

PERANCANGAN KARTU PERMAINAN *AUGMENTED REALITY* BERTEMA *FASHION HIJAB*

Santo, Yulia Suryani*)

Abstract

Designing Augmented Reality Game Card of Hijab Fashion. *Hijab is part of popular culture in Indonesia. The transformation of the hijab occurs from a ritual object into a cultural object. Hijab is a fashion style that is widely followed by Indonesian young women today. This is a challenge in itself to whom wearing the hijab (hijaber), because there is a change in the way of dressing from not wearing a hijab to being a hijaber. It becomes necessary adjustments to the new look, and match the style to suit the wearer's personality. Hijab clothing that does not match a person's personality can make hijaber uncomfortable and insecure because it hinders the expression of identity. This study aims to design a game card with Augmented Reality as a medium of education and information about the style of dress that suits the individual personality of the hijaber. Adopting the theory of Beauty Profile by Carol Tuttle, it hoped that it can be a guide in knowing the personality, how to dress in harmony with the personality of the hijaber. The result is the Hijabprofile, a fashion and Beauty Profile game cards with Augmented Reality which helps user to unfold the Beauty Profile based on their fashion preference.*
Keywords: *hijab fashion, beauty profile, augmented reality, game card*

Abstrak

Perancangan Kartu Permainan *Augmented Reality* Bertema *Fashion Hijab*. Hijab merupakan bagian dari budaya populer di Indonesia. Transformasi hijab terjadi dari objek ritual menjadi objek budaya. Hijab menjadi gaya *fashion* yang banyak diikuti oleh para remaja putri Indonesia saat ini. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pemakai hijab (hijaber), karena terdapat perubahan cara berpakaian dari tidak berhijab menjadi berhijab. Diperlukan penyesuaian diri dengan tampilan baru, serta mencocokkan *style* agar sesuai dengan kepribadian pemakainya. Busana hijab yang tidak sesuai dengan kepribadian seseorang dapat membuat hijaber tidak nyaman dan tidak percaya diri karena menghalangi pengekspresian jati diri. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kartu permainan yang menggunakan *Augmented Reality* sebagai medium edukasi dan informasi tentang gaya berpakaian yang sesuai dengan kepribadian individu hijaber. Mengadopsi teori *Beauty Profile* karya Carol Tuttle, diharapkan dapat menjadi panduan dalam mengetahui kepribadian, cara berpakaian yang selaras dengan kepribadian hijaber. Hasil perancangan adalah kartu permainan Hijabprofil dengan *Augmented Reality* tentang *fashion* dan Profil Kecantikan yang membantu pengguna mengungkapkan Profil Kecantikan berdasarkan preferensi *fashion* mereka.

Kata kunci: *fashion hijab, profil kecantikan, augmented reality, permainan kartu*

*) Dosen, Universitas Sampoerna
e-mail: santo.tjhin@sampoernauniversity.ac.id , yulia.suryani@my.sampoernauniversity.ac.id

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk Muslim, di mana 87% dari total populasi atau lebih dari 200 juta penduduk beragama Islam, sehingga negara Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia (Utomo et al., 2018). Bagi wanita muslimah, memakai hijab merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan identitas keislamannya (Hassan & Harun, 2016). Mengenakan hijab merupakan salah satu tatanan agama sebagai upaya menutup aurat perempuan muslim. Aurat adalah “bagian tubuh yang dilarang untuk diperlihatkan kepada orang lain” (Turmudi, 2016). Hijab di Indonesia berkembang dari masa ke masa. Hijab bukan produk budaya tradisional Indonesia, sehingga pemakaian hijab oleh perempuan muslimah Indonesia tidak mudah dan diterima secara masif puluhan tahun lalu. Penggunaan hijab sebagai pakaian sehari-hari memang belum populer. Saat ini banyak wanita muda muslim Indonesia yang memakai hijab. Alasannya bermacam-macam antara lain kewajiban agama (Quran Surah An Noor: 31), kemauan pribadi untuk belajar dan mengamalkan nilai-nilai Islam, saran dari keluarga, atau kebutuhan sekolah (Indarti & Peng, 2017).

Mempertimbangkan berbagai alasan tersebut, mengenakan hijab bukan hanya sekedar berjilbab. Wanita muda muslim berkeinginan untuk tetap tampil cantik dan tidak lusuh meski memakai hijab (Turmudi, 2016). Sebagai wanita Muslim muda yang modern dan berpendidikan, mereka sadar akan mode. Kesadaran *fashion* tidak selalu berarti keahlian dalam industri *fashion*, tetapi kesadaran akan penampilan individu dan upaya untuk tetap bergaya (Hassan & Harun, 2016). Perancang busana Indonesia, Dian Pelangi mengatakan dalam acaranya di New York *Fashion Week S / S 2018*, “Kami hanya ingin menunjukkan kepada dunia bahwa kami tetap bisa cantik dan bergaya dengan hijab kami” (Agence France-Presse, 2017). Dengan kata lain hijab menjadi *fashion statement* dalam budaya populer. Hijab sebagai budaya populer terlihat dari munculnya trend halal. Beragam produk yang didesain khusus untuk wanita berhijab, di antaranya merk shampo untuk pemakai hijab seperti Sunsilk Hijab dan Rejoice Hijab dengan melibatkan ikon populer seperti Laudya Cynthia Bella dan Fatin Shidqia sebagai *Brand Ambassador*. Adanya produk khusus hijab juga menunjukkan bahwa wanita berhijab menghadapi masalah yang berbeda dengan wanita yang tidak berhijab. Dalam hal kecantikan, produk perawatan rambut hijab hadir sebagai solusi dari permasalahan rambut hijab, menawarkan kesegaran pada rambut yang tertutup. Sedangkan *brand* yang berfokus pada halal mempromosikan sertifikasi halal yang mengutamakan produk bebas alkohol dan vegan seperti produk kecantikan Wardah dan Safi.

Permasalahan yang dihadapi oleh remaja modern khususnya yang baru mulai berhijab adalah kesulitan untuk memutuskan apa yang akan dikenakan, terutama gaya berpakaian yang sesuai dengan karakter dan kepribadiannya. Hijab hadir sebagai salah satu bentuk *fashion*, namun fungsinya dikembangkan tidak hanya untuk menutup aurat perempuan, tetapi hijab menjadi objek budaya yang mengekspresikan *fashion statement* yang kuat (Prihandini & Suminar, 2017). Pada titik ini, terkadang beberapa orang salah menggambarkan karakter dan kepribadian melalui pakaian. Pada awalnya orang mengira tidak bisa mengekspresikan diri jika memakai hijab dan butuh waktu bagi orang untuk menemukan gayanya yang sebenarnya.

Salah satu *fashion influencer*, Dwi Handa mengatakan, “Awalnya saya merasa tidak bisa mengekspresikan diri saat memakai hijab, merasa hijab itu monoton. Seiring berjalannya waktu, ternyata kita bisa lebih banyak berekspresi, menjadikan kerudung kita sebagai karya seni” (BBC, 2016). Oleh karena itu, remaja putri yang mulai mengenakan hijab membutuhkan pengetahuan dan pemahaman untuk menemukan gaya berpakaian yang sesuai dengan karakter dan kepribadiannya, agar nyaman dan percaya diri dalam mengenakan hijab dalam kesehariannya dan mencapai aktualisasi diri. Seperti yang diketahui referensi gaya berpakaian hijab yang ada, hanya berdasarkan tren. Melalui buku karangan Carol Tuttle (2010) berjudul “*Dressing Your Truth: Discover Your Type of Beauty*” mengenai teori *Beauty Profiling*, dijelaskan bahwa *Beauty Profiling* adalah cara melihat jauh ke dalam kecantikan batin dan kepribadian diri sendiri dan kemudian mengetahui bagaimana cara berpakaian yang sesuai dengan penampilan luar, terlepas dari bentuk tubuh atau usia mereka (Tuttle, 2010). Dengan mengadopsi teori profil kecantikan dari Carol Tuttle, membantu para hijaber menghemat waktu untuk menemukan gaya mereka. Permasalahan yang dihadapi di era hijab sebagai budaya populer Indonesia adalah perlunya aktualisasi diri melalui *outfit* hijab mereka. Namun, tren *fashion* tidak menawarkan apa yang dibutuhkan hijaber untuk menampilkan kecantikan terbesar mereka karena tidak sesuai dengan kepribadian masing-masing individu.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu dirancang suatu media yang dapat memberikan informasi dan edukasi tentang cara memadupadankan busana hijab untuk hijaber berdasarkan *Beauty Profile* individu, agar mereka dapat percaya diri dan nyaman dalam mengenakan hijab. Peneliti di sini merancang dan membahas mengenai kartu permainan yang dipadukan dengan *Augmented Reality* dengan harapan dapat memberikan pengalaman menarik, membantu menemukan Profil Kecantikan (*beauty profile*) dan mengetahui gaya berpakaian yang sesuai, di mana penelitian dan perancangan dengan *Augmented Reality* ini belum pernah dilakukan sama sekali oleh peneliti lain. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara merancang kartu permainan dan *Augmented Reality* sebagai alat yang dapat membantu pengguna mengungkapkan Profil Kecantikan mereka berdasarkan preferensi item *fashion* mereka? Bagaimana cara merancang pengalaman pengguna yang merepresentasikan asesmen *Beauty Profiling* dengan menggunakan *Augmented Reality* yang didukung dengan kartu permainan agar memungkinkan pengguna melakukan asesmen diri dengan cara yang menyenangkan? Sedangkan tujuan dari penelitian antara lain untuk merancang kartu permainan ditambah dengan *Augmented Reality* tentang *fashion* dan *Beauty Profile* sebagai media edukasi dan informasi bagi hijaber.

Metode

Definisi Hijab

Berdasarkan *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2020), definisi hijab adalah pakaian yang menutupi kepala yang dikenakan di depan umum oleh sebagian wanita muslimah. Menurut *Encyclopedia of Women in Today's World*, jilbab dalam konteks Islam sebagian besar mengacu

pada pakaian yang menutupi rambut, telinga, dan leher (Stange et al., 2011). Berdasarkan *Cambridge Advanced Learner's Dictionary* (2020), hijab adalah penutup kepala yang dikenakan sebagian wanita muslim saat berada di luar. Tidak hanya penutup kepala, hijab juga bisa diartikan sebagai hukum agama yang mengatur pakaian yang boleh dikenakan oleh wanita muslimah. Secara etimologis hijab dalam bahasa Arab memiliki arti “penutup” atau “layar” atau “tirai” (Rizal, 2017; Stange et al., 2011). Kata hijab berasal dari kata kerja bahasa Arab *hajaba* yang berarti “menutupi”, “menyembunyikan”, atau “menutupi” (Agia, 2015). Pengertian hijab merupakan sesuatu yang memisahkan dua hal (Rizal, 2017). Jadi apapun yang bisa menjadi medium untuk “menutupi”, “memisahkan”, “kerudung”, “menyembunyikan”, atau “menutupi”, bisa disebut sebagai hijab. Bisa berupa tirai, dinding, atau kain. Namun konsep hijab yang lazim dikenal masyarakat adalah hijab sebagai pakaian yang bermaksud menutupi aurat wanita agar tidak menarik perhatian pria. Batasan aurat perempuan yang harus ditutupi beragam di antara para *fuqaha* (ahli hukum Islam). Menurut Abu Hanifah, al-Shafi’i dan beberapa pengikut Ahmad ibn Hanbal, aurat wanita adalah seluruh tubuh kecuali wajah dan tangan. Sedangkan menurut Imam Malik, seluruh bagian tubuh wanita adalah aurat, termasuk mata dan tangan. Pemahaman tentang batasan aurat perempuan berpengaruh pada cara pandang masyarakat terhadap pakaian berhijab. Umat Muslim di Indonesia mengikuti madzhab atau aliran pemikiran Imam Syafi’i. Itulah sebabnya pakaian yang dikenakan oleh wanita muslim di Indonesia berbeda dengan yang digunakan oleh wanita muslim di negara lain yang mengikuti madzhab Imam Maliki (Nuroniyah, 2017). Konsep hijab sebagai kerudung yang menutupi rambut, telinga, dan leher, namun membiarkan wajah terbuka itulah yang dimaksud dalam penelitian ini.

Hijab Fashionable Budaya Populer

Karena tingginya permintaan terhadap hijab di kalangan kelas atas, perancang busana memproduksi hijab mahal dengan desain dan bahan bagus yang dijual di butik dan dipamerkan di *runway* untuk memenuhi kebutuhan hijab yang *stylish*. Jilbab jenis ini tentunya berbeda dengan jilbab putih yang dikenakan siswa madrasah yang hanya bertujuan untuk menutupi kepala (Turmudi, 2016). Dalam hal ini, hijab modis merupakan upaya untuk memadukan ketaatan pada agama dan modernitas. Beberapa desainer Indonesia bahkan terlibat dalam peragaan busana internasional tahunan seperti *New York Fashion Week* untuk menampilkan koleksi sederhana mereka. Di antara desainer tersebut adalah Dian Pelangi dan Vivi Zubedi. Koleksi Dian Pelangi selalu menggunakan bahan-bahan Indonesia yang penuh warna seperti batik *print* dan *tie dye*, ditujukan untuk wanita muslimah yang sejahtera, modern, dan religius. Sementara koleksi Vivi Zubedi lebih konservatif dengan ciri khas abaya (gaun panjang Arab) yang ditargetkan untuk wanita Muslim yang taat di perkotaan, menunjukkan bahwa wanita Muslim yang sangat taat bisa menjadi cantik juga (Agence France-Presse, 2017). Ketika *hijab stylish* digunakan oleh para selebritis dengan sedemikian indahnya, maka menjadi busana *fashion* yang menarik diikuti oleh para penggemarnya (Turmudi, 2016). Berdasarkan penelitian terhadap Hijaber Community Bandung, setiap anggota komunitas tersebut merasa lebih nyaman dan percaya diri saat mengenakan hijab yang *fashionable* (Prihandini & Suminar,

2017). Bagi mereka, persoalan iman dan kebaikan tidak hanya berwujud fisik. Itu sebabnya memakai hijab juga membuat mereka tidak merasa lebih khushyuk dibanding orang lain yang tidak. Mereka juga bisa bergaul dengan teman-teman yang non-muslim dengan nyaman. Menurut anggota Hijaber Community Bandung, arti hijab modis memiliki tiga makna, antara lain:

1. Aktualisasi Diri

Selain fungsi normatifnya untuk menutupi aurat perempuan, hijab memiliki fungsi sosial untuk mengekspresikan jati diri dan kepribadian.

2. Media Dakwah

Penggunaan hijab yang *fashionable* dapat meningkatkan citra hijab. Ini bisa menjadi misi nonverbal untuk menginspirasi orang lain untuk memakai jilbab juga. Selain itu, *fashion* merupakan salah satu elemen keindahan dan Tuhan menyukai keindahan. Dengan memakai hijab yang cantik, mereka ingin menunjukkan bahwa Islam tidak menakutkan.

3. Proses Pembelajaran

Keputusan memakai hijab merupakan pertanda bahwa seseorang telah menaati tata tertib Islam. Mengenakan hijab yang modis merupakan langkah awal seseorang menuju ke arah yang lebih baik (Prihandini & Suminar, 2017).

Gaya Berpakaian vs Kepribadian

Di antara perkembangan hijab sebagai budaya populer Indonesia, remaja putri muslimah memiliki kesadaran *fashion*. Kesadaran *fashion*/mode adalah kesadaran individu terhadap penampilan, perhatian pada tren saat ini dan upaya untuk menjaga gaya, tetapi tidak berarti keahlian dalam industri *fashion*/mode (Hassan & Harun, 2016). Hijaber tidak ingin terlihat lusuh dan ketinggalan zaman saat sedang bercadar, melainkan ingin tampil cantik, modern dan sesuai dengan karakternya sendiri melalui busana hijab yang mereka kenakan. Sehingga, mereka menjadi percaya diri dan nyaman memakainya. Oleh karena itu, terdapat berbagai kombinasi warna, corak, dan corak. Misalnya, seorang mahasiswi memadukan hijab dengan kemeja, *jeans* dan *sneakers* agar tampil aktif dan cerdas. Ini menunjukkan bahwa mode memungkinkan orang membuat pernyataan tentang diri mereka sendiri.

Profil Kecantikan

Mengenai kepribadian, teori *Dressing Your Truth* oleh Carol Tuttle adalah sistem kecantikan dan mode yang menghargai kecantikan dari dalam dan kepribadian individu dan kecantikan luar fitur fisik, tidak peduli usia, warna, dan bentuk tubuh (Tuttle, 2010). Formula dari *Dressing Your Truth* adalah mengetahui Profil Kecantikan seseorang terlebih dahulu. *Beauty Profile* adalah *inner beauty* yang ada pada setiap manusia di mana dengan mengetahuinya orang dapat mengetahui lebih jelas tentang dirinya dan menjalaninya dengan percaya diri. Empat Profil Kecantikan berbeda berdasarkan empat elemen yang ada dalam DNA manusia. Mereka adalah nitrogen, oksigen, hidrogen, dan karbon. Gerakan alami elemen-elemen ini dengan mudah diekspresikan dalam tubuh manusia, memengaruhi fitur fisik, kecenderungan perilaku,

kepribadian, dan lainnya. Carol Tuttle merujuk ke empat jenis elemen feminin sebagai berikut:

- a. Nitrogen - Tipe 1: Wanita Terang dan Animasi.
- b. Oksigen - Tipe 2: Wanita Lembut dan Halus.
- c. Hidrogen - Tipe 3: Wanita Kaya, Dinamis.
- d. Karbon - Tipe 4: Wanita yang Berani dan Menyolok.

Setiap orang memiliki empat elemen di dalam tubuhnya, tetapi hanya satu yang dominan seumur hidup. Dengan mengetahui tipe mereka, mereka akan dapat mengetahui item *fashion* apa yang paling cocok untuk kecantikan luar mereka. Menurut Carol Tuttle, orang akan selalu tampil bergaya berdasarkan kesesuaian akan sifat aslinya. Keempat tipe tersebut tidak berarti menempatkan wanita ke dalam satu kategori, tetapi ada banyak variasi dalam setiap tipe di mana orang dapat menciptakan gaya pribadi unik mereka sendiri yang sesuai dengan kecantikan batin mereka. Penilaian *Beauty Profiling* oleh Carol Tuttle dilakukan dengan melihat ciri fisik dan bahasa tubuh masing-masing orang. Ekspresi natural masing-masing tipe dapat dilihat pada beberapa aspek yang bersifat feminin seperti; talenta atau bakat, ciri-ciri kepribadian, proses pemikiran dan perasaan, kecenderungan perilaku, bahasa tubuh, ciri fisik, bagaimana energi seseorang memengaruhi orang lain, bagaimana penampilan seseorang memengaruhi orang lain, kesalahan mode yang paling umum (Tuttle, 2010).

Kartu Permainan

Menurut Encyclopedia Britannica, kartu permainan adalah sekumpulan kartu yang berisi ilustrasi atau angka yang dapat digunakan untuk bermain *game*, untuk pendidikan, ramalan, atau sulap (Parlett, 2020). Kartu permainan memiliki empat jenis yaitu klub, hati, berlian, dan sekop. Setiap setelan dikaitkan dengan elemen tertentu sebagai berikut:

- a. Udara - Sekop/Waru ♠
- b. Air - Hati ♥
- c. Api - Keriting ♣
- d. Bumi - Berlian/Wajik ♦

Sekop atau waru berhubungan dengan unsur udara. Hati melambangkan unsur air. Keriting dikaitkan dengan unsur api. Terakhir, berlian atau wajik dihubungkan dengan elemen bumi (Dee, 2018; Jones, 2012).

Augmented Reality

Augmented Reality (AR) adalah pandangan langsung atau tidak langsung dari lingkungan nyata dalam waktu nyata yang ditingkatkan dengan menambahkan informasi virtual yang dihasilkan komputer ke dalamnya (Carmigniani & Furht, 2011). *Augmented Reality* juga dapat diartikan sebagai teknologi yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dengan informasi visual melalui lingkungan nyata yang ditambahkan dengan sumber daya digital (Suh & Nabi, 2018). *Augmented Reality* bertujuan untuk menghadirkan informasi virtual tidak hanya mengenai lingkungan sekitar, tetapi juga tampilan tidak langsung dari lingkungan nyata seperti *streaming*

video langsung. Ada empat perangkat utama untuk *Augmented Reality* seperti *displays*, *input devices*, *tracking*, dan perangkat komputer.

a. *Displays* (tampilan)

Jenis utama tampilan yang digunakan untuk AR adalah tampilan yang dipasang di kepala (*head mounted displays* - HMD), *display*/layar genggam dan *display* spasial. HMD adalah perangkat *head-wear* yang menampilkan lingkungannya dan informasi virtual. Layar genggam menggunakan perangkat komputasi kecil seperti ponsel pintar, PDA dan Tablet PC. *Spatial Augmented Reality* (SAR) menggunakan proyektor video, elemen optik, hologram, *tag* frekuensi radio, dan teknologi pelacakan lainnya, tidak mengharuskan pengguna untuk memakai atau membawa layar.

b. *Input devices*

Jenis perangkat input untuk AR bervariasi. Bisa berupa sarung tangan, gelang nirkabel, dan ponsel pintar.

c. *Tracking*

Perangkat pelacak terdiri dari kamera digital, sensor optik, GPS, akselerometer, kompas *solid state*, sensor nirkabel, dan lain lain.

d. Komputer

Sistem *Augmented Reality* (AR) membutuhkan perangkat komputasi yang kuat dan RAM yang besar (Carmigniani & Furht, 2011).

Studi Visual

Garis merupakan salah satu elemen dalam desain visual. Garis didefinisikan sebagai titik yang memanjang atau efek yang disebabkan oleh tepi objek yang tidak memiliki garis sebenarnya (Mariah, 2011). Garis adalah gerakan suatu alat atau pigmen dalam menggambar atau melukis. Garis memiliki ketebalan, nilai kontras, dan panjang yang bervariasi. Variasi garis hampir tidak terbatas (Brommer, 2000). Beberapa jenis garis tersebut adalah garis kontur, garis gestur, dan garis tersirat. Garis kontur adalah garis yang menggambarkan bentuk suatu benda dengan cara yang paling sederhana. Garis gestur adalah garis yang menunjukkan gerakan fisik. Garis tersirat adalah garis imajiner yang dibuat ketika kita melihat objek secara berjajar atau ketika kita melihat tepi suatu objek (Tomita, 2015). Garis merupakan elemen dasar dari desain karena mampu membagi area menjadi ruang dan bentuk. Ini menciptakan efek ilusi bagi yang melihat. Berdasarkan arah pergerakannya, garis cenderung mengungkapkan perasaan tertentu seperti:

- a. Garis vertikal: Tinggi, stabilitas, martabat, kekuatan, dan formalitas.
- b. Garis horizontal: Suasana tenang, hening, tentram, dan seimbang.
- c. Garis diagonal: Vitalitas, dinamis, dramatis, gelisah, sibuk dan tidak stabil tetapi bertenaga. Melawan diagonal menciptakan keseimbangan. Melawan diagonal dengan titik ke bawah menciptakan efek yang lebih ringan, lebih bahagia, dan lebih muda. Sedangkan yang mengarah ke atas menyebabkan efek yang lebih berat, lebih tua, dan lebih suram.
- d. Garis lengkung: Gerakan santai, kelenturan, kelembutan, kesatuan, dan kebulatan. (Mariah, 2011; Tomita, 2015).

Psikologi Warna

Psikologi warna berbeda dengan simbolisme warna. Ini adalah efek warna pada emosi atau perasaan manusia. Warna tidak pernah netral secara emosional. Setiap corak dalam spektrum warna menyebabkan respons emosional yang berbeda. Desainer harus memilih warna yang cocok untuk target market dan mempertimbangkan penggunaan warna tertentu untuk produk tertentu.

Tabel di bawah ini menunjukkan reaksi sadar dan bawah sadar penonton terhadap setiap warna (Pierson, 2008).

Tabel 1. Psikologi Warna

Warna	Efek Psikologis (Sensasi Emosional)
Merah	a. Meningkatkan tekanan darah, detak jantung, nafas cepat. Bangkitkan kesan karakter yang bersemangat, provokatif, mengasyikkan, dan dinamis. b. Mengingat orang-orang terhadap cinta, gairah, dan kemarahan. c. Terkait dengan racun dan api.
Merah muda	Membangkitkan kesan energik, awet muda, menyenangkan, menggairahkan, lembut, halus, sentimental, romantis, manis.
Jingga	a. Meningkatkan kenikmatan dan rangsangan seksual. b. Membangkitkan kesan pusing, seperti kartun, awet muda, ingin tahu, hangat, tegas, gairah tinggi, vitalitas, mengasuh, bahagia, dan mudah didekati.
Kuning	a. Sifat antibakteri, membangkitkan kesan ceria, lembut, lembut. b. Terkait dengan sinar matahari, cahaya, kehangatan, pisang.
Hijau	Menyebabkan efek menenangkan, keseimbangan, senyap, menembak, mendingin, bersih.
Biru	a. Mengurangi racun dalam tubuh, meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan diri. b. Membangkitkan kesan yang bersih, jujur, menenangkan, tenteram, tenang, dapat diandalkan. c. Terkait dengan langit dan air.
Ungu	a. Sistem saraf yang menenangkan, mempromosikan kebangkitan spiritual dan kreativitas. Disukai oleh orang-orang kreatif dan eksentrik. b. Warna yang saling bertentangan, paduan kegembiraan merah, dan ketenangan biru. c. Mewakili karakter yang kaya, canggih, halus, sentimental, dan nostalgia. d. Terkait dengan malam, kegelapan, air.
Coklat	a. Terkait dengan bumi. b. Mewakili keberlanjutan, alam, stabilitas.
Putih	Membangkitkan kesan yang murni, sederhana, dan bersih.
Hitam	Membangkitkan kesan misterius, dramatis, kuat, mahal.

Berdasarkan tabel di atas, warna-warna hangat seperti merah, jingga, dan kuning membangkitkan emosi aktif. Tingkat kehangatan suatu warna mencerminkan tingkat gairah yang ditimbulkan. Dari merah, jingga, hingga kuning, emosi orang-orang diratakan dari amarah, senang, hingga ceria. Sedangkan hijau dan biru mewakili gairah rendah (Clarke & Costall, 2008).

Ilustrasi Busana

Ilustrasi busana atau sketsa busana merupakan visualisasi dari ide busana. Perlengkapan yang biasa digunakan untuk menggambar adalah pensil, arang, pastel berwarna, tinta, cat (cat air dan guas), dan kertas. Kunci untuk membuat ilustrasi *fashion* adalah pemahaman yang baik tentang tubuh manusia. Ada bagian tubuh manusia yang harus diperhatikan dalam menggambar ilustrasi *fashion* seperti kerangka, pose, wajah, cahaya dan bayangan, sudut, tangan, dan kaki. Namun, tingkat detail ilustrasi tergantung pada tujuan penyajiannya. Ilustrasi mode yang dibuat untuk pembuatan pola membutuhkan gambar yang lebih detail daripada sketsa pribadi yang digunakan hanya untuk menyampaikan ide awal. Selain itu, setiap orang memiliki gaya gambar pribadi yang berbeda seperti tulisan tangan. Berlatih mengarahkan orang untuk membangun gaya menggambar mereka (Hopkins, 2010). Ilustrasi media campuran dalam desain dan ilustrasi mode, media campuran dan kolase diadopsi sejak tahun 1990-an. Sedangkan penggunaan hibrida berbagai kertas, foto, kain, kancing, pita, benang dilakukan dalam kolase tradisional. Di era digital, kolase melibatkan penggunaan perangkat lunak. Adopsi media campuran untuk ilustrasi *fashion* menciptakan ekspresi dan keunikan artistik karena keberagamannya (Hopkins, 2010). Keberadaan komputer sangat membantu dan memudahkan proses ilustrasi desain. Namun ilustrasi yang dibuat melalui media digital tetap memiliki kekurangan. Menggabungkan teknik digital dengan kerajinan tangan memungkinkan hasil yang lebih otentik (Bennett, 2012).

Hasil dan Pembahasan

Konsep Desain

Konsep perancangan dari proyek yang dikembangkan adalah membuat media penilaian *Beauty Profiling* bagi hijaber agar dapat membantu mereka mengungkapkan kepribadiannya, setelah mengetahui kepribadian maka mereka akan mendapatkan panduan gaya berpakaian yang sesuai untuk mereka. Jadi, kartu permainan ditambah *Augmented Reality* merupakan media edukasi dan informasi mengenai *Beauty Profiling* dan *fashion* hijab. Teknologi *Augmented Reality* yang diadopsi dalam proyek ini memiliki kelebihan untuk mengungkap makna di balik ilustrasi di setiap kartu dan menunjukkan hasil penilaian *Beauty Profiling* pada saat pengguna melakukan pemindaian pada kartu. Tanpa teknologi *Augmented Reality*, kartu permainan hanya akan menjadi kartu ilustrasi dan pengguna tidak akan mengetahui makna atau arti di balik kartu. Selain itu, kartu permainan yang dicetak tidak menunjukkan jenis setiap kartu, jenis hanya akan terlihat jika pengguna melakukan pemindaian kartu. Ini bertujuan agar pengguna fokus dalam mengumpulkan ilustrasi mode yang mereka sukai dan tidak terganggu untuk mengumpulkan jenis yang sama. *Augmented Reality* juga bertujuan agar pengguna

mendapatkan pengalaman yang menyenangkan saat melakukan penilaian *Beauty Profiling* untuk mengetahui tipe kepribadian mereka. Dalam proyek ini pengguna memainkan kartu dan tanpa sadar memilih ilustrasi item *fashion* yang mewakili kepribadiannya. Pada akhirnya, akan tercipta rasa penasaran dan terkejut yang memberikan *User Experience* kepada pengguna saat memindai dan mengungkap hasil *Beauty Profiling*. Dengan menggunakan kartu permainan ditambah *Augmented Reality* diharapkan pengguna dapat memahami dan mengetahui identitas dan kepribadiannya, dan menerapkan informasi yang diperoleh mengenai cara berpakaian dan memadupadankan hijab dengan item *fashion* lainnya yang sesuai dengan kepribadian. Perancangan proyek ini bertujuan memotivasi, memberikan pemahaman agar wanita memahami kecantikan dan sifat aslinya sesuai dengan *inner beauty* mereka. Hal ini bertujuan agar tidak terjebak dalam tren *fashion* yang tidak sesuai dengan kepribadiannya, sehingga akan menimbulkan rasa tidak nyaman dengan pakaian yang dikenakan. Setiap kartu permainan berisi ilustrasi *fashion* item seperti *dress*, blus, rok, tas, dan sepatu dengan warna dan corak yang berbeda berdasarkan empat tipe kepribadian yang berbeda. Pengguna akan mengetahui kepribadian mereka berdasarkan ilustrasi item *fashion* yang secara tidak sadar mereka pilih.

Tata Cara Permainan

Kartu permainan terdiri dari 16 kartu dengan 4 jenis yaitu sekop atau waru, hati, keriting, dan berlian atau wajik. Keempat jenis tersebut mewakili empat *Beauty Profiling* oleh Carol Tuttle. Sekop atau waru mewakili wanita Tipe 1, hati mewakili wanita Tipe 2, keriting mewakili wanita Tipe 3, dan berlian atau wajik mewakili wanita Tipe 4. Setiap jenis kartu memiliki delapan kartu yang terdiri dari tujuh kartu ilustrasi mode dan satu kartu As. Ilustrasi pada kartu mengilustrasikan item *fashion* seperti atasan, bawahan, *dress*, *outerwear*, sepatu, tas, aksesoris dengan berbagai bentuk, warna, dan corak berdasarkan karakteristik dari keempat *Beauty Profile* tersebut.



Gambar 1. Kartu Permainan
(Sumber: Santo, 2020)

Kartu permainan ini dimaksudkan untuk menilai *Beauty Profile*. Permainan ini tidak dimaksudkan untuk permainan dengan nilai-nilai sosial atau kompetitif. Idealnya kartu ini untuk satu orang. Namun, kartu permainan ini dapat dimainkan oleh dua orang. Diperlukan waktu 5 hingga 15 menit untuk memainkan kartu. Di bawah ini adalah langkah-langkah untuk memainkan kartu permainan dengan *Augmented Reality* ini.

Cara Pertama

1. Ambil 4 kartu yang paling disukai.
2. Pemain memegang 4 kartu yang telah diambil
3. Kartu As disimpan dalam tumpukan terpisah
4. Kartu yang tersisa berada dalam tumpukan



Gambar 2. Kartu Permainan Hijabprofile
(Sumber: Santo, 2020)

Cara Kedua

1. Pemain mengambil 1 per 1 kartu dari tumpukan undian pilih yang disukai sebanyak 4 kartu di tangan, hingga tumpukan kartu habis.
2. Kemudian pindai 4 kartu terakhir satu per satu untuk melihat jenis dan makna di balik ilustrasi.
3. Ambil kartu As dari jenis tersebut dan scan untuk melihat hasil dari *Beauty Profile* pemain.

Hasil *Beauty Profiling*

Hasil penilaian *Beauty Profiling* akan ditampilkan dalam bentuk *Augmented Reality* pada layar *smartphone* saat melakukan pemindaian pada kartu As. Informasi mengenai kepribadian didasarkan pada buku Carol Tuttle, *Dressing Your Truth: Discover Your Personal Beauty Profile* (2010).

1. Tipe 1: Wanita Animasi yang Cerah

Jika pemain mendapat empat kartu dari corak sekop atau waru, itu berarti mereka memiliki kepribadian tipe 1 yang dominan.

Isinya adalah : Kamu adalah matahari yang menyinari hariku!

Elemen : Nitrogen atau Udara

Kode Kecantikan : Imut!

Selebriti seperti Anda : Drew Barrymore, Cameron Diaz, Lisa Kudrow, Marilyn Monroe, Meryl Streep.

Arti : Energi Anda ringan dan bergerak ke atas seperti udara. Anda menyenangkan dan ceria. Anda membawa kegembiraan dan harapan.

Jaga agar tetap ringan!

Jangan takut untuk mengenakan pakaian yang cerah dan penuh warna.

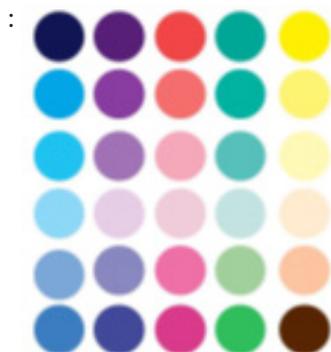
Biarkan sifat cerah dan animasi Anda selaras dengan penampilan luar Anda!

Mengenakan pakaian hitam agar dianggap lebih serius bahkan akan membuat Anda tampil konyol.

Pengganti untuk hitam: coklat tua (coklat batangan, coklat gelap).

Putih terbaik: Putih musim dingin (cerah, hangat).

Warna yang sesuai :



Gambar 3. Warna Wanita Tipe 1 Berdasarkan my.liveyourtruth.com oleh Carol Tuttle
(Sumber: Santo, 2020)

2. Tipe 2: Wanita Lembut dan Halus

Jika pemain mendapat empat hati, itu berarti mereka mendapatkan kepribadian tipe 2 yang dominan.

Isinya adalah : Anda adalah sungai tenang yang menyentuh hati saya!

Elemen : Oksigen atau Air

Kode Kecantikan : Cantik!

Selebritas seperti Anda : Jennifer Aniston, Julia Roberts, Putri Diana dari Wales, Jessica Alba, Hillary Clinton.

Arti : Energi Anda mengalir dan mengalir. Anda lembut dan santai.

Kehadiran Anda membawa ketenangan dalam hidup.

Kenyamanan adalah prioritas Anda.

Hindari pakaian cerah atau warna berani yang membuat Anda tampil lebih agresif.

Hal tersebut akan membuatmu dinilai sebagai orang yang lemah, dan pemalu.

Tetap berpakaian lembut dan halus dan orang-orang akan melihat kelembutan Anda.

Pengganti hitam: Coklat pastel yang lembut (coklat susu).

Putih terbaik: putih cream (warna abu-abu mendukung ketenangan Anda).



Gambar 4. Warna Wanita Tipe 2 Berdasarkan my.liveyourtruth.com oleh Carol Tuttle
 (Sumber: Santo, 2020)

3. Tipe 3: Wanita Kaya dan Dinamis

Jika pemain mendapat empat keriting, itu berarti mereka mendapatkan kepribadian tipe 3 yang dominan.

Isinya adalah : Anda adalah bola api yang bergerak cepat untuk mencetak gol!

Elemen : Hidrogen atau Api

Kode Kecantikan : Hot!

Selebriti seperti Anda : Beyoncé Knowles, Michelle Obama, Shakira, Taylor Swift, Oprah Winfrey.

Arti : Energi Anda aktif / reaktif.

Anda dinamis dan memiliki tujuan.

Anda memiliki kemampuan untuk menggerakkan diri sendiri dan orang lain untuk menyelesaikan sesuatu.

Anda tidak perlu mencoba melembutkan diri sendiri. Mengenakan pakaian hitam secara dramatis akan terkesan tua, membuat Anda terlihat lebih tua, lebih bertekstur dan kelebihan berat badan. Pengganti hitam: coklat keemasan, coklat cream.



Gambar 5. Warna Wanita Tipe 3 Berdasarkan my.liveyourtruth.com oleh Carol Tuttle
 (Sumber: Santo, 2020)

4. Tipe 4: Wanita yang Berani dan Aktif

Jika pemain mendapatkan empat berlian, itu berarti mereka memiliki kepribadian tipe 4 yang dominan.

Isinya adalah : Anda adalah pilar kekuatan!

Elemen : Karbon

Kode Bumi : Menakjubkan!

Arti : Energi Anda konstan dan tenang.

Anda ringkas, jelas, dan kritis.

Anda menjaga segala sesuatunya terstruktur dan tetap di jalur. Jangan takut untuk berpakaian berani dan mencolok.

Anda tidak perlu menaklukkan sifat otoritatif Anda dengan mengenakan pakaian lembut mengalir yang bahkan membuat

Anda terlihat lusuh.

Selamat! Hitam adalah warna tanda tangan Anda karena sangat tenang dan tepat.

Hitam pekat adalah yang terbaik.

Putih terbaik: putih akan merefleksikan pendekatan anda yang sederhana dan tepat.

Warna yang sesuai :



Gambar 6. Warna Wanita Tipe 4 Berdasarkan my.liveyourtruth.com oleh Carol Tuttle
(Sumber: Santo, 2020)

Ukuran Kartu

Ukuran kartunya sama dengan ukuran kartu remi atau poker, yaitu 2.5 x 3.5 inci atau 64 x 89 mm. Hal ini bertujuan agar pengguna dapat melihat ilustrasi *fashion* dengan jelas karena ukuran kartu remi atau poker lebih lebar dari ukuran *bridge*.



Gambar 7. Ukuran dan Ilustrasi Kartu Permainan
(Sumber: Santo, 2020)

Ilustrasi

Ilustrasi pada kartu permainan adalah ilustrasi dari tujuh item *fashion* yaitu atasan, bawahan, *dress*, *outerwear*, sepatu, tas, dan aksesoris dengan warna, corak yang berbeda sesuai dengan karakteristik masing-masing *Beauty Profile*.

1. Tipe 1 - Kartu Sekop atau Waru

Kartu sekop atau waru mewakili kepribadian wanita Tipe 1 yang merupakan wanita Cerah dan Animasi. Sekop atau waru digunakan untuk mewakili wanita Tipe 1 karena dalam permainan kartu sekop atau waru merupakan simbol udara atau angin. Demikian pula, ekspresi wanita Tipe 1 berasal dari energi udara atau nitrogen ke atas. Bentuk dominan wanita animasi ini adalah lingkaran, hati, dan bintang. Jadi, diterapkan dalam *fashion*, ciri-ciri item *fashion* yang sesuai dengan kepribadiannya adalah item dengan warna cerah, fun, motif polkadot, bentuk bulat, dan item lucu. Sebagai contoh, ilustrasi tas bundar berwarna kuning muda di bawah ini menggambarkan ciri-ciri yang lucu, manis, dan menyenangkan.



Gambar 8. Type 1 Ilustrasi
(Sumber: Santo, 2020)

2. Tipe 2 - Kartu Hati

Kartu hati mewakili kepribadian wanita Tipe 2 yang merupakan wanita Lembut dan Halus. Hati digunakan untuk mewakili wanita Tipe 2 karena dalam permainan kartu hati adalah simbol air. Demikian pula, ekspresi wanita Tipe 2 berasal dari aliran energi

air atau oksigen. Bentuk dominan wanita halus ini adalah kurva S, oval, dan bentuk santai yang lembut. Jadi, diaplikasikan dalam *fashion*, ciri-ciri item *fashion* yang sesuai dengan kepribadiannya adalah item dengan paduan warna *greyed*, *ruffles*, dan fabrikasi yang lembut dan *flowy*. Misalnya, ilustrasi tas abu-abu fleksibel di bawah ini mewakili karakteristik santai, sederhana, dan ramah tamah.



Gambar 9. Type 2 Ilustrasi
(Sumber: Santo, 2020)

3. Tipe 3 - Kartu Keriting

Kartu Keriting mewakili kepribadian wanita Tipe 3 yang merupakan wanita Kaya dan Dinamis. Keriting digunakan untuk mewakili wanita Tipe 3, yang memiliki simbol api. Demikian pula, ekspresi wanita Tipe 3 berasal dari energi reaktif aktif api atau hidrogen. Bentuk dominan wanita dinamis ini adalah sudut, segitiga, dan bentuk asimetris. Jadi ciri khas yang diterapkan dalam *fashion*, yang sesuai dengan kepribadiannya adalah item dengan warna keemasan dan potongan yang asimetris. Misalnya, ilustrasi sepatu bot bertumit ungu dengan aksesoris potongan segitiga emas di bawahnya mewakili karakteristik yang substansial, kaya, intens, dan berapi-api.



Gambar 10. Type 3 Ilustrasi
(Sumber: Santo, 2020)

4. Tipe 4 - Kartu Berlian atau Wajik

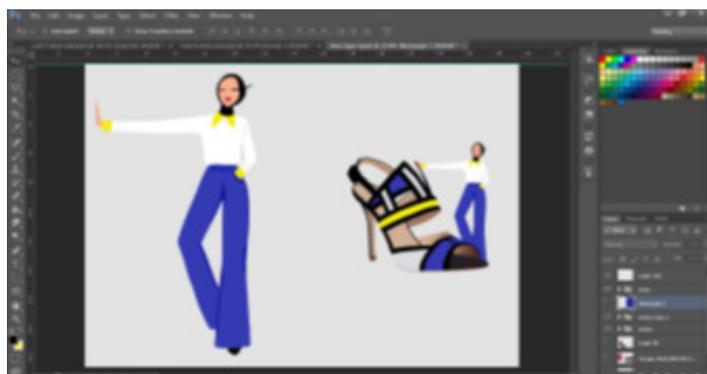
Kartu berlian atau wajik mewakili kepribadian wanita Tipe 4 yang merupakan wanita yang Berani dan Menyolok. Berlian digunakan untuk mewakili wanita Tipe 4 karena dalam permainan kartu berlian atau wajik merupakan simbol bumi. Demikian pula, ekspresi wanita Tipe 4 berasal dari energi konstan bumi atau karbon. Bentuk dominan wanita berwibawa ini adalah garis sejajar ke segala arah. Jadi, diaplikasikan dalam *fashion*, ciri-ciri item *fashion* yang sesuai dengan kepribadiannya adalah item dengan warna hitam pekat dan putih bersih, saturasi tinggi, warna-warna berani, dan garis-garis paralel. Misalnya, ilustrasi sepatu hak di bawah ini mewakili karakteristik yang berani, berwibawa, tajam, agung, bersih, dan sederhana.



Gambar 11. Type 4 Ilustrasi
(Sumber: Santo, 2020)

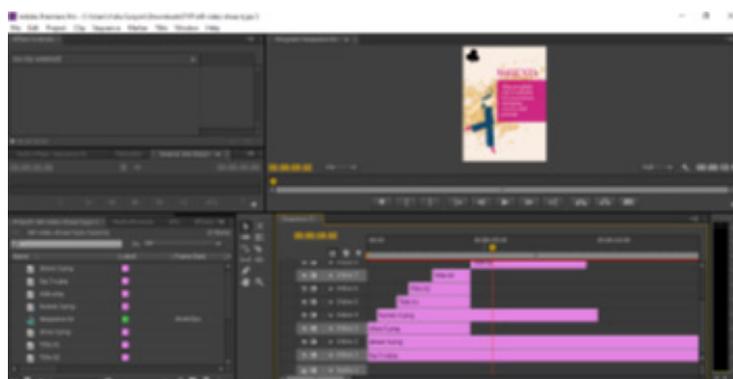
Desain Prototipe

Desain prototipe adalah penerapan konsep desain. Setelah menentukan gaya ilustrasi, ilustrasi *fashion* item, dan ilustrasi manusia berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil survei, selanjutnya merancang kartu permainan. Secara umum proses pembuatan dalam proyek ini dilakukan melalui tiga tahap yaitu pembuatan ilustrasi, pembuatan animasi, dan pembuatan *Augmented Reality* (AR). Proses pembuatan ilustrasi dilakukan dengan membuat konsep kemudian diaplikasikan pada sketsa atau draft pada kertas untuk menentukan apa yang akan digambar. Langkah selanjutnya ilustrasi dibuat secara digital dengan menggunakan *brush tool* pada *Adobe Photoshop*. Tahap akhir kartu desain menggunakan metode *mixed materials* yaitu kombinasi gambar tangan digital dan gambar atau foto. Pose ilustrasi manusia, gaya berpakaian yang dikenakan oleh manusia, dan warna item pakaian atau *fashion* dipilih berdasarkan karakter masing-masing tipe kepribadian. Apabila semua ilustrasi sudah selesai maka ilustrasi item *fashion* digunakan sebagai aset untuk *layout* kartu permainan yang akan dicetak, dan akan menjadi sasaran objek gambar *Augmented Reality* (AR). Sedangkan ilustrasi manusia menjadi aset animasi.



Gambar 12. Contoh Ilustrasi Digital di *Adobe Photoshop*
(Sumber: Santo, 2020)

Pembuatan animasi dilakukan setelah semua ilustrasi telah selesai dan siap. Ilustrasi dan teks dianimasikan dalam *Adobe Premiere* menggunakan efek gerak dan kemudian diekspor ke dalam video.



Gambar 13. Proses Ilustrasi Digital di *Adobe Photoshop*
(Sumber: Santo, 2020)

Animasi bertujuan untuk memuat penjelasan tentang makna di balik ilustrasi, dalam kartu permainan, ilustrasi manusia dan gerak animasi untuk memindahkan objek-objek pada kartu permainan. Saat video animasi selesai, proses dilanjutkan akan dilanjutkan ke perangkat lunak *Unity*. Tahap terakhir, pembuatan *Augmented Reality* (AR) dilakukan pada *software Unity* melalui beberapa tahapan. Langkah pertama adalah mengunggah target gambar atau kartu permainan digital ke Portal Pengembang *Vuforia*. Kemudian menyiapkan target gambar di *Unity* dan mengimpor video animasi sebagai aset. Setiap video dilampirkan ke gambar target di mana akan ditampilkan. Langkah selanjutnya adalah mengekspor file menjadi *.apk* untuk android sehingga *Vuforia* dapat diinstal di *smartphone* atau ponsel pintar.



Gambar 14. Proses Pembuatan *Augmented Reality* Menggunakan *Unity*
(Sumber: Santo, 2020)

***User Testing* atau Pengujian Produk**

Pengujian dilakukan sebagai bagian dari metodologi desain yang merupakan tahap pengujian. adapun poin-poin yang ingin diujikan pada tujuan penelitian ini, antara lain untuk melihat apakah desain sudah mencapai objektif atau belum. Pengujian pengguna kali ini berfokus pada pertanyaan tentang aspek edukatif dan informatif dari HIJAPROFILE. Partisipan uji pengguna dipilih dengan menggunakan *purposive sampling* yang didasarkan pada karakteristik khalayak sasaran seperti berhijab, berdomisili di Jakarta, usia 20-25 tahun, dan sadar mode. Pengguna diberi akses untuk menonton video demo prototipe *high-fidelity* HIJAPROFILE agar mereka dapat menangkap apa yang seharusnya mereka temui dan dapatkan ketika bermain. Video tersebut dapat disaksikan di <https://youtu.be/Yi5P1XN2hgc>.



Gambar 15. Ilustrasi Belakang Kartu Hijabprofile
(Sumber: Santo, 2020)

Simpulan

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu merancang kartu permainan dengan *Augmented Reality* sebagai alat untuk membantu pengguna mengungkapkan Profil Kecantikan (*beauty profile*) yang berdasarkan preferensi item *fashion* mereka, dan merancang pengalaman pengguna yang

menyenangkan yang mewakili penilaian *Beauty Profiling* dengan menggunakan *Augmented Reality* didukung dengan bermain kartu agar pengguna dapat melakukan penilaian diri dengan cara yang menyenangkan, serta menyajikan referensi singkat tentang gaya berpakaian berdasarkan Profil Kecantikan (*beauty profile*) pengguna dalam *Augmented Reality* (AR). Produk yang dihasilkan memiliki peran edukatif dan informatif. Sebagai media edukatif, kartu permainan yang menggunakan teknologi *Augmented Reality* ini mengajak pengguna untuk menghargai karakter pribadi dan memberikan tips tata cara berpakaian yang sesuai Profil Kecantikan yang dimiliki. Sebagai media informatif, produk ini memberikan pengetahuan kepada pengguna tentang karakter pada setiap pakaian berdasarkan warna dan coraknya. Selain itu, kartu permainan dengan *Augmented Reality* ini membantu pengguna mengungkapkan Profil Kecantikan berdasarkan pada preferensi item *fashion* mereka. Dengan memilih empat kartu yang paling mereka sukai, pengguna secara tidak sadar memilih item *fashion* yang mencerminkan karakter mereka.

Referensi

- Agia, I. K. 2015. "Interpretasi Perempuan Pengguna Hijab Terhadap Sensualitas Tubuh Perempuan Pada Foto-Foto di dalam Majalah Hijabella". *Commonline Departemen Komunikasi*, Vol. 4 No. 2, 122–133.
- Akbar, T., Zainal, A., & Raden, M. 2016. "Tipografi Vernakular pada Warung Tenda Kaki Lima di Jakarta". *Dimensi DKV*, Vol. 1 No. 2, 175–183.
- Bennett, N. 2012. *The Artist's Guide to Illustration: The Ultimate Tutorial Collection*.
- Brommer, G. 2000. *Elements and Principles of Design: Student Guide with Activities*. Crystal Productions Co. <http://www.teacheroz.com/apah-elements.pdf>
- Cambridge Dictionary. 2020. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus*. Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/>
- Carmigniani, J., & Furht, B. 2011. "Augmented Reality: An Overview." In *Handbook of Augmented Reality* (Issue November, pp. 3–46). Springer Science & Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-0064-6>
- Clarke, T., & Costall, A. 2008. "The Emotional Connotations of Color: A qualitative investigation". *Color Research and Application*, Vol. 33 No. 5, 406–410. <https://doi.org/10.1002/col.20435>
- Dahmoos, A. F. 2018. *Emotional Perception of Typography Messages in Fashion Design*. Middle East University, Amman, Jordan.
- Dee, J. 2018. *Fortune-Telling with Playing Cards*. Hampton Roads Publishing.
- Dewi, K. H. 2012. "Javanese Women and Islam: Identity Formation since the Twentieth Century". *Southeast Asian Studies*, Vol. 1 No. 1, 109–140. https://doi.org/10.20495/seas.1.1_109
- Given, L. M. 2008. *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412963909>

- Hassan, S. H., & Harun, H. 2016. "Factors Influencing *Fashion* Consciousness in Hijab *Fashion* Consumption Among Hijabistas". *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 7 No. 4. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2014-0064>
- Hopkins, J. 2010. *Basics Fashion Design: Fashion Drawing*. AVA Publishing.
- Indarti, & Peng, L. H. 2017. "Bridging Local Trend to Global: Analysis of Indonesian Contemporary Modest *Fashion*". *International Conference on Applied System Innovation (ICASI)*, 1710–1713. <https://doi.org/10.1109/ICASI.2017.7988267>
- Jones, K. C. 2012. *Fortune-Telling Book of Love*.
- Loomis, A. 1947. *Creative Illustration*. The Viking Press.
- Mariah, C. 2011. *3 Fashion Design Basics*.
- Nuroniayah, W. 2017. "Dekonstruksi Hijab (Kajian Sosio-Historis terhadap Konstruksi Hukum Hijab dalam Islam)". *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol. 11 No. 2, 263–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/mnh.v11i2.1301>
- Parlett, D. 2020. *Playing cards*. Encyclopædia Britannica, Inc. <https://www.britannica.com/topic/playing-card/National-decks>
- Pawitan, Z. 2014. "Hijab Style Development in Indonesia: A Cultural Strategy of Hijab Communities Who Make Hijab *Fashion* into Indonesian Culture". In *Rethinking The Human Dignity and Nation Identity: A Review Perspective of Arts and Arts Education* (pp. 271–281). UNY Press.
- Pierson, A. 2008. *Color: The Influence on Visual Communication*. Bemidji State University.
- Prihandini, P., & Suminar, J. R. 2017. "Fashionable Hijab as Social Transformation (A Phenomenology Study Regarding Meaning Construction by Members of Hijaber Community Bandung)". *ACCOMAC*, 60–63.
- Rizal, S. 2017. "Citra Positif Hijab Pada Iklan Televisi (Studi Makna Semiotika Pesan Non Verbal Pada Iklan-Iklan Versi Model Berhijab)". *Jurnal El-Hikmah*, Vol. 9 No. 3. <http://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/view/87>
- Rose, G. 2001. *Visual Methodologies*. SAGE Publications.
- Soewardikoen, D. W. 2019. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Stange, M. Z., Oyster, C. K., & Sloan, J. E. 2011. *Encyclopedia of Women in Today's World*. SAGE Publications.
- Suh, A., & Prophet, J. 2018. "The State of Immersive Technology Research: A literature Analysis". *Computers in Human Behavior*, 86, 77–90. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.019>
- Tomita, K. 2015. "Principles and Elements of Visual Design: A Review of the Literature on Visual Design of Instructional Materials". *Educational Studies*, 57 (April), 167–174.
- Turmudi, E. 2016. "The Passion of Jilbab: Socio-cultural Transformation of Indonesian Muslim Women". *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 6 No. 5, 287–292. <http://www.ijsrp.org/research-paper-0516.php?rp=P535374>
- Tuttle, C. 2010. *Discover Your Personal Beauty Profile*. Live Your Truth Press.
- Utomo, A., Reimondos, A., McDonald, P., Utomo, I., & Hull, T. 2018. "Who Wears the Hijab? Predictors of Veiling in Greater Jakarta". *Review of Religious Research*, Vol. 60 No. 4,

477–501. <https://doi.org/10.1007/s13644-018-0345-6>

Woolery, E. 2019. “Design Thinking Handbook”. In *DesignBetter.Co*. InVision Audio. <https://www.designbetter.co/design-thinking/prototype>

Sumber lain

Agence France-Presse. 2017. “Hijab is beautiful”: designers challenge Trump at New York fashion week”. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/fashion/2017/sep/08/hijab-is-beautiful-designers-challenge-trump-at-new-york-fashion-week>

BBC. 2016. “Tren Jilbab yang Berkembang Saat Ini Mempengaruhi Perempuan Muslim Untuk Berkudung, Menurut Pengusaha Busana”. *BBC News*. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-38074594>

Qibtiyah, A. 2019. “Hijab in Indonesia – The History and Controversies”. *The Conversation*. <https://theconversation.com/hijab-in-indonesia-the-history-and-controversies-102911>

Sofyan, F. 2017. *Prinsip-prinsip Desain Tipografi*. <http://ferysofian.blogspot.com/2017/10/prinsip-prinsip-desain-tipografi.html>