

## Perancangan Media Informasi Visual Berbasis Buku Untuk Mengarsipkan Evolusi Fashion Kontemporer Abad Ke-21

Aldi Sangaji Andika<sup>1\*</sup>, Fadlul Rahman<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Desain Komunikasi Visual, Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup> Pariwisata, Pariwisata

[\\*andikaankara42@email.com](mailto:andikaankara42@email.com), [fadlulrahman@isi-padangpanjang.ac.id](mailto:fadlulrahman@isi-padangpanjang.ac.id)

### Abstrak

Fashion kontemporer abad ke-21 merupakan fenomena budaya yang bersifat dinamis, responsif, dan terus berkembang mengikuti perubahan sosial, teknologi, serta identitas masyarakat global. Namun, sifatnya yang cepat berubah menyebabkan minimnya upaya pendokumentasian dan pengarsipan secara visual yang sistematis. Perancangan ini bertujuan untuk merancang media informasi visual berbasis buku sebagai upaya mengarsipkan evolusi fashion kontemporer abad ke-21. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka; analisis data menggunakan pendekatan AIDCA; serta proses perancangan yang mencakup strategi verbal, strategi visual, dan perwujudan karya. Hasil perancangan berupa buku bertajuk *Contemporary Fashion: 9 Types of Contemporary Fashion of 21st Century* yang menampilkan sembilan kategori fashion kontemporer meliputi luxury fashion, fast fashion, streetwear, athleisure, minimalis, sustainable fashion, genderless fashion, techwear, dan avant-garde. Buku dirancang menggunakan pendekatan lookbook visual dengan konsep eksperimen layouting, arsip visual, dan infografis, serta didukung media pendukung berupa poster, 3D motion, dan merchandise. Perancangan ini membuktikan bahwa media cetak buku masih relevan sebagai sarana dokumentasi dan pengarsipan budaya visual di era digital.

**Kata Kunci :** *fashion kontemporer, media informasi visual, buku arsip, desain komunikasi visual*

### PENDAHULUAN

Pakaian merupakan elemen fisik yang digunakan manusia untuk menutupi dan melindungi tubuh. Namun, dalam konteks estetika dan identitas, fashion memegang peran sentral karena menentukan bagaimana pakaian dipilih, dipadukan, dan ditampilkan (Ernawati dkk., 2008). Fashion juga menjadi alat komunikasi nonverbal yang mencerminkan identitas seseorang di lingkungan sosial sehingga menjadi bagian penting dalam pembentukan identitas diri dalam interaksi sosial (Sri Budi Lestari, 2014).

Memasuki era globalisasi dan abad ke-21, Paris, London, Milan, dan New York muncul sebagai pusat industri fashion dunia yang memberi dampak signifikan terhadap tren dan struktur industri global dalam oligarchic fashion structure (Godart, 2014). Perkembangan fashion secara umum dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu fashion tradisional yang berkaitan erat dengan adat istiadat dan budaya lokal, fashion klasik yang menekankan nilai estetika abadi, serta fashion modern yang berkembang seiring kemajuan industri dan teknologi (Ernawati dkk., 2008). Dari ketiga kategori tersebut, lahirlah fashion kontemporer sebagai bentuk perkembangan yang bersifat responsif terhadap isu-isu kekinian, baik sosial, budaya, maupun teknologi (Susanto, 2011). Fashion kontemporer abad ke-21 mencakup berbagai gaya antara lain streetwear, modest fashion, athleisure, genderless fashion, sustainable fashion, vintage revival, minimalis style, oversized trend, serta techwear (Githapradana, Handayani, & Gondoputranto, 2025).

Permasalahan utama yang dihadapi adalah sifat fashion kontemporer yang cepat berubah menyebabkan minimnya upaya dokumentasi dan pengarsipan yang sistematis. Oleh karena itu, diperlukan sebuah media arsip berbentuk buku sebagai media cetak yang bersifat permanen dan dapat diakses dalam jangka panjang. Buku sebagai media informasi visual mampu mengintegrasikan teks dan visual secara terpadu melalui tipografi, ilustrasi, fotografi, dan tata letak yang terencana (Sachari, 2007).

Perancangan ini bertujuan: (1) mengarsipkan evolusi fashion kontemporer dari awal mula hingga perkembangan modern abad ke-21; dan (2) menghadirkan media referensi yang efektif bagi desainer grafis, fashion designer, pelaku usaha, dan pengguna. Dengan demikian, buku ini diharapkan menjadi dokumentasi visual yang bernilai historis, edukatif, dan inspiratif bagi berbagai kalangan.

## METODE

### Metode Pengumpulan Data

Perancangan media informasi visual berbasis buku untuk mengarsipkan fashion kontemporer abad ke-21 dilaksanakan melalui tahapan yang sistematis, dimulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga pengujian hasil perancangan untuk memastikan kesesuaian antara konsep visual buku dengan karakteristik fashion kontemporer abad ke-21. Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif-deskriptif dengan fokus pada penggalian informasi mengenai perkembangan tren, gaya, nilai estetika, serta fenomena budaya yang memengaruhi fashion kontemporer. Data diperoleh melalui studi literatur, observasi visual, dokumentasi, dan wawancara dengan pihak yang relevan, sehingga dapat menjadi dasar dalam menyusun arsip visual yang informatif, kontekstual, dan memiliki nilai dokumentasi bagi perkembangan fashion kontemporer abad ke-21.



Gambar 1. Wawancara dengan kaprodi desain mode institut seni Indonesia padang panjang (Desra Imelda, S.Pd., M.Sn.)  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

metode pengumpulan data melalui tiga pendekatan. Pertama, observasi terhadap perkembangan fashion kontemporer melalui berbagai platform visual dan industri kreatif. Kedua, wawancara dengan narasumber yang relevan, dengan melakukan wawancara dengan Kaprodi Desain Mode ISI Padangpanjang ibuk Desra Imelda, S.Pd., M.Sn., untuk memperoleh perspektif praktis dari pelaku industri fashion dan akademisi. Ketiga, studi pustaka dilakukan untuk membangun landasan teoritis yang kuat melalui kajian literatur terkait desain komunikasi visual, media informasi, dan fashion kontemporer.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara bertahap menggunakan metode AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) untuk merumuskan strategi penyampaian informasi yang efektif dalam media informasi visual berbasis buku. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana elemen visual dan isi buku dapat menarik perhatian audiens, membangun ketertarikan terhadap topik fashion kontemporer abad ke-21, menumbuhkan keinginan untuk memahami lebih dalam, membangun kepercayaan terhadap informasi yang disajikan, serta mendorong pembaca menjadikan buku sebagai sumber referensi dan arsip visual. Selain itu, dilakukan analisis target audiens untuk mengetahui karakteristik, kebutuhan informasi, minat, dan preferensi visual pembaca yang menjadi sasaran perancangan.

### Metode Analisis Data

Setelah melalui proses pengumpulan data dengan berbagai metode, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik target audiens, kebutuhan informasi, serta konteks perancangan media informasi visual berbasis buku untuk mengarsipkan fashion kontemporer abad ke-21. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana perkembangan fashion kontemporer dapat disajikan secara efektif melalui media buku, sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mudah dipahami oleh pembaca. Hasil analisis tersebut menjadi landasan dalam menentukan konsep kreatif, strategi komunikasi visual, serta penyusunan konten yang sesuai dengan tujuan perancangan. Analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan segmentasi target audiens, dan analisis AIDCA. Segmentasi target audiens dalam perancangan media informasi visual berbasis buku untuk mengarsipkan fashion kontemporer abad ke-21 ditujukan kepada masyarakat yang memiliki minat terhadap dunia fashion, desain, seni, dan budaya visual. Secara demografis, target audiens mencakup laki-laki dan perempuan berusia 18–30 tahun, seperti mahasiswa, akademisi, desainer dan pelaku industri kreatif. Secara psikografis, audiens merupakan individu yang aktif mengikuti perkembangan tren, gaya berpakaian, serta fenomena fashion melalui berbagai media, sehingga membutuhkan sumber informasi dan arsip visual yang dapat menambah wawasan serta pemahaman mengenai perkembangan fashion kontemporer abad ke-21.

Pada perancangan ini selanjutnya menggunakan metode AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action). Metode ini digunakan untuk memahami bagaimana media yang dirancang dapat menarik perhatian, membangun ketertarikan,

menumbuhkan keinginan, menciptakan keyakinan, serta mendorong audiens untuk memahami dan memanfaatkan informasi yang disajikan. Melalui pendekatan ini, proses perancangan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada efektivitas komunikasi visual yang mampu meningkatkan keterlibatan pembaca terhadap isi buku.

Tahap Attention dilakukan dengan menganalisis elemen visual yang mampu menarik perhatian audiens, seperti fotografi fashion, tata letak eksperimental, tipografi, dan penggunaan warna yang merepresentasikan karakter fashion kontemporer abad ke-21. Selanjutnya, tahap Interest berfokus pada penyajian informasi yang relevan mengenai perkembangan tren, gaya, desainer, serta fenomena budaya yang memengaruhi fashion kontemporer. Pada tahap Desire, analisis diarahkan pada bagaimana konten dan arsip visual yang disajikan dapat menumbuhkan keinginan audiens untuk mengenal dan memahami lebih dalam mengenai perkembangan fashion kontemporer melalui pengalaman membaca yang menarik dan informatif.

Tahap Conviction bertujuan membangun kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan melalui penggunaan data, referensi, dokumentasi visual, serta sumber yang kredibel. Sementara itu, tahap Action diarahkan untuk mendorong pembaca menjadikan buku sebagai sumber referensi dan arsip visual dalam mempelajari fashion kontemporer abad ke-21. Hasil analisis AIDCA tersebut kemudian menjadi dasar dalam menentukan konsep kreatif, strategi komunikasi visual, struktur konten, serta pengembangan desain buku agar mampu menyampaikan informasi secara efektif, informatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Buku



Gambar 2. Mockup buku  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

Hasil akhir buku Fashion Kontemporer Abad ke-21 terdiri atas sampul cover dan isi buku. Isi buku mencakup halaman hak cipta, daftar isi, serta pembahasan mengenai sembilan jenis fashion kontemporer abad ke-21." Buku ini menjadi media penyampaian informasi mengenai fashion kontemporer abad ke-21 terhadap target audiens, agar audiens lebih memahami dan mengenal fashion kontemporer abad ke-21.

Buku ini berisi gambar dan teks yang saling mendukung dalam penyampaian informasi. Foto dan element grafis yang digunakan menyesuaikan setiap halaman, Foto yang digunakan diperoleh dari akun Instagram resmi berbagai merek brand yang menerapkan konsep fashion sesuai dengan jenis-jenis fashion kontemporer abad ke-21. Untuk menghargai hak cipta dan menjaga etika penggunaan visual, setiap foto dilengkapi dengan keterangan sumber berupa nama pengguna akun Instagram resmi dari masing-masing brand. Konsep desain buku menggunakan tiga keyword yang telah ditentukan yaitu eksperimen layouting, arsip visual dan infografis.

Penggunaan bahasa pada buku fashion kontemporer abad ke-21 ini menggunakan bahasa yang tidak baku serta mengikuti penggunaan bahasa sehari-hari, sehingga informasi yang di sampaikan dapat dengan mudah dicerna oleh audien. Pemilihan jenis font bertujuan untuk membangun konsep yang telah di tentukan. Karakter font memiliki nuansa timeless yang dapat menggambarkan konsep kontemporer sesuai dengan tema dan isi buku.

Desain buku *Contemporary Fashion: 9 Types of Contemporary Fashion of 21st Century* mengusung konsep visual kontemporer yang merepresentasikan karakter fashion abad ke-21. Hal ini terlihat dari penggunaan tipografi berukuran besar yang mendominasi sampul, dipadukan dengan layout yang berani dan tidak konvensional. Pendekatan tersebut menciptakan kesan modern sekaligus mencerminkan sifat fashion kontemporer yang terus berkembang dan mengeksplorasi berbagai bentuk ekspresi visual. Pemilihan warna oranye yang kontras dengan abu-abu dan hitam menghasilkan tampilan yang kuat, energik, dan menarik perhatian audiens. Selain itu, elemen grafis berupa pola organik yang mengalir memberikan kesan pergerakan dan

transformasi, sejalan dengan perkembangan fashion yang selalu berubah mengikuti zaman. Secara keseluruhan, desain buku ini berhasil menyampaikan fungsi sebagai media arsip visual sekaligus menghadirkan identitas visual yang relevan dengan semangat fashion kontemporer abad ke-21.

Buku terdiri atas 46 halaman yang mencakup halaman hak cipta, daftar isi, serta pembahasan mengenai sembilan jenis fashion kontemporer abad ke-21. Foto dan elemen grafis yang digunakan diperoleh dari akun Instagram resmi berbagai merek brand, dilengkapi dengan keterangan sumber untuk menghargai hak cipta. Sembilan kategori fashion kontemporer yang dibahas meliputi: (1) luxury fashion, mencakup brand Louis Vuitton, Chanel, Gucci, Dior, Hermes, dan Prada; (2) fast fashion, dengan brand Zara, H&M, dan Shein; (3) streetwear, mencakup Dickies, Carhartt, Stussy, dan Bape; (4) athleisure, dengan Nike, Adidas, dan New Balance; (5) minimalis fashion, mencakup COS, Jil Sander, dan Calvin Klein; (6) sustainable fashion, dengan Marine Serre, Kapital, dan Future Laundry; (7) genderless fashion, mencakup Telfar, Uniqlo, dan Essentials; (8) techwear, dengan Acronym, Stone Island, dan Arc'teryx; serta (9) avant-garde, mencakup Maison Margiela, Iris van Herpen, dan Comme des Garçons. Pada halaman terakhir berisikan daftar pustaka sumber visual dari instagram resmi brand, tanggal posting, keterangan postingan, dan tanggal akses foto.

### 3D Motion

3D motion ini dirancang untuk mendukung promosi terhadap media utama yakni buku fashion kontemporer abad-21. 3D motions berupa video dengan durasi 20 detik dengan isian 3D modeling buku dengan berberapa angle kamera untuk menampilkan detail buku.



Gambar 3. Clip 3D motion  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

Video 3D motion buku *Contemporary Fashion: 09 Types of Contemporary Fashion in The 21st Century* menampilkan visualisasi buku dalam lingkungan tiga dimensi yang didominasi elemen batu dan suasana futuristik. Penggunaan animasi gerak pada buku menciptakan kesan dinamis serta mampu memperkuat karakter fashion kontemporer yang inovatif dan terus berkembang. Sebagai media pendukung, 3D motion berfungsi untuk meningkatkan daya tarik visual dan memperkenalkan media utama secara lebih interaktif. Kehadirannya membantu audiens memahami identitas dan konsep buku dengan lebih menarik, sekaligus memperluas penyebaran informasi melalui media digital dan audiovisual.

### Poster



Gambar 4. Poster  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

Poster menampilkan identitas visual yang selaras dengan buku utama melalui penggunaan tipografi modern, tata letak eksperimental, serta kombinasi warna yang merepresentasikan karakter fashion kontemporer. Selain berfungsi sebagai media promosi, poster juga menjadi sarana edukasi yang menyajikan informasi singkat mengenai fashion kontemporer dan isi buku, sehingga mampu menarik perhatian audiens, memperluas penyebaran informasi, serta meningkatkan minat masyarakat untuk mengenal dan memahami perkembangan fashion kontemporer abad ke-21.

## Social Media



Gambar 5. Sosial media  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

Media sosial Instagram dirancang sebagai media pendukung dalam perancangan media informasi visual berbasis buku untuk mengarsipkan fashion kontemporer abad ke-21. Pemilihan Instagram didasarkan pada karakteristik platform yang berfokus pada konten visual dan memiliki keterkaitan yang kuat dengan perkembangan industri fashion saat ini. Melalui unggahan yang menampilkan konten buku, poster, dokumentasi visual, serta informasi mengenai tren dan fenomena fashion kontemporer, media sosial berfungsi sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi yang mampu menjangkau audiens secara lebih luas. Selain memperkuat identitas visual perancangan, Instagram juga membantu meningkatkan interaksi, minat, dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengarsipan serta pemahaman mengenai perkembangan fashion kontemporer abad ke-21.

## T-Shirt



Gambar 6. T-Shirt  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

Desain grafis pada kaos menampilkan elemen visual yang terinspirasi dari karakter fashion kontemporer yang eksperimental eksplorasi identitas. Penggunaan tipografi modern, komposisi visual yang tidak konvensional, serta kontras warna yang kuat merepresentasikan semangat inovasi dan keberagaman ekspresi dalam fashion kontemporer. Sebagai media

pendukung, t-shirt berfungsi memperluas jangkauan komunikasi visual dari buku, meningkatkan daya tarik audiens, serta memperkuat identitas perancangan melalui media yang dapat digunakan secara langsung, sehingga pesan dan nilai yang terkandung dalam buku dapat tersampaikan secara lebih luas dan berkelanjutan.

### Totebag



Gambar 7. T-Shirt  
(Sumber : Aldi Sangaji Andika, 2026)

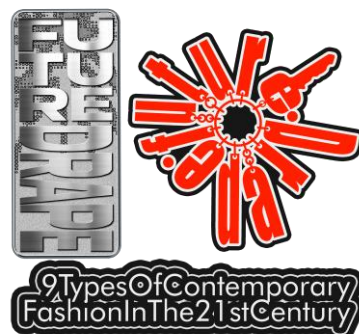
Desain totebag *Future Drape* menggunakan kombinasi tipografi dan elemen grafis berwarna oranye yang menciptakan kesan modern, kreatif, dan mencerminkan karakter fashion kontemporer yang inovatif. Sebagai media pendukung, totebag berfungsi sebagai sarana promosi yang membantu memperluas penyebaran informasi mengenai buku kepada audiens melalui penggunaan sehari-hari. Selain memperkuat identitas visual perancangan, totebag juga meningkatkan daya tarik dan eksposur media utama sehingga pesan yang disampaikan dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

### Packaging buku



Desain *packaging* buku ini mengusung konsep visual yang konsisten dengan identitas *Future Drape* melalui penggunaan warna abu gelap sebagai latar utama serta elemen grafis berwarna oranye yang menjadi ciri khas perancangan. Komposisi visual yang sederhana namun tegas menciptakan kesan eksklusif dan sesuai dengan karakter fashion kontemporer abad ke-21. Sebagai media pendukung, *packaging* tidak hanya berfungsi melindungi buku selama proses penyimpanan dan distribusi, tetapi juga memperkuat identitas visual serta meningkatkan nilai estetika dan profesionalitas media utama. Kehadirannya membantu menciptakan pengalaman visual yang lebih menarik bagi audiens sekaligus memperkuat citra buku sebagai arsip visual fashion kontemporer.

### Sticker



Visual yang ditampilkan menggabungkan tipografi eksperimental dan elemen ilustratif yang merepresentasikan karakter fashion kontemporer yang inovatif dan terus berkembang mengikuti perubahan budaya serta teknologi. sticker berfungsi untuk memperkuat identitas visual perancangan, meningkatkan daya ingat audiens terhadap buku, serta memperluas penyebaran pesan melalui media yang mudah diaplikasikan pada berbagai permukaan. Dengan demikian, sticker tidak hanya menjadi elemen promosi, tetapi juga berperan sebagai sarana komunikasi visual yang mendukung penyampaian informasi dan nilai yang terkandung dalam buku secara lebih luas.

## KESIMPULAN

Perancangan media informasi visual berbasis buku untuk mengarsipkan evolusi fashion kontemporer abad ke-21 menghasilkan beberapa simpulan. Pertama, fashion kontemporer abad ke-21 merupakan bentuk ekspresi yang mencerminkan semangat kebebasan berekspresi, keberagaman identitas, serta respons terhadap perubahan sosial dan budaya, yang diwujudkan dalam sembilan kategori utama mulai dari avant-garde hingga genderless fashion. Kedua, buku yang dirancang menggunakan pendekatan editorial yang informatif, sistematis, dan mudah dipahami, disesuaikan dengan karakteristik audiens berusia 18-30 tahun yang memiliki ketertarikan terhadap industri kreatif dan budaya visual. Ketiga, penyajian informasi melalui perpaduan teks, fotografi, dan sistem visual yang konsisten mampu membantu audiens memahami fashion kontemporer secara menyeluruh, tidak hanya sebagai tren berpakaian tetapi juga sebagai refleksi nilai sosial, budaya, dan teknologi. Keempat, penerapan bauran media pendukung berupa poster, 3D motion, dan merchandise secara efektif memperluas jangkauan informasi serta memperkuat pengalaman audiens. Kelima, perancangan ini membuktikan bahwa media cetak buku masih relevan di era digital sebagai sarana dokumentasi dan pengarsipan budaya visual yang efektif dan bernilai.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril ataupun material atas proses terlaksananya penelitian ini. Pertama sekali Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, serta kasih sayang tanpa henti. Ayah dan ibu yang tercinta yang selalu mendukung dalam segala hal, yang telah mendoakan dan meridhoi setiap perjalananku, yang telah menjaga, mendidik, menyayangi, dan merawatku dengan penuh kasih sayang. Setiap perhatian dan pengorbanan yang diberikan menjadi energi besar yang menguatkan penulis dalam menjalani proses panjang ini. Tiada kata yang bisa disampaikan selain terima kasih, tiada hal yang bisa kubalas atas jasa dan kasih sayangmu selama ini. Dan ucapan terimakasih kepada keluarga besar yang telah memberikan dukungan yang begitu berharga demi kelancaran penelitian ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat kalian bangga. Dan semoga karya ini dapat menjadi wujud kecil dari rasa terima kasih ku atas segala yang telah diberikan. Kepada dosen pembimbing tugas akhir, bapak Fadlul Rahman S.Hum., M.Hum., dosen penguji tugas akhir bapak Izan Qomarats, S.Sn., M.Sn. dan bapak Well Victory, S.Kom., S.Ds., M.M. yang telah tulus dan ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun, mengarahkan dan memberikan bimbingan serta pelajaran yang tiada ternilai harganya. Karya ini juga penulis persembahkan kepada saudara, teman-teman dan sahabat Ayu, Uncu, Mak Yu, Om an, Ibu & Apa Ai, Nisya, Fahri, Ridho, Givo, Aldo, Ade, Raghel, Hanif, Fadlan, Walfah, ferdial yang telah banyak membantu penulis memberikan saran, arahan, tenaga, serta motivasi dalam proses perancangan tugas akhir ini. Terutama kepada teman dekat penulis Nisya afifah yang selalu setia menemani penulis dalam suka maupun duka. Selalu memberikan dukungan, semangat yang luar biasa disaat penulis lelah dan ingin menyerah. Terima kasih atas kehadiran mu yang menenangkan dan membuat semangat kepada penulis. Semoga karya ini menjadi kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang desain komunikasi visual, serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca di masa yang akan datang..

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Dr. Ir. Eko Nugroho, M.Si, (2008), *Pengenalan Teori Warna*, Yogyakarta.
- Indria Maharsi. M.Sn, (2013), *Tipografi (tiap font memiliki nyawa dan arti)*, Jakarta.
- R. Masri Sarep Putra, (2007), *Media Cetak bagaimana merancang dan memproduksi*, Yogyakarta.

### Skripsi dan Tesis

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain komunikasi visual: Panduan untuk pemula*. Nuansa Cendekia.
- Asriati. (2015). *Degradasi makna simbolik busana adat Minangkabau di Kota Padang*. Humanus: Jurnal Ilmu-ilmu Humaniora.
- Barthos, B. (2013). *Manajemen kearsipan untuk lembaga negara, swasta, dan perguruan tinggi*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Dida, S., Lukman, S., Sono, S., Herison, F., Priyatna, C. C., Zaidan, A. R., & Prihyugiaro, T. Y. (2019). Pemetaan Prilaku Penggunaan Media Informasi Dalam Mengakses Informasi Kesehatan Reproduksi Di Kalangan Pelajar Di Jawa Barat. *Jurnal Keluarga Berencana*, 4(2), 32-46
- Ernawati, I., & Nelmira, W. (2008). Tata busana jilid 2. Jakarta. Direktorat pembinaan sekolah menengah kejuruan, Direktorat jendral manajemen, pendidikan dasar dan menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Fatihul, S., & Trisnawati, D. (2019). *Batik motif saik galamai dalam busana kontemporer*. VisArt: Jurnal Seni Rupa dan Desain.
- Febrianto, Y., Apriyanto, M. F., & Rozaq, M. K. A. (2019). Visualisasi Tiga Wastra Etnik Nusantara Pada Karya Busana Oerip Indonesia Dalam Fotografi *Fashion Editorial. specta*, 3(2), 80-88.
- Gautama, I. G. P., Widnyana, I. G. N., Witari, N. N. S., & Sn, S. (2014). PROSES KREATIF KARTUNIS JANGO PRAMARTHA. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 4(1).
- Gaya kontemporer busana muslimah. (2005). Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Godart, F. (2014). The power structure of the *fashion* industry: *Fashion* capitals, globalization and creativity. *International Journal of Fashion Studies*, 1(1), 39-55.
- Hanifa, N. S., Imelda, D., & Rahmat, F. (2020). *Siba as a contemporary fashion inspiration*. Runtas: Jurnal Fesyen dan Wastra Nusantara.
- I Ketut, B. (2011). Prinsip Desain Komunikasi Visual Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Imunisasi Campak Di Denpasar Bali. *Artikel Bulan April (2011)*, 2(4), 1-1.
- Karja, I. W. (2021, November). Makna warna. In *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara (Vol. 1)*.
- Kawamura, Y. (2018). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*. Bloomsbury Publishing.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar ilmu antropologi (Edisi revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- MUBAROK, F. (2016). *PERKEMBANGAN BERPAKAIAN STREET FASHION GYARU ASAL JEPANG DI SURABAYA & MALANG TAHUN 2010-2016* (Doctoral dissertation, KODEPT043131# SekolahTinggiBahasaAsingJIA).
- Navis, A. A. (1984). *Alam terkembang jadi guru: Adat dan kebudayaan Minangkabau*. Jakarta: Grafiti Pers.
- Permana, A. O., & Erdansyah, F. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip desain, tipografi, dan warna pada instagram feed senat mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 102-110.
- Pratama, R. J. (2013). LKP: Perancangan Media Promosi CV. Deli's Studio Photo & Printing Sebagai Upaya Menciptakan Brand Awareness (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).
- Andriyan, W., Sindiwati, S., & Kurnia, G. P. (2020). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi Pada Kelurahan Kebon Besar Kota Tangerang. *Bina Insani ICT Journal*, 7(1), 73-82.
- Pratiwi, I. T. M., & Meilani, R. I. (2018). Peran media pembelajaran dalam meningkatkan prestasi belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 3(2), 173-181.
- Niode, S. F. S., & Aziz, B. I. W. (2020). Perancangan Media Informasi Tradisi Tumbilotohe Di Gorontalo Melalui Narrative Photostory Book. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 7(2), 84.
- Puspo, G. (2013). *A to Z istilah Fashion*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmanisa, S., Solfema, & Putri, L. D. (2021). *Keberlanjutan baju kurung sebagai warisan budaya bagi perempuan Minangkabau*. Atmosfer.
- Riyanto, A. A. (2003). *Teori busana*. Yapemdo.
- Rohmawati, L., & Puspasari, D. (2020). Pengelolaan Arsip Berbasis Aplikasi Surat di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(2), 180-193.
- Rustan, S. (2008). *Layout: Dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sachari, A. (2005). *Pengantar metodologi penelitian budaya rupa*. Bandung: Erlangga.

- Sadiman, A. S., Rahardjo, R., Haryono, A., & Rahardjito. (2006). *Media pendidikan: Pengertian, pengembangan, dan pemanfaatannya*. Raja Grafindo Persada.
- Setiawati, S. (2016). Penggunaan kamus besar bahasa indonesia (kbbi) dalam pembelajaran kosakata baku dan tidak baku pada siswa kelas iv sd. *Jurnal Gramatika: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(1), 44-51.
- Susilana, R., & Riyana, C. (2008). *Media pembelajaran: hakikat, pengembangan, pemanfaatan, dan penilaian*. CV. Wacana Prima.
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan eksistensi media cetak di tengah gempuran media online. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 56-64.
- Syarafa, D. A., Adhrianti, L., & Sari, E. V. (2020). *Fashion* sebagai komunikasi identitas sosial mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 20-29.
- Trisnawati, T. Y. (2011). *Fashion* sebagai bentuk ekspresi diri dalam komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36-47.
- Wibowo, M., & Wulandari, M. (2014). *Perancangan Interior Sekolah Tinggi Seni di Surabaya* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Yuliarma. (2016). *Desain hiasan dan makna filosofis busana adat Minangkabau*. Padang: UNP Press.