

PERANCANGAN *KIDS WEAR* INSPIRASI KARAKTER TOKOH DALAM *FILM INSIDE OUT 1*

Putri Aprillia Sari Endah¹, Wuri Handayani² dan Naufal Arafah³

^{1,2,3} Program Studi Tata Rias dan Busana, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Budaya Indonesia Bandung

Jl. Buah Batu No. 212, Bandung, Jawa Barat, 40265, Indonesia

Email : putriaprillia2619@gmail.com¹, wuri08handayani@gmail.com² naufal.arafahh@gmail.com³

Received: 24 Mei 2026

Revised: 10 Juni 2026

Accepted: 29 Juni 2026

Abstract: *The limited availability of children's fashion designs that are able to integrate emotional psychology and learning values in an integrated manner became the background of this research. This research aims to produce a children's wear collection that represents the characters and emotional expressions of the characters in the film Inside Out 1 through a communicative, expressive, and child-appropriate design approach. The novelty of the research lies in the visualization of emotional characters into expressive and educational kids wear designs. The method used is the threestage design process by Labar & Sokolowski which includes problem definition & research, creative exploration, and implementation through character analysis, as well as the exploration of color, shape, proportion, and texture. The results of the research produced six kids wear designs representing emotional characters and one combination design displaying emotional harmonization. The research concludes that the visualization of emotional characters can be effectively applied in children's fashion design, resulting in visually attractive designs and having educational value in introducing emotions to children. The results of this research are expected to become a reference for the development of children's fashion design based on emotional education.*

Keywords: *Character, Film, Inside Out 1, Design, Kids Wear*

Abstrak : Terbatasnya desain busana anak yang mampu memadukan psikologi emosi dan nilai pembelajaran secara terpadu menjadi latar belakang penelitian ini. Penelitian bertujuan menghasilkan koleksi busana anak yang merepresentasikan karakter dan ekspresi emosional tokoh dalam film *Inside Out 1* melalui desain yang komunikatif, ekspresif dan sesuai kebutuhan anak. Kebaruan penelitian terletak pada visualisasi karakter emosi ke dalam desain *kids wear* yang ekspresif dan edukatif. Metode yang digunakan adalah *three stage design process* oleh Labat & Sokolowski yang meliputi *problem definition & research, creative exploration dan implementation* melalui analisis karakter, eksplorasi warna dan bentuk. Hasil Penelitian menghasilkan enam rancangan *kids wear* yang mewakili karakter emosi serta satu rancangan kombinasi yang menampilkan harmonisasi emosional. Penelitian menyimpulkan bahwa visualisasi karakter emosi dapat diterapkan secara efektif dalam perancangan busana anak sehingga menghasilkan desain yang menarik secara visual serta memiliki nilai edukatif dalam mengenalkan emosi kepada anak. Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi pengembangan desain busana anak berbasis edukasi emosional.

Kata kunci: Karakter, Film, *Inside Out 1*, Perancangan, *Kids Wear*

PENDAHULUAN

Fashion dapat dipahami sebagai bentuk ekspresi visual yang identitas, budaya, serta dinamika sosial dalam suatu periode tertentu. Tidak hanya sebagai pakaian, *Fashion* sanggup menjelma lambang identitas bagi khalayak melalui tampilan (Salma & Falah, 2023). Menurut asal-usul istilah, *fashion* bersumber pada kosakata Romawi "*Factio*", bermakna mencipta, mengerjakan, membentuk, menjalankan tindakan, proses (Rahmawati, 2020). Fashion tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai media komunikasi nonverbal yang memiliki makna yang kuat.

Perkembangan fashion tidak hanya berfokus pada busana dewasa, tetapi juga pada busana anak (*kids wear*). Pada pakaian anak-anak, asas kelegaan melekat lewat tekstil, model, pola, bentuk, potongan, pemakaian (Mayliana, 2019). Penentuan material sandang bocah wajib menimbang keadaan permukaan kulit, ketenteraman tubuh, kegembiraan diri, pengalaman mengenakan pakaian sehari-hari. Selain itu, tekstil tidak hanya berfungsi sebagai produk artistik, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memiliki kekuatan simbolis dan emosional (Arafah, 2025). Dengan begitu, Perancangan desain *kids wear* menitik pada visual yang menarik namun juga dapat menonjolkan segi ekspresif.

Dalam dunia anak-anak, visual yang penuh warna dan ekspresif emosional menjadi salah satu daya tarik utama. Film *Inside Out 1* produksi *Pixar Animation Studios*. Film ini menggambarkan beberapa karakter emosi pada anak melalui warna dan bentuk visual yang berbeda-beda. Dalam penciptaan rancangan desain ini, masing masing ciri khas karakter menjadi peran penting untuk menghasilkan visual yang unik pada masing masing desain. Oleh karena itu, perancangan desain *kids wear* ini diharapkan mampu menghasilkan desain busana anak yang kreatif, ekspresi, dan memiliki karakter yang kuat.

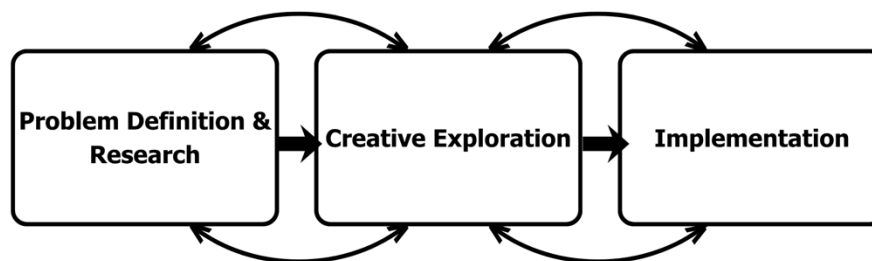
Di sisi lain, film animasi telah menjadi bagian dari budaya populer yang memiliki pengaruh besar terhadap preferensi visual anak-anak. Salah satu film yang mendapat perhatian luas adalah *Inside Out* (2015) produksi Pixar Animation Studios dan Walt Disney Pictures. Film ini mengangkat konsep personifikasi lima emosi dasar, yaitu Joy, Sadness, Anger, Fear, dan Disgust, yang dikemas secara menarik sehingga mudah dipahami oleh anak-anak maupun orang dewasa. Keunikan karakter, pemilihan warna, bentuk, dan ekspresi visual pada setiap tokoh menjadikan *Inside Out* sebagai sumber inspirasi yang potensial dalam pengembangan desain produk kreatif, termasuk busana anak.

Fenomena tersebut diperkuat oleh tren fashion bertema karakter (*character-inspired fashion*), yang berkembang tidak hanya dalam bentuk

merchandise, tetapi juga diterapkan sebagai inspirasi desain melalui pengolahan warna, siluet, motif, tekstur, dan detail busana tanpa harus menampilkan karakter secara langsung. Pendekatan ini memberikan nilai kreativitas yang lebih tinggi karena desainer menerjemahkan karakter ke dalam elemen-elemen desain yang bersifat konseptual dan estetis, sehingga menghasilkan produk yang lebih eksklusif dan memiliki identitas visual yang kuat.

METODE

Dalam kajian, pendekatan diterapkan berupa *three stage design process* Labat & Sokolowski (Indarti, 2020), memuat perumusan masalah, riset, eksplorasi kreasi, implementasi. Metode ini sebagai acuan dalam proses perancangan desain *kids wear* agar tahapan desain dapat dilakukan secara terstruktur mulai dari identifikasi masalah hingga desain koleksi.



Gambar. 1 Metode *three stage design process*
Sumber: Sari Endah, di adaptasi dari Labat & Sokolowski

Problem Definition and Research

Tahap awal dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan serta mengumpulkan data yang berkaitan dengan perancangan busana anak. Proses ini meliputi studi referensi mengenai desain *kids wear*, kebutuhan pengguna, target market serta karakteristik desain yang nyaman dan sesuai dengan anak-anak. Oleh karena itu, perancang melakukan analisis terhadap karakter emosi dalam *Inside Out 1* sebagai sumber inspirasi penciptaan perancangan. Analisis meliputi karakter visual, ekspresi, warna, dan bentuk yang ditampilkan masing-masing tokoh emosi.

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan (Patriansah et al., 2025). Identifikasi target market juga dilakukan untuk menentukan segmentasi pengguna berdasarkan rentang usia anak, aktivitas, karakteristik perilaku, serta kebutuhan pakaian yang sesuai dengan pengguna (Rahmatilani & Patriansah, 2024). Analisis target market ini menentukan

arah desain, pemilihan bentuk busana, warna, serta detail visual agar hasil perancangan sesuai dengan karakter dan kebutuhan anak sebagai pengguna. Tahap ini bertujuan untuk menghasilkan rumusan konsep dan kriteria desain yang akan diterapkan pada proses perancangan berikutnya.

Creative Exploration

Creative exploration merupakan tahap atau proses pengembangan ide desain berdasarkan hasil riset dan konsep yang telah diperoleh sebelumnya. Proses ini mengeksplorasi unsur visual melalui pengembangan warna, siluet, bentuk, detail yang kemudian membangun karakteristik sesuai dengan masing-masing tokoh. Proses pengembangan desain dilakukan brainstorming, eksplorasi visual, dan pembuatan sketsa untuk menghasilkan berbagai alternatif desain *kids wear*. Setiap rancangan dikembangkan dengan mempertimbangkan kesesuaian konsep visual, karakter emosi, fungsi busana dan karakteristik anak.

Implementation

Tahap *implementation* merupakan tahap penyempurnaan dan pengembangan desain berdasarkan hasil evaluasi pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan pemilihan desain terbaik dari beberapa alternatif rancangan yang telah dibuat. Desain terpilih kemudian dikembangkan menjadi desain master melalui penyempurnaan bentuk, detail visual, proporsi, warna, dan unsur desain lainnya agar sesuai dengan konsep perancangan yang telah ditentukan. Tahap ini menghasilkan rancangan akhir koleksi busana anak yang merepresentasikan karakter emosi melalui pengolahan unsur visual dan tetap mempertimbangkan aspek fungsi serta kenyamanan pengguna anak (Ebit et al., 2018).


HASIL DAN DISKUSI


Bagian ini memaparkan proses pengembangan rancangan *kids wear* yang terinspirasi dari karakter film *Inside Out 1*. Hasil penelitian diuraikan sebagai berikut.

Analisis Tokoh Emosi *Inside Out 1*

Analisis terhadap karakter dilakukan untuk memahami elemen visual yang dimiliki setiap tokoh emosi dalam *Inside Out 1*. Proses analisis meliputi pengkajian karakter, ekspresi, warna dan bentuk visual masing masing tokoh. Pengamatan dilakukan melalui observasi visual yang didukung oleh teori yang diperoleh sebagai penguat hasil analisis. Hasil pengkajian tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam pengembangan konsep visual dan penerapan unsur desain pada rancangan *kids wear*.

Tabel 1 Analisis Tokoh

Gambar Tokoh	Analisis	Uraian
	1. Karakter	Karakter digambarkan sebagai sosok yang ceria, aktif, dan optimis. Berdasarkan Observasi visual, karakter ini memiliki gestur tubuh yang dinamis dan ekspresi wajah yang selalu menunjukkan kebahagiaan sehingga memperlihatkan identitas emosi Bahagia pada karakter.
	2. Ekspresi	Ekspresi Joy ditunjukkan melalui senyum lebar, mata terbuka, dan gerakan tubuh yang aktif sehingga memberikan kesan energik dan menyenangkan.
	3. Warna	Karakter Joy didominasi warna kuning dengan kombinasi biru pada bagian rambut dan pakaian. Warna kuning memberikan rasa bahagia, keceriaan, kehangatan dan rasa optimis (Anggelika et al., 2024). Hal ini sejalan dengan karakter Joy yang periang dan optimis disaat menghadapi masalah.
	4. Bentuk	Bentuk visual karakter Joy didominasi garis lengkung dan siluet tubuh yang ringan serta dinamis. Dalam prinsip desain visual, garis lengkung memberikan kesan lembut, fleksibel, dan menyenangkan. Berdasarkan observasi visual, bentuk tersebut memperkuat karakter Joy yang ceria dan aktif.

	1. Karakter	Tokoh Sadness dalam <i>Inside Out</i> merepresentasikan emosi sedih melalui sifat yang tenang, perasa, dan cenderung pasif. Dari hasil pengamatan visual, karakter ini ditampilkan dengan gerakan tubuh yang lambat serta posisi tubuh yang sering membungkuk sehingga menimbulkan kesan kurang bersemangat dan emosional.
	2. Ekspresi	Identitas emosi pada karakter Sadness terlihat dari ekspresi wajah yang murung, tatapan mata yang lemah, serta gestur tubuh yang tertutup. (Kusrianto, 2007) menjelaskan bahwa ekspresi visual dapat menyampaikan pesan emosional melalui bahasa tubuh dan elemen visual yang digunakan. Berdasarkan pengamatan visual, ekspresi tersebut memperlihatkan suasana sedih dan rasa tidak percaya diri pada karakter.
	3. Warna	Penggunaan warna biru menjadi elemen visual utama pada karakter Sadness. Secara psikologis, warna biru sering dikaitkan dengan suasana tenang, dingin, dan melankolis. Dominasi warna biru pada pakaian dan tampilan karakter memberikan kesan emosional yang lembut serta mendukung representasi emosi kesedihan yang ditampilkan tokoh tersebut.
	4. Bentuk	Bentuk tubuh Sadness cenderung bulat dan lembut sehingga memberikan kesan pasif, nyaman, dan melankolis.

	1. Karakter	Tokoh Anger dalam <i>Inside Out</i> digambarkan sebagai karakter yang temperamental, tegas, dan mudah terpancing emosi. Berdasarkan hasil observasi visual, karakter ini memiliki gerakan tubuh yang cepat dan ekspresif dengan postur yang menunjukkan ketegangan sehingga memperlihatkan sifat agresif dan dominan.
	2. Ekspresi	Mata terbuka lebar, alis tajam, mulut berteriak, serta api di kepala menunjukkan ledakan emosi marah.
	3. Warna	Warna merah melambangkan kemarahan, keberanian, kekuatan, dan emosi yang intens (Gayego et al., 2022).
	4. Bentuk	Bentuk tubuh Anger berbentuk kotak dan kaku sehingga memperlihatkan karakter keras, kuat, dan eksplosif.
	1. Karakter	Disgust berfungsi melindungi Riley dari hal-hal yang dianggap tidak menyenangkan atau berbahaya, baik secara fisik maupun sosial (GPdi, 2015).
	2. Ekspresi	Ekspresi Disgust terlihat dari tatapan sinis, alis terangkat, bibir menyeringai, dan pose tubuh yang menolak sesuatu (Gayego et al., 2022).
	3. Warna	Warna hijau melambangkan penolakan, rasa jijik, dan sikap

		selektif terhadap sesuatu (Gayego et al., 2022).
	4. Bentuk	Bentuk tubuh Disgust ramping dan elegan sehingga mencerminkan karakter kritis, ekspresif, dan selektif.
	1. Karakter	Fear bertugas menjaga Riley dari bahaya dan situasi berisiko. Tokoh ini digambarkan cemas, waspada, dan mudah panik (GPdi, 2015).
	2. Ekspresi	Ekspresi Fear terlihat melalui mata membesar, tubuh gemetar, dan gerakan gugup yang menunjukkan rasa takut dan kecemasan.
	3. Warna	Warna ungu keabu-abuan melambangkan ketakutan, ketidakpastian, dan rasa cemas (GPdi, 2015).
	4. Bentuk	Bentuk tubuh Fear tinggi dan kurus dengan pose tidak stabil sehingga memperkuat kesan rapuh dan tegang.

Sumber: Sari Endah, 2026

Moodboard Inspirasi

Moodboard merupakan alat penting yang berfungsi sebagai kompilasi visual dari ide, gambar, warna, dan elemen referensi, yang membantu merangsang inspirasi serta arah dalam proses desain kreatif. *Moodboard* tidak sekadar kolase (Rieuf et al., 2017) menyatakan bahwa *Moodboard* merupakan gabungan beberapa gambar, visual, dan objek dengan tema tertentu yang menjadi inspirasi ide dalam membuat karya atau proyek desain.



Gambar 2. *Moodboard* Inspirasi
Sumber: Sari Endah, 2026

Warna, tekstur, siluet dan atribut visual lainnya dalam *Moodboard* digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan desain, memungkinkan terciptanya identitas visual yang kuat dan naratif untuk setiap kostum (Julia et al., 2025). *Moodboard* inspirasi di atas berisi kumpulan gambar inspirasi yang memiliki kata kunci karakter film *Inside Out*. Bentuk visual tokoh dan karakteristik dari film *Inside Out* 1 merupakan inspirasi utama dalam penciptaan koleksi ini. *Figure* seorang anak perempuan dengan menggunakan busana dilengkapi dengan aplikasi *tufting* dan *crochet* menggambarkan visual koleksi yang akan diwujudkan berupa *kids wear* dengan aplikasi *tufting* dan *crochet*. Bentuk, komposisi warna dan seluruh gambar yang terdapat di *Moodboard* ini kemudian dipadupadankan sehingga menjadi dasar inspirasi dalam pengkaryaan.

Moodboard Target Market



Gambar 3. *Moodboard* Target Market
Sumber: Sari Endah, 2026

Target market dari koleksi *kids wear* ini adalah anak-anak usia 6 hingga 12 tahun yang berada pada fase perkembangan emosional dan sosial yang aktif. Kelompok usia ini umumnya mulai menunjukkan minat terhadap ekspresi diri melalui penampilan serta mulai mengenal identitas diri melalui warna, bentuk, dan karakter. Oleh karena itu, busana yang tidak hanya nyaman dan fungsional, tetapi juga ekspresif secara visual menjadi sangat relevan. Koleksi ini juga menyasar orang tua muda di kelas menengah ke atas yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya pendidikan emosional sejak dini serta memiliki ketertarikan terhadap produk *fashion* anak yang memiliki nilai estetika, konsep, dan kualitas tinggi.

Desain Alternatif

Tahap berikutnya adalah visualisasi desain, yaitu mempresentasikan hasil analisis dan eksplorasi ke dalam alternatif desain (Patriansah, 2022). Desain alternatif merupakan tahapan eksploratif yang menghasilkan beberapa kemungkinan rancangan berdasarkan satu konsep utama (Patriansah & Ramadhon, 2023). Pengembangan desain alternatif bertujuan untuk mengeksplorasi variasi bentuk, siluet, detail, dan komposisi visual sehingga perancang dapat mengevaluasi dan memilih solusi desain yang paling sesuai dengan tujuan perancangan. Studi desain lokal menegaskan bahwa penyusunan desain alternatif merupakan bagian penting dalam proses kreatif karena memungkinkan terjadinya pengujian estetika dan fungsi secara bersamaan sebelum desain akhir ditetapkan (Handayani et al., 2026). Dalam perancangan busana anak, desain alternatif berfungsi untuk memastikan bahwa setiap rancangan tidak hanya memenuhi aspek estetika, tetapi juga mempertimbangkan kenyamanan, keamanan, serta kebutuhan gerak anak sebagai pengguna.



Gambar 4. Desain Alternatif
Sumber: Sari Endah, 2026



Gambar 5. Desain Alternatif
Sumber: Sari Endah, 2026



Gambar 6. Desain Alternatif
Sumber: Sari Endah, 2026



Gambar 7. Desain Alternatif
Sumber: Sari Endah, 2026



Gambar 8. Desain Alternatif
Sumber: Sari Endah, 2026



Gambar 9. Desain Alternatif
Sumber: Sari Endah, 2026

Master Desain

Penentuan *master design* dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian antara gagasan visual, penerapan unsur dan prinsip estetika bentuk, serta capaian tujuan edukatif yang dirancang sejak awal. Proses evaluasi dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis guna mengkaji keterpaduan berbagai elemen visual dalam membentuk karakter desain secara utuh.

Dari hasil eksplorasi, dipilih enam desain *final (6 looks)* yang dinilai paling

representatif dan komunikatif terhadap tema emosi dalam film *Inside Out 1*. Setiap desain divisualisasikan dalam bentuk ilustrasi *fashion design* digital dengan penjelasan konsep warna, bentuk, dan nilai emosi yang diusung. Master desain diambil dari alternatif desain berjumlah 6 *looks* seperti berikut:



Gambar 10. Master Desain
sumber: dokumentasi penulis

Dengan begitu, master desain dapat dideskripsikan dengan tabel berikut:

Tabel 2 Deskripsi Master Desain

Look	Deskripsi Desain
<i>Look Anger</i>	Busana disominasi warna merah dan coklat dengan siluet kemeja berlengan balon pada bagian bawah lengan. Pada bagian bawah terdapat rok lipit dengan tambahan rantai silver sebagai pelengkap. Aksentuasi karakter marah pada bagian depan memperkuat kesan tegas, kuat dan ekspresif.
<i>Look Joy</i>	Desain menggunakan warna kuning cerah dengan bentuk busana <i>one set</i> , <i>top ruffles</i> bertumpuk pada bahu dan <i>ruffles</i> pada bagian <i>bottom</i> . Bentuk yang dinamis memberi kesan ceria, energik, dan penuh semangat.
<i>Look Disgust</i>	Dress <i>ruffles</i> bernuansa hijau dengan lapisan <i>cape</i> mencerminkan sifat <i>Disgust</i> yang melindungi diri. Selain itu,

	<i>ruffles</i> bertumpuk menciptakan karakter unik, ekspresif dan sedikit dramatis.
<i>Look Mix</i>	Busana mengombinasikan berbagai elemen warna, motif, dan detail dari beberapa karakter emosi menjadi satu look. Penambahan kancing warna-warni serta bentuk yang beragam menghasilkan kesan dinamis, imajinatif, dan merepresentasikan keberagaman emosi.
<i>Look Sadness</i>	Didominasi warna biru dengan material bertekstur lembut pada bagian <i>top</i> dapat diartikan sebagai awan hujan tangisan Sadness. Penggunaan bentuk busana yang sederhana menghadirkan kesan tenang, lembut, dan melankolis.
<i>Look Fear</i>	Look ini menggunakan kombinasi warna hitam, putih, dan ungu dengan penggunaan motif houndstooth sesuai dengan ciri khas busana Fear pada film. Aksentuasi ilustrasi karakter Fear menonjolkan kesan cemas dan takut.

Sumber: Sari Endah, 2026

KESIMPULAN

Perancangan koleksi *kids wear* ini tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga berfungsi sebagai media edukatif untuk mengenalkan emosi dasar kepada anak melalui metode *three stage design process*. Berdasarkan proses perancangan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa metode tersebut mampu digunakan secara efektif dalam mempresentasikan karakter emosi dalam film *Inside Out 1* ke dalam desain busana anak yang komunikatif, fungsional, dan ekspresif secara visual. Hasil perancangan memperlihatkan bahwa pengembangan unsur visual seperti karakter, warna serta bentuk mampu memperkuat representasi karakter emosi pada setiap rancangan. Busana yang dihasilkan tidak hanya sekedar berfungsi sebagai produk, tetapi juga memiliki peran sebagai media visual yang membantu anak mengenali serta membedakan emosi secara sederhana. Dengan demikian, penelitian dapat menggabungkan aspek estetika, psikologi, dan nilai edukatif pada *kids wear*.

Perancangan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *kids wear*, terutama dalam penerapan metode *three stage design process* sebagai metode perancangan yang sistematis dan edukatif. Hasil penelitian juga dapat dijadikan referensi bagi desainer dalam menciptakan rancangan yang lebih

bermakna melalui berbagai sumber ide termasuk film. Meskipun demikian, perancangan ini masih memiliki beberapa keterbatasan karena belum melibatkan pengujian secara langsung kepada anak dalam bentuk produk., sehingga pengaruh desain terhadap pemahaman emosi anak belum dapat dibuktikan secara empiris. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan uji pengguna melalui observasi maupun wawancara dengan anak dan orang tua guna mengetahui efektivitas desain secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelika, L., Robbani, M. A., & Purnama, M. (2024). *Analisis Persepsi Emosi Manusia Terhadap Warna Dalam Film Inside Out*. 06(03), 472–481.
- Arafah, N. (2025). *Desain Kerajinan Tekstil Berkelanjutan Sebagai Kampanye Ekologis Atas Idu Laut Belawan*.
- Ebit, G., Patriansyah, M., & Mubarat, H. (2018). Perancangan Permainan Puzzle Ragam Rumah Adat Sumatera Barat. *Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 3(1), 24–32.
- Gayego, A., Lutfianti, A., & Amalia, I. (2022). *Ekplorasi Bahasa Warna pada Karakter Emosional Film Animasi " Inside Out ."* 10(2), 143–153.
- GPdi. (2015). Pelajaran Hidup dari Film Inside Out. *Diakses Dari GPdi Bukit Batok*.
- Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2026). *Psikologi Warna Dalam Kehidupan Sehari-Hari: Pengaruh Warna Terhadap Emosi, Persepsi, Dan Perilaku Konsumen*. 1(1), 39–48.
- Indarti. (2020). *Metode Proses Desain Dalam Penciptaan Produk Fashion Dan Tekstil*. 1, 128–137.
- Julia, D., Suryalina, M., Arafah, N., & Tavip, M. (2025). *Transformation of the Seven Seas Characters from The Little Mermaid into Carnival Costume Design*. 14–27.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*.
- Mayliana, E. (2019). *Penciptaan Busana Anak Dengan Menerapkan Teknik Substraction Cutting*. 8(1), 49–57.
- Patriansah, M. et al. (2022). Pelatihan Mengolah Limbah Kayu Menjadi Produk Kerajinan Di Bukit Selabu Kabupaten Musi Banyuasin Menuju Industri Kreatif. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 497–508.

- Patriansah, M., Aji Windu Viatra, & Iqbal Maulana Yazid. (2025). *Analisis Fungsi Dan Estetika Logo "Nyenyes" Palembang*. 22(1). <https://doi.org/10.24014/sb.v22i1.36843>
- Patriansah, M., & Ramadhon, N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Produk Kerajinan Batok Kelapa Di Desa Berlian Makmur Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (MEDITEG)*, 8(November), 117–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.34128/mediteg.v8i2.192>
- Rahmatilani, C., & Patriansah, M. (2024). Board Game Sebagai Media Komunikasi Visual Pendekatan Hubungan Harmonis Keluarga Antar Orang Tua Dan Anak. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 9(01), 116–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i1.3776>
- Rahmawati, N. M. (2020). *Fashion sebagai komunikasi: analisa semiotika roland barthes pada fashion agus harimurti yudhoyono (ahy): dalam pemilihan gubernur jakarta*. 4(1).
- Rieuf, V., Bouchard, C., & Aoussat, A. (2017). *Immersive moodboards, a comparative study of industrial design inspiration material*.
- Salma, G., & Falah, A. M. (2023). *Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung*. 11(1), 94–103.