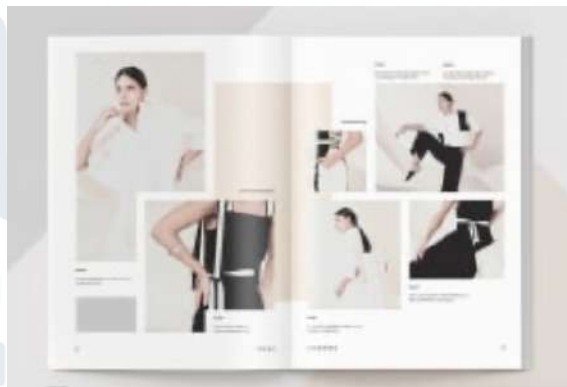


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Lookbook

Menurut Riyadi Krisna (2024, h.10), *Lookbook* adalah media promosi berbentuk visual yang dimanfaatkan oleh brand untuk menampilkan produk yang akan dipasarkan, pada umumnya *lookbok* adalah serangkaian gambar yang dibuat oleh professional dan isi pada *loobook* biasanya dilengkapi dengan penjelasan mengenai produk. Tujuan utama *lookbook* memberikan inspirasi serta gambaran kepada audiens mengenai cara penggunaan dan pengkombinasian produk dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu lookbook berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang dapat menyampaikan estetika dan nilai melalui komposisi gambar yang terkonsep dan konsisten. Foto-foto dalam *lookbook* umumnya dilakukan secara professional dengan memperlihatkan detail, kualitas produk serta penyajian visual yang dibuat menarik untuk memperjelas karakter produk dan daya tarik audiens (Riyadi Krisna, 2024, h.11).



Gambar 2.1 Contoh lookbook fashion
Sumber : www.fitinline.com

Lookbook dirancang dengan gaya visual yang menarik dan kreatif, dengan konsep yang disesuaikan pada tema tertentu yang mencerminkan koleksi atau musim tertentu. Meskipun secara struktur memiliki kemiripan dengan katalog, *lookbook* lebih menekankan pada penyajian inspirasi gaya busana dengan menampilkan bagaimana suatu koleksi dapat dipadukan secara

tepat. *Lookbook* umumnya didukung oleh fotografi berkualitas tinggi yang diproduksi secara profesional dengan komposisi, pencahayaan, dan styling yang terencana guna menghasilkan visual yang estetik. Setiap *lookbook* juga memiliki tema atau konsep yang kohesif, baik berdasarkan musim, gaya visual, maupun inspirasi artistic tertentu sehingga menciptakan kesatuan visual yang kuat (Bahankain, 2024).

2.1.1 Storytelling Pada Lookbook

Cerita atau *story* adalah sebuah narasi tentang peristiwa atau serangkaian peristiwa dapat disampaikan, menyampaikan informasi, ilmu pengetahuan, menarik perhatian, menghibur, dan memberikan arahan kepada pembaca atau pendengar (Christin et al., 2021, h.01). *Storytelling* adalah proses seseorang menyampaikan sebuah cerita dan informasi yang bisa dilakukan dalam berbagai media seperti kata-kata, gambar ataupun suara (Christin et al., 2021, h.01). Manfaat *storytelling* pada *lookbook* untuk menciptakan pengalaman membaca yang lebih terarah dan emosional. Selain itu membantu pembaca untuk memahami pesan yang ingin disampaikan dengan lebih mudah. *Storytelling* dapat memperkuat daya tarik visual dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi.

2.1.2 Layout Editorial

Editorial Desain merupakan salah satu bentuk desain komunikasi visual yang berfokus pada penyusunan teks dan gambar dalam sebuah publikasi (Zappatera et al, 2007, h.06). Fungsi pada editorial design sebagai informasi, atau instruksi yang biasanya merupakan perpaduan antara teks dan gambar. Dalam editorial desain, terdapat elemen seperti fotografi, tipografi, warna dan grid yang menjadi peran penting dalam membentuk alur baca. Menurut Zappatera dan Cadwell (2007, h.06) desain editorial dapat dipahami dalam bentuk visual karena berperan dalam menyampaikan informasi, cerita dan edukasi kepada pembaca melalui visual dan verbal.



Gambar 2.1.2 Contoh Layout Editorial
Sumber : Zappaterra dan Yolanda 2007

Selain elemen grafis tujuan utama dari desain editorial adalah sebuah ide atau cerita melalui pengaturan dan penyajian visual, seperti judul dan body text yang biasanya dibuat dan disusun untuk menarik perhatian pembaca sedangkan diagram digunakan untuk memperjelas dan mendukung informasi pada teks utama

2.1.3 Modular Grid

Modular grid merupakan salah satu sistem tata letak yang banyak digunakan dalam desain grafis, khususnya dalam perancangan buku. Menurut Landa (2018, h.169), modular grid tersusun atas modul-modul, yaitu unit unit individual yang terbentuk dari perpotongan antara kolom dan garis horizontal. Teks maupun gambar dapat menempati satu atau beberapa modul sesuai kebutuhan komposisi. Modular grid memiliki manfaat fungsional dalam menciptakan hierarki visual yang jelas (Landa, 2018, h.169).



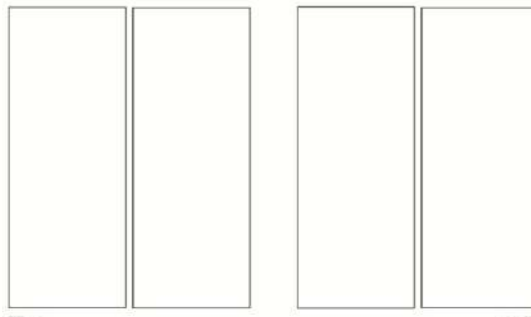
Gambar 2.1.2 Contoh gambar modular grid

Sumber : Landa (2018)

Modular Grid memiliki sistem tata letak yang sangat fleksible. Sistem ini membuat desain untuk mengatur teks, gambar serta elemen visual dalam berbagai kombinasi tanpa menghilangkan konsistensi visual. Fleksibilitas ini menjadikan modular grid efektif dalam desain yang memadukan konten visual dan tekstual secara seimbang, sehingga informasi dapat disampaikan secara sistematis.

2.1.4 Multicollumn Grid

Multicollumn Grid merupakan sistem grid yang membagi area halaman ke beberapa ke beberapa kolom secara vertical. Menurut Landa (2018, h.165), penggunaan grid ini dapat membantu menjaga susunan elemen visual agar tetap teratur sejajar dan memiliki hubungan yang jelas dalam sebuah layout. Sistem ini diterapkan pada media editorial seperti majalah dan buku.



Gambar 2.1.3 Contoh gambar multicollumn grid

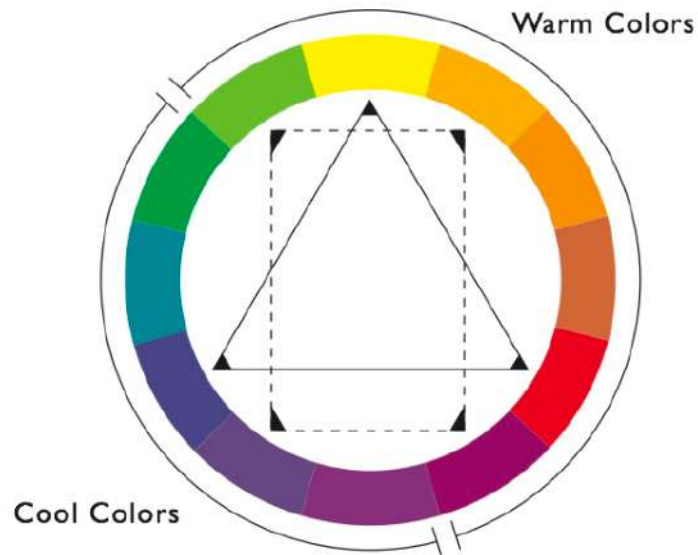
Sumber: Landa (2018)

Dalam perancangan loobook, multicollumn grid digunakan untuk membantu alur baca yang lebih rapi dan terarah. Pembagian kolom membandu penulis menempatkan tipografi, visual, dan elemen visual agar halaman tetap seimbang dan nyaman dibaca.

2.1.5 Warm Colours

Warm colour merupakan kelompok warna yang memberikan kesan panas, energikm dan menarik perhatian. Warna yang dapat dilihat

melalui temperature warna yaitu bagaimana warna dapat memberikan kesan hangat dan dingin secara visual (Landa 2018, h.128).



Gambar 2.1.3 Contoh Warna Pallette

Sumber : Landa (2018)

Warna High contrast merupakan perpaduan warna antara warm colours dan cool colours. Kontras warna dapat terbentuk melalui perbedaan temperature warna, seperti perpaduan warm colours dan cool colour yang membuat perbedaan terang dan gelap.

2.1.6 Tipografi Sans Serif

Tipografi sans serif merupakan jenis huruf yang tidak memiliki kait pada bagian ujung huruf (Landa, 2018, h.39). Karakteristik ini membuat sans serif memiliki tampilan yang lebih sederhana, bersih dan modern dibandingkan jenis huruf serif.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
\$?&%@!#*()=

Gambar 2.1.3 Contoh Font Helvetic
Sumber : <https://www.dafontfree.io/helvetica-font-free/>

Tipografi seperti Helvetica merupakan contoh font sans serif yang umum digunakan dalam dunia visual. Bentuk huruf yang sederhana dan tegas dapat membantu memperkuat kesan visual yang bersih dan rapi untuk di baca.

2.1.7 Swiss Design

Menurut Hollis (2006, h.09), Swiss Graphic Design berkembang di swiss dengan menekankan prinsip clarity, keteraturan, penggunaan tipografi sans – serif, fotografi serta komposisi geometris dalam menyampaikan informasi secara efektif. Swiss design diawalin dari perkembangan new typography pada tahun 1920 – 1930an dengan menolak penggunaan ornament berlebihan dan lebih mengutamakan white space, tipografi yang sederhana dan fotografi sebagai elemen utama dalam komunikasi visual.

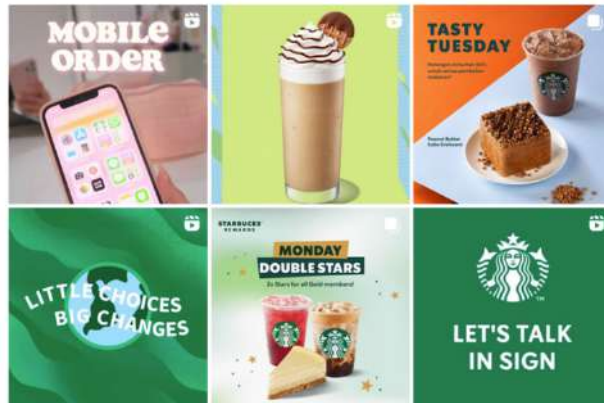


Gambar 2.1.3 Contoh Swiss Design
Sumber : <https://medium.com...>

Penerapan dalam Swiss design terlihat dari susunan layout yang rapi, sederhana dan mengutamakan pembacaan. Penggunaa grid menjadi bagian yang penting dalam swiss design dikarenakan dapat membantu desainer dalam menyusun layout yang konsisten (Rahmadani et al, 2023). Posisi aset visual, headline dan body text dapat terstruktur dikarenakan menggunakan gaya visual Swiss design.

2.1.8 Copywriting

Copywriting merupakan kemampuan untuk menulis teks komunikasi atau promosi yang menarik perhatian audies atau pembaca . dalam hal penerapa copywriting tidak hanya di gunakan pada media promosi, akan tetapi di gunakan dalam beberapa desain komunikasi visual untuk memperkuat hal visual yang ingin disampaikan kepada audience (Rohmah el al, 2025).



Gambar 2.1.3 Contoh copywriting

Sumber : <https://digitalskola.com/blog/digital-marketing/contoh-copywriting>

Dalam teknik copywriting memiliki banyak fungsi seperti judul, caption, quotes untuk membantu audience dalam mendalami informasi yang ingin disampaikan. Dalam dunia copywriting call to action adalah kalimat singkat yang memaksa audience untuk melakukan hal tersebut. Tujuan dari call to action adalah mendapatkan interaksi langsung dengan audience untuk melakukan metode tertentu atau mengajak audience untuk mengikuti informasi (Arini, 2024)

2.2 Street Fotografi Fashion

Menurut Dianata et al. (2023, h.90), fotografi *fashion* merupakan jenis fotografi yang mengarah ke gaya berpakaian dengan menampilkan busana yang dikenakan oleh model maupun produk fashion seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris dan makeup. Melalui pengaturan visual yang tepat fotografi fashion mampu memperlihatkan detail produk sekaligus membangun citra dan identitas suatu gaya berpakaian. Salah satu jenis fotografi fashion adalah *street fashion photography*, yaitu fotografi yang menampilkan gaya berpakaian kasual yang digunakan dalam aktivitas sehari – hari. Gaya ini menampilkan busan yang lebih dekat dengan kehidupan masyarakat sehingga terlihat lebih natural, fungsional, dan mudah untuk diterapkan. Street fashion banyak digunakan sebagai media untuk memberikan inspirasi berpakaian karena mampu meunjukkan cara memadupadankan pakaian dalam sehari – hari.

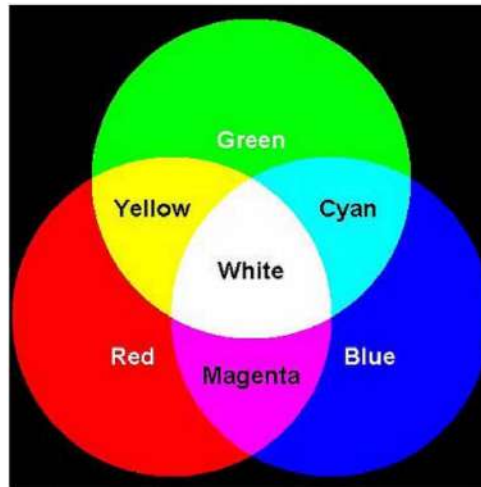


Gambar 2.3 Contoh Street Fashion Photography
 Sumber: <https://www.lockeliving.com...>

Dalam *street photography* berfokus pada dokumentasi kehidupan masyarakat di ruang public, khususnya di lingkungan perkotaan. Menurut (Abdi, 2011) dalam penelitian (Ihza, 2023), menjelaskan bahwa *street photography* menampilkan objek seperti manusia, bangunan, dan lingkungan perkotaan dengan pendekatan yang realistis tanpa banyak arahan terhadap subjek, sehingga menghasilkan representasi visual kehidupan sehari-hari. Karakteristik utama dalam *street photography* adalah penggunaan komposisi yang natural, pencahayaan yang menyesuaikan dengan kondisi lingkungan, serta pengambilan gambar yang spontanitas.

2.2.1 Warna Fotografi

Warna merupakan salah satu unsur visual yang memiliki peran penting dalam fotografi karena mampu memengaruhi persepsi, suasana dan penyampaian pesan kepada audiens. Penggunaan warna yang tepat dapat memperkuat karakter suatu foto. Menciptakan harmoni visual serta mengarahkan perhatian pada objek utama. Dalam fotografi warna dapat dihasilkan melalui beberapa cara, seperti pengaturan pencahayaan, penggunaan filter, maupun pemanfaatan warna alami yang terdapat pada objek foto. Fotografer juga melakukan penyesuaian warna untuk mendapatkan hasil visual yang sesuai dengan konsep (Gunawan, 2012).



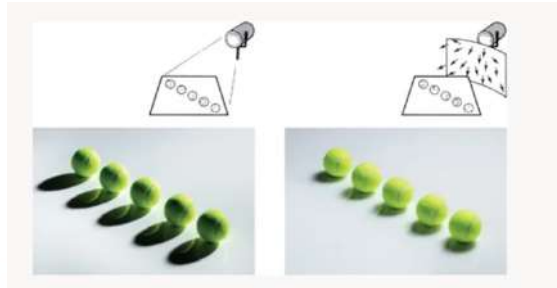
Gambar 2.3 Warna Teori Thomas Young
Sumber: Gunawa 2012

Berdasarkan teori Thomas Young yang disempurnakan dengan teori dari ilmuwan Jerman Helmholtz pada penelitian (Gunawan, 2012), menjelaskan sistem warna dibedakan menjadi dua, yaitu warna aditif dan warna subtraktif. Sistem warna aditif merupakan sistem pembentukan warna yang berasal dari cahaya dengan warna primer, yaitu merah, hijau, dan biru atau dikenal dengan RGB. Ketiga warna tersebut dapat dikombinasikan dengan intensitas yang berbeda untuk menghasilkan berbagai warna lain. Sedangkan pada sistem warna subtraktif menggunakan warna cyan, magenta, dan yellow sebagai warna primer. Sistem ini bekerja dengan menyerap dan mengurangi cahaya yang dipantulkan kepada objek untuk menghasilkan warna tertentu.

2.2.2 Pencahayaan

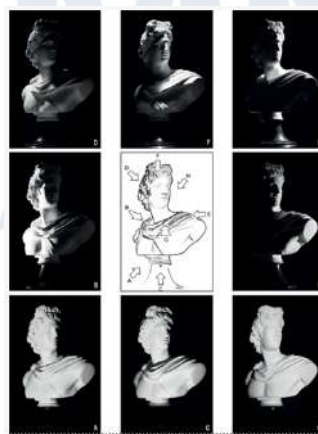
Unsur – unsur utama dalam pencahayaan fotografi, yaitu difusi, warna, intensitas, arah dan ukuran sumber cahaya. Selain itu, dijelaskan bagaimana pencahayaan dapat digunakan untuk menciptakan berbagai efek visual dan suasana tertentu, termasuk penggunaan peralatan pencahayaan, pemanfaatan cahaya alami maupun campuran, serta cara mengatasi permasalahan pencahayaan. Pemilihan teknik pencahayaan bersifat sangat kreatif dan individual, bahkan menjadi salah satu aspek paling menarik dalam fotografi. Gaya personal seorang fotografer sering kali dapat dikenali melalui

cara ia megatur cahaya. Pencahayaan juga berperan penting dalam membentuk karakter visual sebuah karya (Langford, 2024).



Gambar 2.3 *Quality of Lighting*
Sumber: Langford 2024

Kualitas suatu sumber cahaya dapat dijelaskan melalui jenis bayangan yang dihasilkan pada objek. Bayangan tersebut dapat bersifat keras dan tegas, atau lembut dan bergradasi, tergantung pada ukuran sumber cahaya relatif terhadap jarak dari subjek serta cahaya yang didifusikan atau tidak. Semakin kecil, semakin keras cahaya yang dihasilkan. Contohnya adalah senter, lampu sorot, flash kamera, korek api, atau cahaya matahari pada hari yang cerah. Berbagai sumber cahaya tersebut memiliki intensitas dan warna yang berbeda beda, namun jika digunakan secara langsung tanpa difusi, semuanya cenderung menghasilkan bayang yang tajam dan bertepe keras.



Gambar 2.3 *Direction of Lighting*
Sumber: Langford 2024

Pada fotografi potret adanya proses penyusunan pencahayaan, yang awalnya digunakan satu cahaya utama yang didifusikan dari satu sisi subjek.

Kemudian ditambahkan cahaya kedua untuk menerangi latar belakang sekaligus mempertegas kontur tubuh melalui perbedaan *tone*. Pencahayaan yang berlebihan dapat membuat subjek tidaknya karena harus diam dalam waktu lama sehingga memengaruhi ekspresi dan suasana foto. Oleh karena itu, dalam menjaga pencahayaan tetap sederhana memberi banyak ruang untuk mengeksplor gaya dan ekspresi. Pendekatan ini dapat menggunakan lampu modeling untuk membantu fotografer melihat hasil pencahayaan secara langsung sebelum kilatan flash meningkatkan intensitas cahaya.

2.3 Penjilidan

Binding atau penjilidan merupakan proses penyatuan lembaran-lembaran menjadi satu kesatuan buku yang utuh (Andrew Haslam, 2006, h.219). seiring berjalannya waktu teknologi percetakan berkembang pesat, produksi buku menjadi semakin cepat sehingga menyesuaikan kebutuhan efisiensi dan biaya. Meskipun demikian, teknik penjilidan tetap akan dipertahankan untuk edisi terbatas, karya seni, atau produksi khusus tanpa menghilangkan nilai estetika dan fungsionalitas.

2.3.1 Art Paper

Kertas *art paper* merupakan jenis kertas berlapis (*coated paper*) yang memiliki permukaan halus, rata, dan mengilap. Karakter kertas diperoleh melalui proses pelapisan khusus yang menghasilkan efek akhir glossy maupun doff sesuai kebutuhan produksi. Permukaan yang licin memungkinkan reproduksi warna dan detail tampil lebih tajam secara optimal sehingga kertas ini banyak digunakan dalam kebutuhan visual seperti majalah, katalog dan media promosi. *Art paper* tersedia dalam berbagai ukuran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan desain, dengan ketebalan 85 gsm sampai 150 gsm.



Gambar 2.3 Kertas *Artboard*

Sumber: <https://primaprint.co.id/id/blog/art-paper>

Art paper memiliki kualitas dan hasil cetakan yang sangat tajam. *Art paper* memiliki kemampuan menyerap tinta dengan baik sehingga mempercepat proses pengeringan. Selain itu Kertas ini memiliki karakteristik permukaan yang mengkilap untuk menghasilkan visual yang menarik.

2.3.2 *Perfect Binding*

Perfect binding merupakan metode penjilidan yang umum digunakan pada buku bersampul lunak (Andrew Haslam, 2006, h.234). Teknik tersebut merupakan metode penjilidan yang paling cepat dan ekonomis. Proses penjilidan metode ini menggunakan lem sebagai perekat di bagian punggung buku sebagai sumber kekuatan utama.



Gambar 2.3 *Perfect Binding*

Sumber: <https://www.printivity.com>

Bahan sampul dari jilid *perfect binding* memiliki ketebalan yang lebih tebal dibandingkan isi buku. Metode *perfect binding* umumnya pada

bagian tepi dipotong secara merata sehingga sampul tidak melebihi ukuran halaman.

2.3.3 *Finishing*

Finishing merupakan tahap akhir percetakan yang membuat buku lebih awet dan menarik. Teknologi modern seperti pemotongan laser memungkinkan berbagai jenis finishing sampul termasuk, embossing, foil blocking, die-cutting, stamping, perforating, laminating, dan teknik lainnya.



Gambar 2.3 *Laminating*
Sumber: <https://maxipro.co.id>

Laminating merupakan proses pelapisan sampul buku dengan lapisan plastim transparan terhadap goresan dan kerusakan permukaan (Andrew Haslam, 6, h.228). Lapisan ini ditempelkan menggunakan panas dan tekanan sehingga menyatu dengan permukaan cetak. Adanya kendala pada teknik *laminating* yang dimana permukaan tidak disarankan untuk cetakan sablon atau tintak metalik dikarenakan proses pemanasan yang dapat mengganggu kualitas dan hasil cetak.

2.4 *Capsule wardrobe*

Menurut penelitian Febtanti (2025, h.06), *Capsule wardrobe* adalah konsep berpakaian yang menekankan penggunaan pakaian yang lebih sedikit,

tetapi berkualitas untuk menciptakan kombinasi pakaian yang cocok untuk berbagai suasana dan mengurangi konsumsi yang berlebihan. Konsep *capsule wardrobe* ini sejalan dengan prinsip gaya hidup berkelanjutan, karena mendorong konsumen untuk lebih bijak dalam membeli dan mengurangi ketergantungan terhadap tren yang cepat. Dengan memberikan informasi mengenai *capsule wardrobe*, mahasiswa pria dapat mengurangi sifat konsumtif yang berlebihan.

2.2.1 Prinsip-prinsip *Capsule Wardrobe*

Prinsip pembentukan *capsule wardrobe* tetap menggunakan teknik pemilihan pakaian yang umum, namun dilakukan dengan perencanaan yang matang dan selektif. Pilihan yang cermat dalam merancang *capsule wardrobe* akan mengoptimalkan fungsi yang dihasilkan (Anuschka Rees, 2016, h.173). *Capsule wardrobe* dirancang sebagai sistem yang berdiri sendiri, yang dimana digunakan sebagai koleksi utama dan tidak dicampur dalam seluruh isi lemari pakaian. Sistem *capsule wardrobe* ini diperbarui secara berkala mengikuti kebutuhan aktivitas.



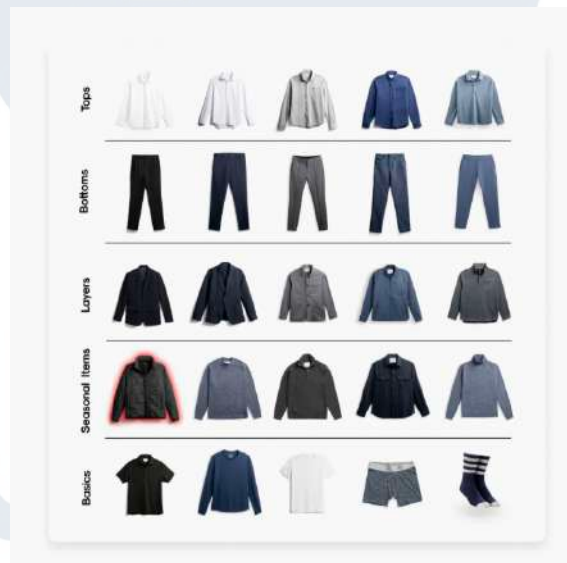
Gambar 2.3 *Capsule Wardrobe*
Sumber: <https://mediapijar.com...>

Adanya faktor yang menjadi jumlah dalam *capsule wardrobe* yang banyak seperti faktor gaya pribadi, gaya hidup dan kebutuhan variasi. Adanya individu yang menyukai tampilan yang sederhana dibandingkan yang menyukai gaya yang berlapis atau kompleks. Selain itu seseorang memiliki banyak aktivitas dengan kebutuhan berpakaian berbeda akan memerlukan

lebih banyak item dibandingkan dengan individu mengenakan jenis pakaian yang serupa. Individu yang menyukai banyak pilihan out cenderung membutuhkan lebih banyak item dibandingkan mereka yang tidak mengulang kombinasi pakaian (Anuschka Rees, 2016, h.173).

2.2.1 *Wardrobe Item*

Dalam pemilihan *item capsule wardrobe* koleksi dalam lemari sebaiknya memiliki fleksibilitas untuk dapat digunakan dalam semua aktivitas serta adanya penyesuaian gaya dari diri (*Earthday.org* n.d.). Item yang digunakan seperti baju sebagai base item dasar atau warna terang, outer atau outerwear untuk layering, celana jeans atau celana bahan untuk hari formal, sepatu seperti sneakers dan aksesoris untuk melengkapi gaya tampilan.



Gambar 2.3 Contoh Wardrobe Item
Sumber: <https://www.ministryofsupply.com...>

Dalam melakukan capsule wardrobe tidak sepenuhnya berfokus pada jumlah pakaian yang sedikit akan tetapi memiliki taste atau kemampuan untuk menyatukan semua item yang ada di wardrobe. Dengan adanya aksesoris tambahan seperti topi, tas, jam dan kalung dapat membantu membangun tampilan yang sesuai dengan situasi dan kondisi.

2.2.1 *Mix and Match*

Dalam dunia fashion, *mix and match* merupakan konsep dalam berpakaian yang dilakukan dengan menggabungkan berbagai elemen item fashion, seperti pakaian, warna, motif, tekstur atau aksesoris untuk membuat sebuah outfit yang menarik (Dharma, 2025). Dalam dunia fashion, *mix and match* tidak hanya berfungsi sebagai penghasil gaya akan tetapi berfungsi sebagai membantu pengguna memaksimalkan pakaian yang di miliki agar dapat digunakan di berbagai situasi.



Gambar 2.3 Contoh *Mix and match*

Sumber: <https://blog.cove.id/style-kemeja-putih-pria/>

Dengan memadukan satu item dengan item lainnya dapat memperoleh variasi tampilan yang berbeda tanpa memiliki banyak pakaian. Konsep *mix and match* membantu pakaian yang sederhana menjadi lebih fleksible dan tetap sesuai dengan style personal.

2.5 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan sangat penting untuk mendukung teori dan memberikan pandangan mengenai studi-studi sebelumnya yang berhubungan dengan tema ini. Tinjauan terhadap penelitian yang telah ada dapat memandu penulis dalam mengidentifikasi strategi, teknik, dan hasil yang bisa dijadikan acuan, sekaligus menjadi perbedaan inovasi dalam studi ini:

Tabel 2.3 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
-----	------------------	---------	------------------	----------

1.	Perancangan Buku Ilustrasi Edukasi Interaktif Fast Fashion untuk Mencegah Budaya Konsumtif Pada Anak Usia 9-12 Tahun	Reza Rizqina Balqis (2026)	Penelitian ini membuat perancangan buku ilustrasi interaktif sebagai tujuan media edukasi untuk anak usia 9 – 12 tahun agar dapat memahami arti fast fashion dan dampak fast fashion, selain itu perancangan ini mengenalkan konsep capsule wardrobe sebagai solusi tersebut.	Penelitian ini mengarah kepada media edukasi berupa buku ilustrasi, penulis akan melakukan perancangan lookbook dengan visual photography untuk menunjukkan mix and match pada capsule wardrobe.
2.	Perancangan Kampanye Digital Tentang Sustainable Fashion Melalui Konsep Capsule Wardrobe	Nanda Ifania Febtanti (2025)	Penelitian ini membuat perancangan bertujuan untuk merancang kampanye digital mengenai sustainable fashion dengan mengangkat	Penelitian ini penulis melakukan perancangan media informasi mengenai capsule wardrobe untuk

			konsep capsule wardrobe, perancangan ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya mengurangi perilaku konsumtif dalam membeli pakaian	mengurangi tingkat konsumtif
3.	Perancangan Guidebook Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan Skin Tone Menggunakan Seasonal Colour Theory	Fitri Oktaviani dan Marsudi (2024)	Hasil penelitian tersebut adalah perancangan guidebook pemilihan warna skin tone di karenakan masih banyak wanita Indonesia yang belum tau mengenai colour atau tone yang cocok dalam memiliki pakain.	Penulis akan melakukan perancangan lookbook untuk mengetahui pemilihan item dalam capsule wardrobe dan adanya banyak warna yang bisa di <i>mix and match</i> .

Penelitian ini akan menghadirkan kebaruan dalam bidang perancangan media informasi melalui lookbook mengenai *capsule wardrobe* pada mahasiswa pria. Pada penelitian terdahulu, lebih berfokus pada media informasi berupa buku ilustrasi mengenai *fast fashion* dengan solusi *capsule wardrobe*, sementara itu pada penelitian ini lebih menekankan pada penyusunan panduan pada capsule wardrobe, mulai dari pemilihan item pakaian hingga cara memadukan pakaian. Selain itu, lookbook ini dirancang khusus untuk mahasiswa pria sebagai media informasi yang tidak hanya referensi berpakaian, tetapi juga meningkatkan kesadaran untuk mengurangi perilaku konsumtif dalam *item fashion*.

