

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKASI INTERAKTIF FAST FASHION UNTUK MENCEGAH BUDAYA KONSUMTIF PADA ANAK USIA 9-12 TAHUN

Reza Rizqina Balqis¹

¹ Universitas Negeri Surabaya

email: rezarizqinabalqis@gmail.com

Received:
17-01-2026
Reviewed:
24-01-2026
Accepted:
31-01-2026

ABSTRAK (11pt): Fast fashion yang marak melalui media sosial mendorong anak usia 9–12 tahun menjadi konsumtif dalam memilih pakaian, sehingga dibutuhkan media edukasi yang menarik untuk mengenalkan gaya hidup berkelanjutan. Penelitian ini merancang buku ilustrasi edukasi interaktif berjudul *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* guna memperkenalkan konsep *capsule wardrobe* sebagai alternatif gaya berpakaian yang lebih bijak. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* dengan tahapan *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Data diperoleh melalui observasi di toko fast fashion, wawancara dengan lima orang tua, studi pustaka, serta uji kelayakan pada sepuluh anak usia 9–12 tahun. Produk akhir berupa buku ilustrasi interaktif berukuran 23,5 × 23,5 cm dengan ilustrasi digital bergaya *lineart watercolor*, warna cerah, serta mekanisme *lift-the-flap* dan magnet sheet. Hasil uji menunjukkan anak memahami konsep *capsule wardrobe* serta merespons positif visualisasi dan pesan edukatif. Buku ini berpotensi menjadi media edukasi alternatif yang komunikatif dan menyenangkan.

Kata Kunci: Fast Fashion, Capsule Wardrobe, Anak, Buku Edukasi, Ilustrasi Interaktif.

ABSTRACT (11pt): *The rise of fast fashion through social media encourages children aged 9–12 to become increasingly consumptive in choosing clothing, highlighting the need for educational media that introduces sustainable lifestyles in an engaging way. This study designs an interactive educational picture book entitled Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion to introduce the concept of the capsule wardrobe as an alternative, wiser approach to dressing. The method applied is Design Thinking with five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observations in fast fashion stores, interviews with five parents, literature*

studies, and feasibility testing involving ten children aged 9–12 years. The final product is an interactive picture book measuring 23.5 × 23.5 cm with digital lineart watercolor illustrations, bright colors, and interactive mechanisms such as lift-the-flap and magnet sheets. The results indicate that children understood the capsule wardrobe concept and responded positively to the visuals and educational messages.

Keywords: *Fast Fashion, Capsule Wardrobe, Children, Educatif Book, Interactive Illustration.*

PENDAHULUAN

Fast fashion adalah model bisnis dalam industri mode yang mengedepankan produksi pakaian cepat dalam jumlah besar untuk merespons tren terbaru. Meski menawarkan kemudahan akses dan harga terjangkau, fast fashion menimbulkan berbagai dampak negatif seperti peningkatan limbah tekstil, eksploitasi tenaga kerja, serta emisi karbon tinggi (Ekberg, 2019). Di Indonesia, tren fast fashion semakin berkembang, ditandai dengan menjamurnya merek-merek global seperti H&M, Uniqlo, dan Zara yang mendominasi pasar (Bailey, 2022).

Fenomena ini tidak hanya memengaruhi orang dewasa, tetapi juga merambah ke kelompok usia anak-anak. Rini (2021) menyebutkan bahwa anak usia 7 tahun ke atas saat ini telah terpapar media sosial secara aktif, yang menyebabkan mereka mudah terdorong mengikuti tren pakaian dari influencer atau selebriti. Indriyani dan Suri (2020) bahkan menemukan bahwa 61,5% pengguna media sosial di Indonesia terdorong membeli produk setelah melihat ulasan teman atau figur publik. Artinya, media sosial memegang peran signifikan dalam membentuk pola konsumsi sejak usia dini.

Fakta ini menciptakan kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Di satu sisi, anak-anak diharapkan tumbuh dengan kesadaran ekologis dan perilaku konsumsi yang bijak. Namun di sisi lain, paparan media dan tren fast fashion justru mendorong konsumsi impulsif dan tidak berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Fitriyah (2013), yang menunjukkan bahwa anak-anak cenderung membeli produk karena pengaruh iklan dan tekanan sosial, bukan berdasarkan kebutuhan. Jika tidak diarahkan, gaya hidup konsumtif ini dapat berlanjut hingga dewasa dan berkontribusi pada krisis lingkungan global.

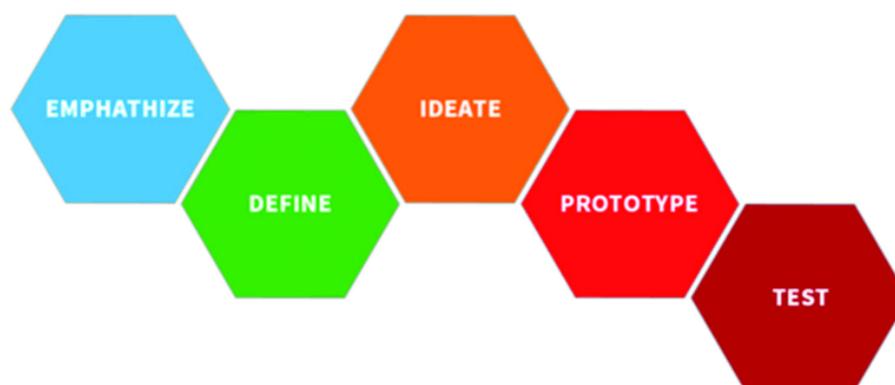
Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), konsumsi pakaian anak usia 5–12 tahun meningkat sebesar 12% per tahun, yang mengindikasikan perlunya intervensi edukatif sejak dini. Salah satu solusi yang potensial adalah pengenalan konsep *capsule wardrobe*, yakni gaya berpakaian minimalis yang menekankan pada jumlah pakaian terbatas namun multifungsi (Song, 2020). Konsep ini dapat menjadi langkah awal anak-anak untuk memahami pentingnya memilih pakaian secara bijak.

Sayangnya, belum banyak media edukasi yang membahas isu ini secara menarik dan sesuai dengan dunia anak. Oleh karena itu, buku ilustrasi interaktif menjadi media yang tepat karena mampu menyampaikan pesan edukatif melalui narasi visual dan aktivitas partisipatif yang menyenangkan (Sinaga, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah buku ilustrasi edukatif interaktif berjudul *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* yang ditujukan kepada anak usia 9–12 tahun. Buku ini diharapkan dapat menjadi media alternatif dalam meningkatkan pemahaman anak tentang dampak fast fashion serta memperkenalkan konsep *capsule wardrobe* sebagai pilihan berpakaian yang bijak dan berkelanjutan.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode perancangan *Design Thinking* sebagai landasan pengembangan produk visual edukatif. *Design Thinking* dipilih karena mampu menjawab permasalahan dengan pendekatan human-centered, serta berfokus pada solusi kreatif berbasis kebutuhan pengguna. Tahapan dalam metode ini meliputi empati (pengumpulan data dari target sasaran), definisi masalah, ideasi solusi, pembuatan prototipe, dan pengujian (Brown, 2009).



Gambar 1. Tahapan Design Thinking (Sumber: <https://dschool.stanford.edu>)

Objek penelitian adalah media edukasi berbentuk buku ilustrasi interaktif yang mengangkat isu fast fashion dan pengenalan konsep capsule wardrobe pada anak usia 9–12 tahun. Penelitian dilakukan di Surabaya, khususnya di beberapa pusat perbelanjaan seperti Tunjungan Plaza dan Pakuwon Mall, pada periode Agustus hingga Desember 2024.

Sasaran penelitian ini terdiri dari dua kategori, yaitu anak-anak usia 9–12 tahun sebagai target utama media yang dirancang, serta orang tua mereka sebagai pihak pendamping dalam proses konsumsi pakaian anak. Subjek penelitian terdiri dari lima orang tua (informan) dan sepuluh anak sekolah dasar (responden uji coba). Pemilihan informan dilakukan secara purposif berdasarkan kriteria usia anak, keterpaparan terhadap media sosial, serta keterlibatan dalam kegiatan konsumsi pakaian.

Definisi operasional dari variabel dalam penelitian ini meliputi: (1) perilaku konsumtif anak, yaitu kecenderungan membeli pakaian berdasarkan tren visual di media sosial tanpa mempertimbangkan kebutuhan; (2) fast fashion, yaitu model industri pakaian dengan kecepatan produksi tinggi dan dampak lingkungan besar; dan (3) capsule wardrobe, yaitu konsep berpakaian minimalis dengan jumlah pakaian terbatas yang dapat dipadupadankan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap interaksi anak dan orang tua di toko fast fashion, wawancara mendalam dengan lima orang tua, studi pustaka dari jurnal dan artikel terkait, serta uji kelayakan media menggunakan kuesioner kepada sepuluh anak setelah membaca buku yang dirancang. Instrumen penelitian mencakup pedoman observasi, daftar pertanyaan wawancara, dan lembar evaluasi produk.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan tematik berdasarkan prinsip 5W1H (what, why, who, when, where, how) untuk merumuskan kebutuhan konten dan visual buku. Analisis digunakan untuk menyusun narasi, gaya visual, format buku, dan mekanisme interaktif yang tepat sasaran. Proses perancangan dilakukan menggunakan perangkat lunak seperti IbisPaint untuk ilustrasi dan Adobe Photoshop/ Indesign/ Canva untuk tata letak desain. Buku dirancang berukuran 23,5 × 23,5 cm, berbahan art carton, dengan mekanisme interaktif seperti lift-the-flap dan magnet sheet, serta menggunakan gaya ilustrasi *lineart watercolor* yang bersifat playful dan ramah anak.

Dengan mengadopsi pendekatan *Design Thinking* dari Brown (2009), perancangan ini diharapkan mampu menjawab permasalahan edukasi fast fashion pada anak secara menyenangkan, efektif, dan berbasis empati terhadap kebutuhan pengguna.

KERANGKA TEORETIK

A. Fast Fashion

Fast fashion adalah model bisnis dalam industri pakaian yang berfokus pada produksi cepat dengan harga terjangkau, mengikuti tren terbaru secara masif (Joy et al., 2012). Meskipun memberi akses mudah terhadap mode, fast fashion memiliki dampak negatif yang signifikan, seperti tingginya limbah tekstil, konsumsi air, polusi kimia, serta isu etika terkait tenaga kerja di negara berkembang

(Ekberg, 2019). Menurut Girsang (2023), fenomena ini menunjukkan bahwa target Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dalam aspek konsumsi dan produksi masih jauh dari tercapai. Di Indonesia, kehadiran merek global seperti H&M, Zara, dan Uniqlo semakin memperkuat budaya konsumtif di masyarakat perkotaan.

B. Capsule Wardrobe

Konsep capsule wardrobe pertama kali diperkenalkan oleh Susie Faux pada 1970-an sebagai sistem berbusana yang menekankan kualitas dibanding kuantitas. Capsule wardrobe mengedepankan pilihan pakaian dasar dalam jumlah terbatas yang dapat dipadupadankan untuk berbagai kesempatan (Song, 2020). Konsep ini sejalan dengan prinsip gaya hidup berkelanjutan, karena mendorong konsumen untuk lebih bijak dalam membeli dan mengurangi ketergantungan terhadap tren cepat. Untuk anak-anak, capsule wardrobe dapat menjadi sarana edukasi yang menyenangkan sekaligus mengajarkan kesederhanaan, kemandirian, dan kesadaran ekologis sejak dini.

C. Perilaku Konsumtif Anak dan Media Sosial

Anak usia 9–12 tahun merupakan kelompok yang mulai mandiri dalam menentukan preferensi berpakaian, namun masih sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan media (Rini, 2021). Menurut Fitriyah (2013), tayangan iklan dan figur populer di media dapat mendorong anak-anak membeli produk yang tidak dibutuhkan, melainkan karena dorongan emosi dan keinginan meniru. Perkembangan teknologi memperkuat fenomena ini; Indriyani dan Suri (2020) menemukan bahwa lebih dari 60% konsumen terdorong membeli produk setelah melihat ulasan atau konten visual di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media digital berperan besar dalam membentuk pola konsumsi anak.

D. Buku Ilustrasi Interaktif sebagai Media Edukasi

Buku ilustrasi interaktif merupakan salah satu media edukasi yang efektif untuk anak, karena menggabungkan elemen visual, teks naratif, dan mekanisme interaktif yang merangsang partisipasi (Nurgiantoro, 2013). Menurut Sinaga (2023), media visual semacam ini memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan edukatif dengan cara yang lebih menyenangkan dibanding metode konvensional. Ilustrasi yang berwarna, karakter yang dekat dengan kehidupan anak, serta fitur interaktif seperti *lift-the-flap* atau *pop-up* dapat meningkatkan daya tarik sekaligus pemahaman. Dalam konteks isu fast fashion, buku ilustrasi interaktif berpotensi menjadi sarana efektif untuk menanamkan kesadaran konsumsi berkelanjutan sejak dini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Empathize

Tahap *Empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan karakteristik anak usia 9–12 tahun terkait konsumsi pakaian dan tren fast fashion, agar rancangan buku ilustrasi interaktif sesuai dengan cara belajar dan minat mereka. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan tiga orang tua, observasi di pusat perbelanjaan, studi literatur, dan artikel berita terkait dampak lingkungan dan sosial fast fashion. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa anak-anak sering terpengaruh konten fashion di media sosial, sehingga orang tua menetapkan batasan sambil mengajarkan pemilihan pakaian berdasarkan kebutuhan, kenyamanan, dan kualitas. Konsep *Capsule Wardrobe* dikenal oleh sebagian orang tua dan dipandang sebagai strategi efektif untuk mengurangi konsumsi impulsif. Selain itu, buku ilustrasi interaktif dengan visual cerah, karakter relatable, dan elemen permainan atau halaman interaktif dianggap dapat membantu anak memahami dampak fast fashion dan belajar mengelola pakaian secara berkelanjutan.

Define

Define merupakan proses analisis dari data yang telah dikumpulkan pada tahap *empathize* untuk memaparkan inti permasalahan melalui metode 5W1H. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa perancangan buku ilustrasi interaktif *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* dilatarbelakangi oleh maraknya budaya konsumtif anak usia 9–12 tahun akibat paparan media sosial dan tren fast fashion. Anak-anak cenderung membeli pakaian karena keinginan mengikuti tren, bukan atas dasar kebutuhan, sehingga menimbulkan kebiasaan konsumsi yang berlebihan. Fenomena fast fashion sendiri terbukti membawa dampak serius, seperti pencemaran lingkungan, meningkatnya limbah tekstil, serta eksploitasi tenaga kerja di negara berkembang.

Sebagai solusi, konsep *capsule wardrobe* dipandang relevan untuk dikenalkan sejak dini. Konsep ini menekankan jumlah pakaian terbatas namun serbaguna sehingga dapat dipadupadankan menjadi berbagai gaya tanpa harus sering membeli pakaian baru. Dengan pendekatan ini, anak-anak diharapkan mampu memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta belajar memilih pakaian secara lebih bijak. Melalui media ilustrasi interaktif, nilai keberlanjutan dapat disampaikan secara komunikatif dan menyenangkan, sekaligus membantu anak membangun kebiasaan berpakaian yang ramah lingkungan.

Ideate

Tahap ideate merupakan proses pengembangan ide kreatif berdasarkan hasil analisis pada tahap sebelumnya. Ide dituangkan dalam tiga aspek utama, yaitu tujuan kreatif, strategi kreatif, dan program kreatif.

A. Tujuan Kreatif

Perancangan buku ilustrasi interaktif *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* bertujuan sebagai media edukasi untuk anak usia 9–12 tahun agar memahami dampak fast fashion dan mengenal solusi melalui konsep *capsule wardrobe*. Buku ini menggunakan bahasa sederhana yang mudah dipahami anak, serta ilustrasi interaktif untuk merangsang daya imajinasi, minat baca, dan kesadaran akan gaya hidup berkelanjutan

B. Strategi Kreatif

Strategi kreatif dirancang dengan mempertimbangkan target audiens berdasarkan aspek demografis, geografis, psikografis, dan perilaku. Anak usia 9–12 tahun diposisikan sebagai audiens utama, sementara orang tua berperan sebagai pendamping. Visualisasi dipilih dalam gaya ilustrasi *lineart watercolor* dengan warna cerah, ceria, dan playful agar sesuai dengan karakter anak. Pendekatan interaktif melalui mekanisme seperti *lift-the-flap* dan *Magnet sheets* digunakan untuk membuat pengalaman membaca lebih menarik sekaligus edukatif.

C. Program Kreatif

Program kreatif diwujudkan dalam buku ilustrasi interaktif berjudul *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* yang menceritakan tokoh Hana dan Niko yang gemar mengikuti tren pakaian dari media sosial, kemudian melalui peran ibu diperkenalkan pada dampak fast fashion serta solusi melalui konsep *capsule wardrobe*. Cerita dikembangkan secara berurutan dari pengenalan fast fashion, dampak negatif, hingga penerapan *capsule wardrobe* dalam kehidupan sehari-hari, diperkuat dengan mekanisme interaktif seperti *lift-the-flap* dan *magnet sheets* yang memungkinkan anak aktif membuka lemari pakaian, mencoba mix-and-match outfit, serta menemukan pesan edukatif tersembunyi. Karakter divisualisasikan dengan gaya digital *lineart watercolor* yang sederhana, komunikatif, dan sesuai dengan anak usia 9–12 tahun. Tone warna cerah, ceria, dan playful dengan dominasi hijau lime dan merah dipilih untuk memberikan kesan hangat, sedangkan tipografi sans-serif sederhana digunakan agar mudah dibaca. Cover depan menampilkan Hana dan Niko dengan lemari merah sebagai simbol *capsule wardrobe*, sementara cover belakang berisi ringkasan pesan edukatif dengan ilustrasi pendukung. Buku berukuran 23,5 × 23,5 cm dengan hardcover, dicetak digital printing, finishing laminasi doff untuk daya tahan, serta perhitungan

biaya kreatif mencakup ilustrasi, percetakan dummy, dan material interaktif seperti magnet sheet. Proses perancangan dimulai dari thumbnail sebagai eksplorasi awal komposisi, dilanjutkan tight tissue untuk detail tata letak, hingga pembuatan dummy book sebagai prototipe fisik guna memastikan visualisasi, alur, dan interaktivitas berjalan efektif sebelum produksi final.



Gambar 2. Desain Karakter, Warna, Thumbnail, dan Tipografi (Sumber: Balqis, 2025).

Prototype

Tahap prototype dilakukan untuk menguji rancangan awal buku ilustrasi interaktif Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion sebelum diproduksi dalam bentuk final. Proses dimulai dengan pembuatan dummy book yang berfungsi sebagai prototype fisik untuk menilai alur cerita, tata letak, ukuran, serta mekanisme interaktif yang digunakan. Melalui dummy ini dapat diketahui sejauh mana buku nyaman dibaca oleh anak serta bagaimana interaksi yang dihasilkan dari fitur seperti lift-the-flap.



Gambar 3. Dummy (Sumber: Balqis, 2025).

Selanjutnya, disusun tight tissue sebagai pengembangan lebih detail dari sketsa awal. Tight tissue memuat visualisasi ilustrasi, komposisi tata letak, serta perencanaan elemen interaktif di setiap halaman agar selaras dengan alur cerita. Tahap ini penting untuk memastikan kesinambungan antara ilustrasi, teks, dan aktivitas interaktif.



Gambar 4. Tight Tissue (Sumber: Balqis, 2025).

Hasil penyempurnaan kemudian diwujudkan dalam final desain yang terdiri dari media utama dan media pendukung. Media utama berupa buku ilustrasi interaktif berukuran 23,5 × 23,5 cm hardcover dengan teknik cetak digital printing dan finishing laminasi doff, menampilkan ilustrasi digital bergaya *linear watercolor* dengan warna cerah, ceria, dan playful. Media pendukung dikembangkan untuk memperluas jangkauan edukasi, seperti poster promosi, merchandise sederhana, serta materi presentasi yang dapat digunakan dalam pameran atau kegiatan edukatif.



Gambar 5. Final Desain (Sumber: Balqis, 2025).

Media pendukung dirancang untuk memperkuat penyebaran pesan edukasi sekaligus menarik minat audiens. Media ini meliputi poster promosi dengan visual tokoh utama dan pesan singkat mengenai capsule wardrobe, merchandise sederhana berupa totebag dan stiker bergambar karakter Hana dan Niko, serta materi display pameran seperti banner dan mockup buku yang membantu memperkenalkan karya kepada publik.



Gambar 6. Media Pendukung (Sumber: Balqis, 2025).

Test

Buku yang telah diproduksi kemudian masuk ke tahap validasi materi dan media. Validasi materi dilakukan oleh Bapak Akmad Arif Wicaksono Sandi, S.Ds., M.Ds. selaku validator yang memiliki kompetensi di bidang desain komunikasi visual dan media interaktif. Data yang dihasilkan sebagai berikut

Tabel 1. Hasil Validasi Ahli Media

no	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5

1.	Kesesuaian unsur tata letak pada media	✓
2.	Kesesuaian Pemilihan Komposisi Warna	✓
3.	Ketepatan pemilihan jenis huruf	✓
4.	Ketepatan ukuran huruf materi dengan media	✓
5.	Kesesuaian ilustrasi dengan materi	✓
6.	Daya tarik ilustrasi	✓
7.	Kesesuaian media dalam mendukung penyampaian materi dengan baik	✓
8.	Kesesuaian aktivitas interaktif dalam mendukung pemahaman materi	✓
9.	Kesesuaian elemen interaktif, kualitas cetak (Warna dan Resolusi) dalam mendukung estetika media	✓
Jumlah Nilai		42
Nilai Rata-Rata		
Keterangan :		$P = F/N \times 100$
P = Presentase		$P = 42/ 45 \times 100$
F = Jumlah		$= 93,33\%$
N = Jumlah Skor Maksimal		

Kritik dan Saran : Buku sudah layak sebagai buku interaktif untuk usia 9-12 tahun. perbaiki yang dilakukan tinggal perbaikan kecil saja. seperti menambah teks interaktif dan mengatur beberapa posisi gambar

Hasil validasi media menunjukkan bahwa buku ilustrasi interaktif dinilai layak untuk digunakan sebagai media edukatif bagi anak usia 9–12 tahun. Persentase kelayakan sebesar 93,33% menunjukkan kualitas yang sangat baik, dengan masukan perbaikan hanya pada aspek minor seperti penambahan teks interaktif dan penyesuaian posisi gambar.

Validasi materi dilakukan oleh Ibu Tutik, seorang pelaku kreatif yang aktif dalam praktik batik ecoprint dan memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan. Meskipun bukan akademisi di bidang fast fashion, keterlibatannya dalam gaya hidup berkelanjutan menjadikan perspektif beliau relevan dalam menilai isi materi buku edukasi ini. Data yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Validasi Ahli Materi

no	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Materi sudah akurat dan sesuai dengan data terkait isu fast fashion.					✓
2.	Ilustrasi/gambar sesuai dan mendukung isi materi.					✓
3.	Contoh-contoh pada materi tepat dan mudah dipahami anak usia 9–12 tahun.					✓
4.	Materi disajikan secara informatif dan menarik.					✓
5.	Materi ditampilkan secara jelas dan mudah dipahami.					✓

6.	Bahasa yang digunakan sudah sesuai dengan tingkat pemahaman anak.	✓
7.	Materi memberikan manfaat edukatif dalam meningkatkan kesadaran tentang konsumtif dan fast fashion.	✓
8.	Penyajian materi mampu membangun rasa ingin tahu anak terhadap isu lingkungan dan fashion.	✓
9.	Isi materi mampu menstimulasi anak untuk berpikir kritis dan bersikap bijak dalam membeli pakaian.	✓
10.	Penyusunan materi sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan anak usia 9-12 tahun.	✓

Jumlah Nilai

46

Nilai Rata-Rata

Keterangan :

$$P = F/N \times 100$$

P = Presentase

$$P = 46/ 50 \times 100$$

F = Jumlah

$$= 92\%$$

N = Jumlah Skor Maksimal

Saran : pemahaman materi fast fashion dan capsule wardrobe sudah cukup dapat disampaikan dengan baik dengan bahasa yang mudah dipahami anak sekolah dasar.

Peneliti melakukan uji kelayakan pada target audiens untuk menilai keberhasilan buku ilustrasi interaktif *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* dalam mencapai tujuan edukatif. Uji coba dilaksanakan di SD Lab School Universitas Negeri Surabaya dengan melibatkan sepuluh siswa kelas 3-6 (usia 9-12 tahun). Peserta diberi waktu membaca secara mandiri sekaligus berinteraksi dengan fitur interaktif, khususnya mekanisme magnetik. Setelah itu, mereka mengerjakan tes berisi sembilan pertanyaan untuk mengukur pemahaman isi buku. Hasil uji kelayakan ini menjadi dasar penilaian efektivitas buku dalam menyampaikan pesan edukasi fast fashion dan *capsule wardrobe* sekaligus menarik minat anak terhadap perilaku konsumtif yang lebih bijak. Data yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Test

No.	Indikator	Pertanyaan	Jawaban	
			Ya	Tidak
1.	Cerita	Apakah cerita dalam buku ini menarik untuk kamu?	100%	0%
		Apakah kamu memahami cerita	100%	0%

		cerita yang ada di dalam buku ini?		
		Apakah kamu merasa ceritanya menarik dan membuat penasaran?	80%	20%
2.	Bahasa	Apakah bahasa dalam buku ini mudah dimengerti?	100%	0%
3.	Gambar dan Ilustrasi	Apakah gambar-gambar dalam buku ini menarik untuk dilihat?	100%	0%
		Apakah gambar-gambar tersebut membantu kamu untuk memahami cerita?	100%	0%
4.	Aktivitas interaktif	Apakah kamu suka aktivitas interaktif dalam buku?	80%	20%
5.	Keseluruhan Buku	Apakah buku ini mengajarkan sesuatu yang bermanfaat?	100%	0%
6.	Apakah Kamu merekomendasikan buku ini pada teman temanmu?		90%	10%

Berdasarkan hasil uji kelayakan yang dilakukan terhadap 10 anak usia 9–12 tahun, buku "Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion" dapat dikatakan layak dan berhasil dalam menyampaikan pesan edukatif mengenai pentingnya berpakaian secara bijak dan tidak konsumtif. Buku ini mendapatkan tanggapan yang sangat positif dari mayoritas anak, baik dari aspek isi cerita, bahasa, ilustrasi, maupun elemen interaktifnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Buku ilustrasi interaktif *Hello Capsule Wardrobe, Bye Fast Fashion* efektif mengajarkan konsep capsule wardrobe kepada anak usia 9–12 tahun, yang rentan terhadap budaya konsumtif akibat tren fast fashion dan media sosial. Elemen interaktif, visual cerah, karakter relatable, dan narasi sesuai usia terbukti meningkatkan antusiasme membaca, pemahaman anak, dan kemampuan menjelaskan kembali

konsep fast fashion serta capsule wardrobe. Metode Design Thinking mendukung terciptanya media edukasi yang sesuai kebutuhan target audiens. Orang tua disarankan mendampingi anak saat membaca dan melakukan praktik langsung, seperti menyusun capsule wardrobe bersama, untuk memperkuat edukasi konsumsi berkelanjutan. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi media lain, menggunakan tokoh lokal, dan melakukan pengujian jangka panjang untuk memantau perubahan perilaku konsumtif.

REFERENSI

- Adiyaksa Lukmanul Hakim, E. Y. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. 60.
- Alicia Suciadi, L. T. (2024). Perancangan Buku Ilustrasi Interaktif Edukasi 3 Kata Ajaib: Maaf, Terima Kasih, dan Tolong untuk Siswa TK Negeri di Jabodetabek. *Imatype Vol.3, No.1, February 2024*, 44-53.
- Anatasya Caroline Nauli Sinaga, T. C. (2023). PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA EDUKASI ENERGI ALTERNATIF BIOENERGI UNTUK ANAK USIA 7-12 TAHUN. *Jurnal Barik*, 118-132.
- Dee, N. H. (2017, april 8). *Beragam Kategori Buku Anak*. Retrieved from sastranak.blogspot.com: <https://sastranak.blogspot.com/2017/04/beragam-kategori-buku-anak.html>
- Delima, A. S. (n.d.). PERANCANGAN MEDIA INFORMASI DAMPAK KETERGANTUNGAN GADGET PADA ANAK SEKOLAH DASAR.
- Ekberg, E. (2019). *Impacts of supply chain management and fast fashion in kids wear markets: Case study: Reima Oy* (Bachelor's thesis, Metropolia University of Applied Sciences). <https://www.theseus.fi/handle/10024/161739>
- Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (2021). Penerapan sustainable fashion dan ethical fashion dalam menghadapi dampak negatif fast fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1), 1-6.
- Fatur Rahman, T. W. (2020). PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA EDUKASI BATIK BEKASI UNTUK ANAK SEKOLAH. 1208.
- Girsang, R. S. D. (2023, 23 Agustus). Eksploitasi tenaga kerja dalam industri fast fashion: Bukti SDGs belum tercapai. *Kumparan*. Diakses dari <https://kumparan.com/rizqisaridewi21/eksploitasi-tenaga-kerja-dalam-industri-fast-fashion-bukti-sdgs-belum-tercapai-212GOchVzdh>
- Heka Afriannur Pasaribu, O. F. (2022). PENYULUHAN GAYA BERPAKAIAN ISLAMI KEPADA ANAK MELALUI KEGIATAN FASHION SHOW ANTAR PAUD SE-KECAMATAN MARANCAR. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aufa (JPMA)*.
- Kerrice Bailey, A. B. (2022). The Environmental Impacts of Fast Fashion on Water Quality. 1-2.



- Khairiyah, M. (2017). KONSTRUKSI ORANG TUA TERHADAP GAYA BERBUSANA ANAK-ANAK DI DESA TENGGONG KECAMATAN REJOTANGAN KABUPATEN TULUNGAGUNG. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan. Volume 05 Nomor 01 Tahun 2017*, 61-75.
- Mak, W. (2017). *The Capsule Wardrobe: 1,000 Outfits from 30 Pieces*. Simon and Schuster.
- Nita Monita Rini, I. A. (2021). Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perilaku Sosial Anak Usia Sekolah Dasar . 2.
- Prisma Devi, E. A. (2021). PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI POP-UP PENGENALAN KEARIFAN LOKAL TULUNGAGUNG UNTUK ANAK SD. *Jurnal Barik, Vol. 1 No. 3, Tahun 2021*, 181-195.
- Salsabila, R. H. (2024, November 2024). Limbah Fast Fashion di Indonesia: Ancaman Tersembunyi Bagi Lingkungan.
- Thio, A. (1994). *Sociology : a brief introduction*. New York: Harper Collin College.
- Wening, S. (2015, Februari 1). MEMBENTENGI KELUARGA TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME DENGAN NILAI-NILAI KEHIDUPAN DALAM PENDIDIKAN KONSUMEN. *Jurnal KELUARGA Vol 1 No 1 Februari 2015*, 62-74.
- Xuemeng Song, L. N. (2020). *Personalized Capsule Wardrobe Creation*. Springer, Cham.
- Yayuk Sugiarti, H. A. (n.d.). PEMBATASAN PENGGUNAAN GADGET TERHADAP ANAK DIBAWAH UMUR. *JURNAL JENDELA HUKUM* , 82-84.