

PERANCANGAN WEBTOON 'THE WRONG SHADE' EPISODE 1 'JUST OKAY' SEBAGAI MEDIA PENINGKATAN KESADARAN TERHADAP STANDAR KECANTIKAN PADA PEREMPUAN

Zahra Zaskia Octavianty¹, Desy Sugianti², Rahmawati³
Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Jakarta
E-mail: zahrazaskia303@gmail.com¹

ABSTRAK

Episode 1 webtoon *The Wrong Shade*, berjudul "Just Okay", dirancang untuk menunjukkan bagaimana tekanan standar kecantikan di media sosial membangkitkan kembali luka emosional lama dan mengikis rasa percaya diri perempuan muda yang rentan. Perancangannya memakai pendekatan kualitatif berbasis design thinking, dengan tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test. Datanya berasal dari kuesioner yang bertujuan sebagai penyaringan (screening) dan wawancara mendalam dengan perempuan yang pernah mengalami tekanan serupa. Produksi mencakup pengembangan sinopsis dan eksplorasi judul, perancangan tokoh protagonis Keira, storyboard, line art, dan pewarnaan bergaya webtoon. Cerita dimulai ketika Keira melihat iklan produk pelangsing di media sosial. Iklan itu membawanya kembali pada komentar tentang penampilannya semasa SMA dan awal kuliah, lalu cerita memuncak pada komentar anonim yang menghancurkan rasa percaya dirinya yang baru mulai pulih. Calon pembaca yang menguji episode ini menilai alur slice of life-nya relevan dan mudah dipahami. Proporsi karakter, ekspresi wajah, dan teknik bayangan membangun resonansi emosional bagi mereka, dan beberapa di antaranya menyarankan perbaikan gradasi warna. Episode pembuka ini meletakkan landasan naratif yang komunikatif untuk mengkritik konstruksi sosial standar kecantikan dan mengajak pembaca merenungkan pengalaman serupa. Secara pendidikan, karya ini berimplikasi sebagai media literasi media alternatif yang membekali perempuan muda dengan kesadaran kritis untuk mengenali dan menolak konstruksi sosial standar kecantikan yang merugikan.

Kata kunci

Webtoon, standar kecantikan, kesadaran, perempuan, komik digital.

ABSTRACT

Episode 1 of the webtoon "The Wrong Shade", titled "Just Okay", is designed to illustrate how the pressure of social media beauty standards reignites old emotional wounds and erodes the self-confidence of vulnerable young women. The project employs a qualitative approach based on design thinking, encompassing the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data was gathered through screening questionnaires and in-depth interviews with women who had experienced similar pressures. Production involved synopsis development and title exploration, character design for the protagonist Keira, storyboarding, line art, and webtoon-style coloring. The story begins when Keira encounters an advertisement for a slimming product on social media. The ad triggers memories of comments regarding her appearance during high school and early college, culminating in an anonymous remark that shatters her confidence just as it was beginning to recover. Readers who tested the episode found the slice-of-life narrative relevant and relatable. Character proportions, facial expressions, and shading techniques fostered emotional resonance, though some readers suggested improvements to color gradients. This opening episode establishes a communicative narrative foundation to critique the social construction of beauty standards and invites readers to reflect on similar experiences. From an educational perspective, this work serves as an alternative medium for media literacy, equipping young women with the critical awareness to recognize and reject harmful social constructs regarding beauty standards.

Keywords

Webtoon, beauty standards, awareness, women, digital comics.

1. PENDAHULUAN

Kecantikan adalah bukanlah hal baku dan tidak universal. (Kant, 1790) menempatkannya pada penilaian estetika yang subjektif, sedangkan (Etcoff,1999) melihatnya sebagai hasil kepekaan biologis manusia yang telah berevolusi. Maknanya bergeser mengikuti nilai budaya tiap zaman. simbol status di masa kuno, proporsi tubuh yang harmonis pada masa Yunani-Romawi, nilai moral-religius pada Abad Pertengahan, tubuh berisi sebagai lambang kesuburan pada Renaisans, dan tubuh ramping berpinggang kecil berkat korset pada era Victoria (Permatasari dkk., 2025). Pada abad ke-20, media massa mengubah kecantikan menjadi citra visual tubuh perempuan yang diproduksi dan disebarluaskan lewat film, majalah, dan iklan (Wirasari, 2016).

Di era modern, media sosial mengambil alih peran itu. (Berger dan Luckmann, 1966) menjelaskan konstruksi realitas sosial dalam tiga tahap: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Melalui ketiga tahap ini, representasi kecantikan yang disebarluaskan media dipandang sebagai kebenaran universal, lalu dipakai untuk menilai diri sendiri dan orang lain. Warna kulit, bentuk tubuh, dan fitur wajah tertentu pun menjadi "aset" yang harus dijaga perempuan (Novik, 2019). Kolom komentar digital memperlihatkan polanya: pengguna memuji ciri fisik tertentu dan mencela yang lain, lalu tanpa sadar melanggengkan konstruksi itu (Pitaloka, 2025). Akibatnya, kepercayaan diri menurun dan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain menguat (Pedalino & Camerini, 2022).

Di Indonesia, digitalisasi pasca-reformasi 1998 memperluas ragam standar kecantikan melalui pengaruh budaya Eropa, Jepang, dan Korea (Samodra, 2024). Standar Korea dengan wajah berbentuk V, mata besar, kulit cerah, dan tubuh ramping kini dominan, sedangkan standar Barat cenderung merayakan keberagaman (Docfinder Korea, 2024). Tekanan ini terasa kuat pada masa dewasa awal (18–29 tahun), periode eksplorasi identitas dan ketidakstabilan. Pada usia ini individu rentan terhadap pengaruh eksternal, termasuk standar kecantikan digital, yang memicu konflik identitas dan tekanan psikologis internal (Arnett, 2016).

Keluarga dan lingkungan sosial membentuk persepsi perempuan tentang kecantikan. Perempuan yang tumbuh dalam lingkungan suportif cenderung kurang tertekan oleh standar masyarakat, sedangkan perempuan yang menghadapi pengalaman sosial berat cenderung menjalani introspeksi dan transformasi diri (Vigata dkk., 2025).

Konteks ini menuntut media yang menghibur sekaligus berfungsi sebagai sarana kritik sosial, karena pilihan media menentukan seberapa efektif pesan yang kompleks sampai kepada audiens (Fadilah dkk., 2023). Komik digital dipilih karena terkait erat dengan medium digital, dari produksi hingga akses pembaca, dan tata letaknya lebih fleksibel daripada komik konvensional (Aggleton, 2019).

Webtoon dipilih karena Indonesia adalah pasar global terbesar LINE Webtoon dengan 6 juta pengguna aktif, dan 70% di antaranya menyukai platform ini karena mudah diakses lewat ponsel (Lestari & Irwansyah, 2020). Format gulir vertikalnya menjadikan Webtoon ruang ekspresi sosial yang dekat dengan keseharian dan keresahan pembaca, termasuk tekanan soal penampilan fisik (Elfina dkk., 2023). Penelitian terdahulu mendukung pilihan ini. Komik strip digital terbukti mengedukasi masyarakat tentang isu sosial (Surya dkk., 2016), menumbuhkan kesadaran dari pemahaman kognitif sampai keterlibatan emosional dan perubahan sikap (Tjakrawerdaja dkk., 2025), dan merangsang pemikiran kritis audiens terhadap fenomena di sekitar mereka (Sutomo & Kusmaryono, 2025).

Episode pertama "The Wrong Shade", berjudul "Just Okay", membuka narasi dengan menghubungkan tekanan standar kecantikan digital dan luka lama tokoh utamanya, Keira. Keira melihat iklan teh pelangsing di linimasa, dan iklan itu membangkitkan ingatan tentang komentar atas penampilannya semasa SMA. Satu kata bertahan paling lama: "lumayan", yang diucapkan kakak kandungnya dan ia ingat sebagai tanda bahwa dirinya tidak pernah cukup baik. Setelah masuk kuliah, Keira membangun kepercayaan diri lewat perubahan penampilan. Kepercayaan itu runtuh ketika seorang anonim di media sosial menulis bahwa ia masih terlihat gemuk. Alur ini menunjukkan rapuhnya validasi eksternal, yang bisa runtuh oleh satu komentar, dan mengajak pembaca merenungkan pengalaman mereka sendiri dengan standar kecantikan digital.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam Perancang webtoon pada Episode 1 adalah perpaduan dari penelitian kualitatif dengan *Design Thinking* dimana penelitian kualitatif tersebut bertujuan untuk memahami fenomena atau masalah secara menyeluruh dari sudut pandang subjek penelitian (Moleong, 2007). Data dikumpulkan melalui tinjauan literatur, kuesioner sebagai alat penyaringan dan wawancara dengan perempuan pada tahap dewasa muda atau *emerging adulthood* (18-29 tahun). Proses *Design Thinking* yang melibatkan lima fase yang diciptakan oleh Hasso Plattner *Institute of Design di Stanford* diterapkan melalui langkah-langkah berikut:

1. Empathize. Seniman menyebarkan kuesioner daring sebagai studi pendahuluan untuk memahami pengalaman nyata perempuan yang menghadapi tekanan standar kecantikan. Wawancara semi-terstruktur dengan partisipan yang pengalamannya paling relevan memperdalam temuan itu dan menjadi dasar untuk memahami akar emosional konflik Keira di Episode 1.
2. Define. Seniman mendefinisikan data tahap sebelumnya menjadi tiga isu utama seperti tekanan untuk memenuhi citra ideal, pengalaman body-shaming, dan kepercayaan diri yang rapuh karena bergantung pada validasi eksternal. Ketiganya menentukan arah cerita dan pesan episode.
3. tahap ideate, seniman mengembangkan konsep kreatif, termasuk sinopsis Episode 1, eksplorasi judul "Just Okay," dan penokohan Keira sebagai perwujudan konflik utama, sembari tetap berpijak pada temuan penelitian dari tahap empathize dan define.
4. Prototype. Seniman mewujudkan gagasan itu lewat storyboard, sketsa karakter, line art, dan pewarnaan bergaya webtoon. Alur cerita dan penyampaian pesan dicek sebelum karya dipresentasikan di seminar untuk penilaian kelayakan.
5. Test. Seniman mewawancarai calon pembaca untuk mengukur seberapa efektif Episode 1 menyampaikan pesannya. Hasilnya menjadi dasar perbaikan sebelum karya difinalisasi.

Wawancara mendalam menjadi instrumen utama untuk menggali pengalaman emosional partisipan. Kuesioner berfungsi sebagai alat penyaringan awal dan tidak dipakai untuk pengukuran statistik, sesuai pengertian kuesioner sebagai teknik pengumpulan data lewat pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2019). Hasil kuesioner juga membantu menentukan arah visual Episode 1, "Just Okay".

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai langkah awal membangun empati, seniman menyebarkan kuesioner daring kepada 35 responden untuk memetakan pemahaman audiens tentang standar kecantikan sebelum merumuskan konsep Episode 1. Mayoritas responden (51,4%) berusia 22-25 tahun, masa transisi menuju kedewasaan (emerging adulthood) yang ditandai pencarian identitas fisik dan sosial serta penggunaan media sosial yang intens. Instagram menjadi platform utama mereka (57,1%). Pola paparan ini muncul di adegan pembuka episode: Keira tanpa sengaja menjumpai iklan produk pelangsing saat menelusuri linimasa media sosialnya. Saat mendeskripsikan sosok “wanita cantik” yang sering muncul di media sosial, sebagian besar responden menyebut kulit cerah, wajah bersih tanpa noda, dan tubuh ramping. Ciri-ciri ini menjadi tolok ukur tak tertulis yang Keira kejar sepanjang cerita. Namun beberapa responden mulai memandang kepercayaan diri dan penerimaan diri sebagai komponen kecantikan yang lebih mendasar. Pergeseran sudut pandang ini akan membentuk penyelesaian cerita di episode berikutnya.

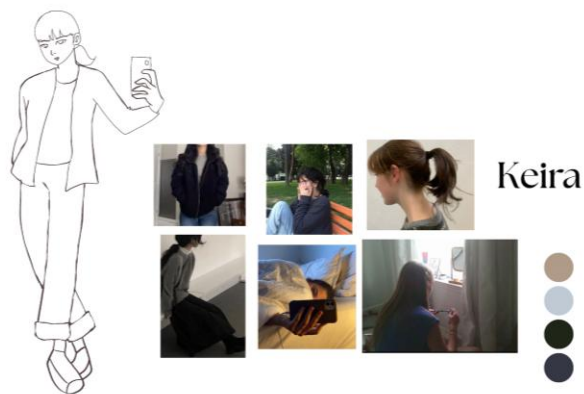
Data lain menunjukkan 45,7% responden menjawab “beberapa kali” pernah mengikuti tren kecantikan tertentu, dan 54,3% pernah menerima komentar negatif tentang penampilan mereka, biasanya dari orang di lingkungan sehari-hari. Komentar itu memicu rasa rendah diri, kecemasan, dan kecenderungan terpaku pada kekurangan fisik. Beberapa responden memakai kritik itu sebagai kesempatan berefleksi. Temuan ini menjadi landasan emosional konflik Keira: komentar sekecil apa pun, terutama dari orang terdekat, meninggalkan dampak lebih dalam daripada yang terlihat. Itu sebabnya satu komentar anonim di akhir episode meruntuhkan kepercayaan diri yang Keira bangun dengan susah payah.

3.1. Wawancara narasumber

Seniman mewawancarai narasumber yang pernah menghadapi tekanan standar kecantikan secara langsung. Wawancara ini menelusuri bagaimana mereka memaknai tekanan itu dan jalan mereka menuju penerimaan diri. Nindi, mahasiswi berusia 22 tahun, bercerita bahwa komentar pertama tentang fisiknya datang dari ibunya, lalu menyebar ke teman-temannya. Seniman mengadaptasi pola ini ke karakter kakak perempuan Keira, yang ucapannya tentang tubuh Keira terus menghantui Keira bahkan di rumah. Nindi juga mengatakan komentar di media sosial lebih menyakitkan daripada komentar langsung. Pengamatan ini menjadi dasar klimaks episode, satu komentar anonim di Instagram meruntuhkan kepercayaan diri Keira lebih parah daripada kritik tatap muka mana pun semasa SMA. Nindi merasakan tekanan dari dalam dan dari luar. Ia memakai produk kecantikan tanpa riset, memaksa fisiknya melampaui batas, dan membatasi interaksi sosial karena tidak percaya diri. Seniman menjadikan pengalaman itu materi utama tahap Ideate pada Episode 1, dengan tiga elemen kunci: pola komentar berulang dari orang terdekat, perbedaan dampak emosional antara kritik tatap muka dan kritik digital, dan siklus tekanan internal dan eksternal yang berujung pada keputusan Keira pada episode akhir.

3.2. Eksplorasi Karakter

a. Keira



Gambar 1. Progres pembuatan karakter Keira
Sumber: Zahra (2026)

Keira, yang akrab disapa Kei, diperkenalkan karakter sebagai mahasiswi berusia 20 tahun di Jakarta. Sebelumnya ia tinggal bersama ibu dan kakak perempuannya, Vera. Ketika mulai kuliah, ia pindah ke rumah kos dekat kampus. Keputusan itu diambil berawal dari pengalaman semasa SMA saat teman sekelas mengomentari penampilan fisiknya, ditambah Vera mengulang komentar itu di rumah hal itu membuat. Keira memisahkan diri dari keluarganya, lalu berusaha membangun kepercayaan diri dengan mengubah penampilan agar sesuai standar kecantikan yang ia lihat di media sosial.

Karakter Keira dirancang sebagai perempuan muda dengan validasi diri yang rapuh dan bergantung pada faktor eksternal, sehingga satu komentar bisa menghancurkannya.

b. Vera



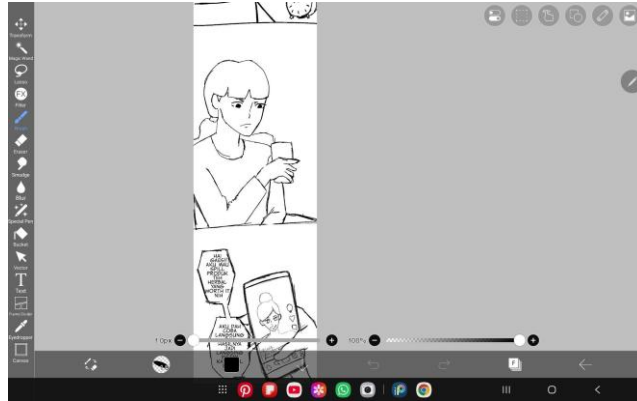
Gambar 2. Progres pembuatan karakter Vera
Sumber: Zahra (2026)

Vera, kakak perempuan Keira, adalah karakter yang diperkenalkan sebagai perempuan dewasa muda yang fokus memperhatikan penampilan dan perawatan dirinya. Ia berpakaian rapi dan modis dalam palet netral coklat, krem, hitam, dan abu-abu. Pilihan itu mencerminkan seseorang yang menjaga citra dirinya di mata publik. Minatnya pada perawatan diri dan aktivitas gaya hidup seperti berbelanja memperkuat kesan itu.

Pada Episode 1, komentar Vera menjadi sumber utama keraguan diri Keira, meski Vera tidak bermaksud menyakitinya. Lewat Vera, episode ini menunjukkan bahwa tekanan standar kecantikan sering datang dari orang terdekat.

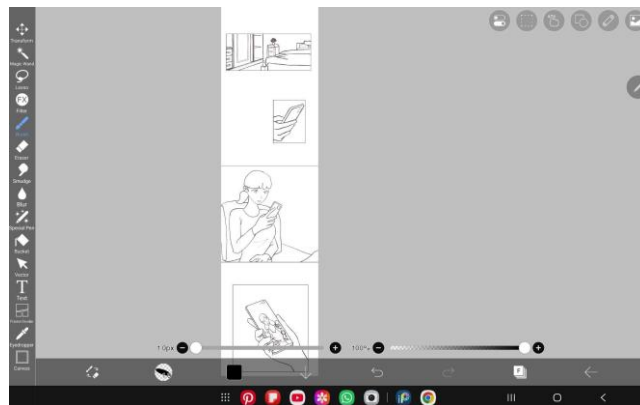
3.3. Perancangan Karya

a. Storyboard



Gambar 3. Proses pembuatan storyboard
Sumber: Zahra (2026)

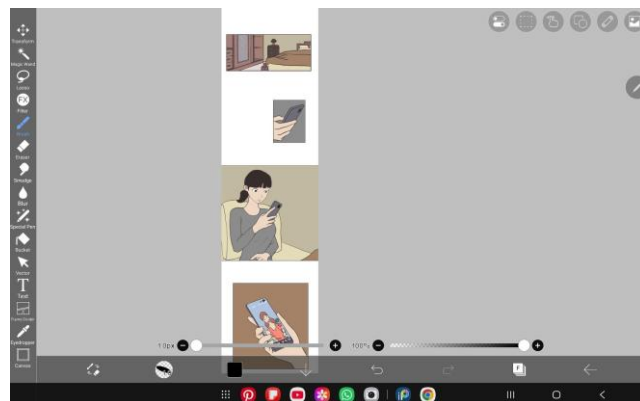
b. Lineart



Gambar 4. Proses pembuatan Lineart
Sumber: Zahra (2026)

Pada proses Lineart, Perupa menggunakan kuas digital pada Ibis Paint berukuran 0.6 pada setiap garis yang dibentuk pada Webtoon.

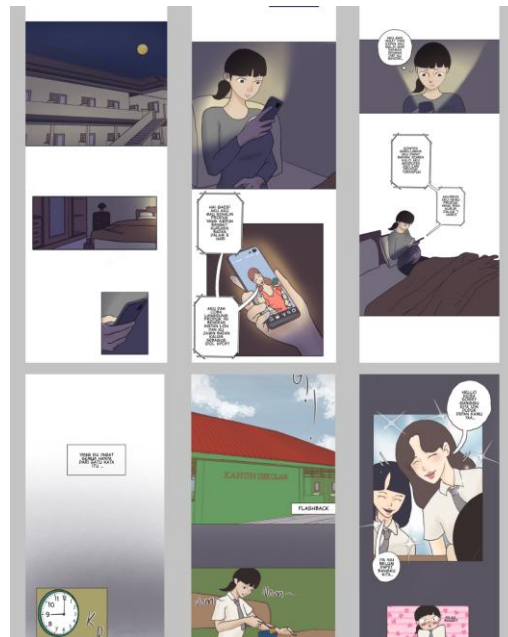
c. Pewarnaan



Gambar 5. Proses Pewarnaan
Sumber: Zahra (2026)

Setelah proses Lineart selesai, perupa selanjutnya memulai tahapan Coloring atau pewarnaan. Tahap ini perupa menambahkan layer di bawah lineart agar pewarnaan berlangsung lebih presisi dan Bersih tanpa melewati batas yang ditentukan oleh garis.

3.4. . Hasil Karya



Gambar 6. Hasil karya Episode 1
Sumber: Zahra (2026)

Tahap produksi akhir untuk Episode 1 mencakup penambahan efek bayangan dan elemen teks suara. Efek bayangan memberikan kesan dimensi dan kedalaman ruang pada panel-panel gambar sekaligus memperkuat ekspresi emosional Keira terutama pada momen-momen penuh tekanan, seperti saat ia teringat komentar dari masa SMA atau membaca komentar anonim di akhir episode. Elemen teks suara berfungsi sebagai fitur tipografi yang menghidupkan dinamika visual. elemen ini menyoroti momen non-verbal yang krusial seperti keheningan atau keterkejutan serta memperdalam ikatan emosional pembaca dengan alur cerita. Desain balon percakapan disesuaikan dengan sifat dialognya balon standar untuk percakapan santai, balon bergerigi untuk teriakan atau ekspresi keterkejutan, dan balon berbentuk awan (*thought bubble*) untuk menggambarkan monolog batin Keira khususnya saat pikirannya melayang kembali ke masa lalu di tengah situasi masa kini.

Episode 1 dibuka dengan latar waktu malam hari, memperkenalkan sosok Keira yang secara tidak sengaja menemukan iklan produk penurunan berat badan di media sosial sebuah momen sederhana yang memicu konflik utama cerita. Dari titik itu, narasi secara bertahap membawa pembaca menelusuri kilas balik berbagai komentar mengenai penampilan fisiknya mulai dari masa SMA yang meruntuhkan kembali rasa percaya diri yang baru saja mulai ia bangun.

3.5. . Uji coba

Uji coba pengguna dilakukan pada tiga mahasiswi berusia 21-22 tahun dalam tiga aspek. Dari aspek konseptual, pesan mengenai standar kecantikan dan citra tubuh di episode pertama dianggap tersampaikan dengan baik, dengan alur cerita yang jelas dan dianggap sangat relevan, terutama bagi perempuan di fase dewasa muda. Dari aspek visual, gaya gambarnya dianggap baik dalam hal proporsi karakter, ekspresi wajah, dan bayangan, meskipun muncul saran untuk memperkuat gradasi warna dan menambahkan

elemen visual seperti gaya chibi pada momen-momen tertentu untuk memperkuat sisi emosional. Dari aspek operasional, ukuran teks dialog dianggap mudah dibaca tanpa memerlukan perubahan signifikan.

4. KESIMPULAN

Penciptaan Episode 1 Webtoon "*The Wrong Shade*", berjudul "*Just Okay*", menjawab rumusan masalah tentang cara merancang media edukasi visual yang komunikatif untuk merepresentasikan tekanan standar kecantikan pada perempuan, khususnya pada fase emerging adulthood. Perupa memadukan design thinking dengan data lapangan berupa kuesioner penyaringan dan wawancara mendalam dengan perempuan yang pernah mengalami tekanan serupa. Data itu diterjemahkan menjadi konsep cerita dan dua tokoh: Keira, yang mewakili sisi rentan, dan Vera, yang mewakili tuntutan sosial dalam relasi keluarga. Calon pembaca yang menguji episode ini menilai pesan tentang rapuhnya kepercayaan diri yang bergantung pada validasi eksternal tersampaikan dengan jelas lewat alur *slice of life*. Mereka juga menilai visualnya membangun resonansi emosional, dan menyarankan perbaikan pada gradasi warna serta tambahan elemen ekspresif. Episode ini mengkritik konstruksi sosial standar kecantikan dan mengajak pembaca merefleksikan pengalaman mereka sendiri.

Bagi dunia pendidikan, karya ini dapat menjadi contoh media literasi visual untuk pendidikan karakter dan bimbingan konseling, yang menumbuhkan kesadaran kritis siswa dan mahasiswa muda terhadap tekanan standar kecantikan digital. Bagi penciptaan komik digital, karya ini menunjukkan bahwa narasi personal dapat membangun empati sebagai bagian dari pembelajaran afektif. Karya ini dapat dikembangkan ke tiga arah, episode lanjutan yang memperkenalkan Selina sebagai titik balik cerita, publikasi berkelanjutan di Webtoon Canvas, dan kajian jangka panjang tentang pengaruh karya terhadap perubahan sikap pembaca.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aggleton, J. (2019). Defining digital comics: A British Library perspective. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 10(4), 393–409.
<https://doi.org/10.1080/21504857.2018.1503189>
- Aisyah Fadilah, Kiki Rizki Nurzakiah, Nasywa Atha Kanya, Sulis Putri Hidayat, & Usep Setiawan. (2023). Pengertian media, tujuan, fungsi, manfaat dan urgensi media pembelajaran. *Journal of Student Research*, 1(2), 01–17.
<https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.938>
- Arnett, J. J. (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Cryspine Hermellia Vigata, M., & Taufik Rakhman, R. (2025). PERANCANGAN DESAIN ILUSTRASI DIGITAL KECANTIKAN BERDASARKAN PERSPEKTIF PEREMPUAN USIA 13-49 TAHUN BEAUTY VISUAL DESIGN BASED ON THE PERSPECTIVE OF WOMEN AGED 13-49 YEARS. *Jurnal Strategi Desain Dan Inovasi Sosial*, 7(1), 11–28. <https://doi.org/10.37312/jsdis.v7i1.9866>

- Docfinderkorea. (2023, November 27). *Standar kecantikan Asia vs. standar kecantikan Barat*. Docfinderkorea. <https://docfinderkorea.com/id/news/view.php?idx=537>
- Elfina, E., Waskito, Darmi, R., & Maksum, H. (2023). Pengembangan media pembelajaran komik strip berbasis flipbook digital pada mata pelajaran projek ilmu pengetahuan alam dan sosial. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(4). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i4.3258>
- Etcoff, N. (1999). *Survival of the prettiest: The science of beauty*. Anchor Books.
- Kahiraputri, Z. N. (2023). Webtoon tentang body positivity untuk tingkatan percaya diri pada remaja perempuan. *E-Proceeding of Art & Design*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/191901/slug/webtoon-tentang-body-positivity-untuk-tingkatan-percaya-diri-pada-remaja-perempuan.html>
- Kant, I., & Pluhar, W. S. (2010). *Critique of judgment*. Hackett.
- Lawson, B. (2006). *How designers think: The design process demystified* (4th ed.). Architectural Press.
- Lestari, A. F., & Irwansyah. (2020). Line Webtoon sebagai industri komik digital. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 134–148. <https://doi.org/10.35308/source.v6i2.1609>
- McCloud, S. (1994). *Understanding comics: Writing and art*. Harper Perennial.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Novik, A. (2019). *The impact of beauty standards on society*. <http://Edoc.Bseu.by:8080/Handle/Edoc/80267>
- Pedalino, F., & Camerini, A.-L. (2022). Instagram use and body dissatisfaction: The mediating role of upward social comparison with peers and influencers among young females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031543>
- Pitaloka, K. V. (2025). Media influence on unrealistic beauty standards and their effect on body image. *Cakra Communico: Journal of Communication Science*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.17977/um087v2i1202511-1>
- Samodra, F. P. (2024, June 4). Sejarah standar kecantikan di Indonesia, kenapa harus putih? *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5611796/sejarah-standar-kecantikan-di-indonesia-kenapa-harus-putih>
- Santika Permatasari, I., Lestia Ananda, A., Setyawan, M. P., Majesty, M., Bahan, T., Krisnawati, M., & Maghfiroh, A. (2025). Transformasi simbol kecantikan perempuan ideal dari abad kuno hingga era media massa. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner*, 9(11), 193–204. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jkii/article/view/5513>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surya, W., Agung, A. S., & Cahyadi, J. (2016). Perancangan komik strip sebagai media layanan masyarakat untuk bijak dalam bersosial media. <https://www.neliti.com/publications/86489/perancangan-komik-strip-sebagai-media-layanan-masyarakat-untuk-bijak-dalam-berso>
- Sutomo, S., & Kusmaryono, I. (2025). Literature review: Penggunaan komik digital sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kemandirian belajar dan berpikir kritis. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah (JURMIA)*, 5(1), 101–112. <https://doi.org/10.32665/jurmia.v5i1.4074>
- Tjakrawerdaja, W., Wibowo, F. C., Kustandi, C., & Arymbekov, B. (2025). Effectiveness of digital storytelling comics based on a deep learning approach in enhancing

- environmental awareness among elementary school students. *Journal of Environment and Sustainability Education*, 3(4), 606–618. <https://doi.org/10.62672/joease.v3i4.169>
- Victoria, J. F., & Sutanto, S. M. (2023). Perancangan komik digital dalam meningkatkan kesadaran terhadap self-love dan social media positivity untuk generasi Z. *Jurnal Seni Nasional Cikini*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.52969/jsnc.v9i1.225>
- Wirasari, I. (2016). Kajian kecantikan kaum perempuan dalam iklan. <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.278>