan *tone* warna menyesuaikan dengan selera remaja generasi Z yang didapatkan melalui hasil observasi pada *platform* kreatif (*pinterest & behance*), serta berdasarkan hasil kuisioner, wawancara, dan analisis data FGD (*Focus Group Discussion*).

Konsep Media



Gambar 1. Konsep Media
(Dokumen Pribadi, 17 Oktober 2023)

Konsep media dalam perancangan digunakan untuk menentukan konsep yang akan dibawa dalam buku perancangan. Perancangan membawakan pembahasan mengenai *self-esteem*, maka konsep yang digunakan harus bersifat positif. Pemilihan palet warna harus berkesan positif karena akan berpengaruh dengan cara pandang target segmentasi. Warna yang positif akan memberi kesan positif juga bagi mereka. Desain karakter juga menjadi fokus utama dalam perancangan ini, sebab apabila perwujudan desain karakter dalam perancangan menimbulkan kesan negatif bagi target segmentasi. Maka tujuan dalam perancangan dapat terbilang gagal.

Maka dalam perancangan ini, karakter utama yang akan membawakan narasi dari buku perancangan berwujud anjing dan kucing. Pemilihan karakter berwujud hewan anjing dan kucing agar menghindari pemikiran dari pembaca mengenai hal negatif apabila karakter dibentuk dalam wujud manusia. Apabila ilustrasi karakter pembawa narasi dalam buku perancangan digambarkan dalam wujud manusia dapat menimbulkan pro maupun kontra. Sebab bentuk badan dalam karakter akan menjadi permasalahan, sedangkan dalam buku perancangan menampilkan referensi bagi berbagai macam bentuk badan dan membawa pembahasan mengenai *self-esteem*. Pembawaan karakter berwujud manusia besar kemungkinan dapat menumbuhkan pandangan negatif apabila karakter yang ditampilkan berwujud manusia dengan tubuh ramping. Target segmentasi dapat merasa bahwa semua referensi *fashion* tetap mengutamakan bentuk badan ramping. Hal tersebut dapat menumbuhkan rasa *insecure* yang berpengaruh pada penurunan *self-esteem* dalam diri mereka akibat adanya rasa kurang yang timbul akibat pemikiran yang tumbuh dari pengenalan karakter.

Karakter yang akan membawakan isi cerita dalam perancangan berjumlah 2 karakter, yang akan membawakan dua gender yaitu gender laki-laki dan perempuan. Penggunaan karakter berwujud manusia dengan berbagai jenis bentuk badan tidak bisa dilakukan karena akan menimbulkan kebingungan bagi pembaca mengenai siapa karakter utama yang membawakan narasi dari perancangan.

Maka dari itu, pemilihan karakter berwujud hewan anjing dan kucing dipilih. Selain itu hewan anjing dan kucing merupakan hewan yang dekat dengan manusia karena merupakan jenis hewan peliharaan yang banyak diterima oleh banyak kalangan. Maka dihasilkan alternatif karakter seperti gambar di bawah.

Sinopsis cerita

Isi buku perancangan memuat permasalahan target segemntasi yaitu remaja ganerasi Z yang mengalami permasalahan mengenai *fashion* beserta solusi yang dikemas dalam bentuk narasi cerita. Pembawaan narasi dilakukan oleh dua karakter dalam bentuk kucing bernama "Magnus" atau dapat dipanggil "Mag"

sebagai perwakilan gender laki-laki dan “Ophelia” atau dapat dipanggil “Phel” yang mewakili gender perempuan. Kedua nama dari karakter apabila digabungkan bermakna sebagai *great helper* atau pemberi pertolongan terbaik. Pemberi pertolongan yang dimaksud yaitu mereka akan datang dengan memberikan solusi bagi target segmentasi yang mengalami permasalahan masing-masing.

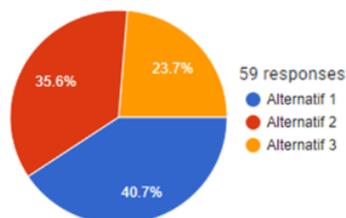
1. Permasalahan mengenai *skintone*
2. Permasalahan mengenai kombinasi warna
3. Permasalahan mengenai pakaian menyesuaikan tinggi badan
4. Permasalahan mengenai pakaian menyesuaikan dengan bentuk badan
5. Permasalahan mengenai *style* pakaian yang *stuck* pada pakaian itu-itu saja (wawasan mengenai jenis-jenis *style fashion*)

Solusi dari permasalahan tersebut akan dikemas menjadi narasi cerita yang diwakilkan oleh dua karakter dalam buku perancangan. Selain itu kedua karakter akan mengenalkan dan memberikan wawasan mengenai *fashion* pada setiap pemaparan permasalahan. Narasi cerita yang dibawakan berbentuk seperti misi yang masuk kedalam *website* yang dimiliki oleh majikan mereka. Kemudian karakter utama akan datang dan menyelesaikan misi tersebut. Sehingga digambarkan dalam wujud karakter hewan yang berbeda gender yaitu gender laki-laki dan perempuan. Sebab permasalahan yang dibahas dalam buku perancangan meliputi permasalahan laki-laki dan juga perempuan. Karakter hewan juga digambarkan memakai pakaian karena buku perancangan membawakan pembahasan mengenai *fashion*.



Gambar 2. Alternatif Karakter Utama Narasi Cerita
(Dokumen Pribadi, 07 Januari 2024)

Pembentukan ketiga alternatif desain karakter utama pada gambar di atas digambarkan dengan jenis gaya gambar yang berbeda. Alternatif desain karakter tersebut kemudian akan diberikan kepada target segmentasi untuk dipilih sesuai dengan selera yang mereka inginkan untuk dijadikan sebagai karakter utama dalam buku perancangan.



Gambar 3. Hasil Kuisisioner
(Dokumen Pribadi, 10 Januari 2024)

Melalui hasil kuisisioner didapatkan hasil sebanyak 40.7% memilih alternatif 1 sebagai karakter utama yang membawakan narasi dari buku perancangan. Opsi tersebut dipilih oleh target segmentasi dengan alasan karena pembawaan karakter lebih menggambarkan sifat dari karakter yang akan dipaparkan dalam narasi buku perancangan. Kemudian karakter yang terpilih akan dibuat desain dari berbagai macam sisi

seperti pada gambar di bawah untuk mengetahui bentuk dari karakter yang akan dibawakan pada narasi cerita dari berbagai sisi.



Gambar 4. Ilustrasi Karakter Utama Terpilih
(Dokumen Pribadi, 10 Januari 2024)

Kedua karakter tersebut akan menjadi karakter utama yang akan membawakan narasi cerita dalam buku perancangan. Untuk menyesuaikan dengan palet warna yang digunakan dalam buku perancangan serta dalam beberapa komentar dalam kuisioner menginginkan warna pakaian yang tidak terlalu mencolok dan nyaman untuk dilihat. Maka dilakukan pengembangan pakaian dalam karakter yang akan digunakan.

Selain karakter utama sebagai pembawa narasi cerita. Diperlukan desain ilustrasi karakter berwujud manusia yang digunakan sebagai referensi pakaian yang akan dipaparkan. Gaya ilustrasi yang digunakan yaitu gaya semi realis.



Gambar 5. Gaya Ilustrasi Manusia
(Dokumen Pribadi, 11 Januari 2024)

Penggunaan gaya ilustrasi semi realis digunakan agar pembaca tidak kesulitan dalam mengenali pakaian yang menjadi referensi dalam buku perancangan. Selain itu penggunaan ilustrasi berbentuk manusia tidak realis bertujuan agar lebih menggambarkan desain yang berbeda dalam buku perancangan *fashion*. Menghadirkan buku perancangan yang membahas mengenai wawasan tentang *fashion* dengan konsep yang berbeda. Hal ini menjadi peluang adanya ketertarikan target segmentasi ketika membaca isi buku. Palet warna yang digunakan dalam pembuatan desain karakter juga diperhatikan.

Penggunaan warna yang suram akan berpengaruh bagi target segmentasi dari buku perancangan. Sebab tujuan dari buku perancangan membawakan pembahasan mengenai *self-esteem* sehingga pemilihan warna harus diperhatikan dan harus memiliki kesan positif bagi pembacanya (Hahury, 2022). Berikut merupakan alternatif palet warna yang akan dipilih oleh target segemntasi melalui *forum group discussion* yang berisi beberapa orang dengan gender laki-laki dan perempuan:



Gambar 6. Alternatif Palet Warna
(Diakses dari *pinterest*, 09 Desember 2023)



Gambar 7. Pemilihan Palet Warna yang Terpilih
(Diakses dari *pinterest*, 12 Desember 2023)

Kemudian didapatkan hasil yaitu pemilihan palet warna seperti pada gambar di atas. Alasan target segmentasi memilih pemilihan warna tersebut karena lebih mudah diterima baik dari gender laki-laki maupun perempuan. Serta warna berkesan positif dan tampak elegan serta lebih nyaman untuk dipandang.

KESIMPULAN

Peningkatan *self-esteem* dapat dilakukan salah satunya melalui penampilan. Penampilan yang baik dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Melalui penampilan yang baik dan memuaskan akan tumbuh rasa puas dalam diri sendiri sehingga akan menumbuhkan semangat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Mengenal fashion dan mengikuti tren fashion yang sedang ramai saja tidak cukup, harus diimbangi dengan wawasan dasar mengenai fashion. Sehingga kombinasi yang dilakukan tidak menimbulkan hasil yang kurang memuaskan. Kebanyakan remaja generasi Z mengalami permasalahan dalam hal tersebut. Maka buku perancangan akan dibuat dengan tujuan dapat memenuhi solusi dari permasalahan yang dialami oleh remaja generasi Z melalui penampilan. Melalui konsep buku yang menarik dan desain karakter harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan selera dari target segmentasi agar menghasilkan buku ilustrasi yang dapat diminati dan dinikmati oleh target segmentasi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih tidak wajib, namun sangat berharga bagi penelitian ini. Kami ingin menyampaikan penghargaan mendalam kepada Pak Pungky dan Bu Dona atas bimbingan serta dukungan yang luar biasa selama proses penelitian ini. Terima kasih juga kepada UPN "Veteran" Jatim atas kesempatan dan fasilitas yang telah diberikan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andhika Anggawira, Dwiki Nur Kholiza, & Herio Rizki Dewinda. (2022). Hubungan antara Self Esteem dengan Social Anxiety pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah. *Psyche 165 Journal*, 15(2), 68–73. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v15i2.152>
- [2] Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- [3] Hahury, R. M. S. (2022). Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(121), 3–4. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/viewFile/12289/10775>
- [4] Hasna Farida, Weni Endahing Warni, & Lutfi Arya. (2021). SELF-ESTEEM DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 4, 60–76. <https://doi.org/10.30649/jpp.v4i1.56>
- [5] Kadek, N., & Diantari, Y. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar). *Jurnal Lifestyle*, 1, 1–7.
- [6] Maslatun Nisak, & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- [7] Mufasa, A. (2023). Alasan Mengapa Buku Tetap Lebih Baik Dibandingkan Video Sebagai Cara Belajar. 08 Mei. <https://www.kompasiana.com/yana62055/6452633f4addee6c9c5c4eb2/alasan-mengapa-buku-tetap-lebih-baik-dibandingkan-video-sebagai-cara-belajar>
- [8] Selfilia Arum Kristanti, & Eva, N. (2022). Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10–20. <https://doi.org/10.29080/jpp.v13i1.697>
- [9] Simbolon, S., Kurniason, H. T., & Simbolon, T. N. (2021). Pengembangan Instrument Tes Berpikir Kritis Gen-Z Dalam Materi Manusia dan Cinta. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 607–622. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1379>
- [10] Zorn. (2022). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. Pierre Rainer. <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>