

---

## Peran Komponen Buku Self-Help untuk Generasi 20-an: Studi Preferensi Visual pada Quarter Life Crisis

Anastasia Aimee Widjaja<sup>1</sup>  
[aimeexeu@gmail.com](mailto:aimeexeu@gmail.com)

Visual Communication Design, Creative Industry  
Universitas Ciputra Surabaya

### ABSTRAK

*Quarter Life Crisis* menjadi isu yang paling sering dialami generasi usia 20-an yang mulai memasuki *emerging adulthood*. Maraknya penggunaan media sosial turut memperkuat tekanan yang dirasakan generasi muda, karena terpapar akan pencapaian orang lain hingga terjadi *social comparison* terhadap persepsi diri sendiri yang kurang ideal. Pada konteks ini, buku *self-help* menjadi salah satu media refleksi populer yang digunakan untuk mengatasi masalah psikologis tersebut. Namun efektivitas media ini tidak hanya bergantung pada isi pesan, melainkan bagaimana komponen visual diolah untuk mampu menciptakan keterlibatan emosional, pemahaman dan kepercayaan pembaca terhadap buku. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi generasi Z terhadap komponen desain buku *self-help*, serta memahami pola pengaruh elemen visual yang meningkatkan motivasi pembaca untuk terlibat secara emosional dengan buku. Melalui pendekatan *mixed methode* yaitu kualitatif deskriptif dan kuantitatif, data diperoleh melalui kuisisioner yang menilai persepsi berdasarkan aspek desain cover, ilustrasi, warna, tipografi, dan *layout*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 59.6% responden lebih menyukai desain yang kontekstual dan seimbang antara text serta ilustrasi karena dianggap relevan dan mudah diinterpretasikan oleh pembaca. Kombinasi visual yang dirancang dengan baik, akan menciptakan *aesthetic trust* dan *perceived credibility* pembaca terhadap pemahaman isi dalam buku.

Kata kunci: Buku *self-help*, Preferensi visual, *Emerging adulthood*, desain komunikasi visual

### ABSTRACT

*Quarter-life crisis is a common issue experienced by individuals in their 20s who are entering the emerging adulthood phase. This phenomenon is further intensified by the widespread use of social media, which exposes individuals*

*to others' achievements and encourages social comparison, ultimately leading to a less ideal self-perception.*

*In this context, self-help books have become a popular medium for reflection to address such psychological challenges. However, the effectiveness of self-help books is not solely determined by their content, but also by how visual components are designed to foster emotional engagement, enhance comprehension, and build readers' trust.*

*This study aims to analyze Generation Z's preferences toward visual design components in self-help books and to understand the influence of visual elements in increasing readers' emotional engagement. The research employs a mixed-methods approach, combining descriptive qualitative and quantitative methods. Data was collected through a questionnaire assessing respondents' perceptions of design aspects, including cover design, illustrations, color, typography, and layout.*

*The results indicate that 59.6% of respondents prefer contextual designs with a balanced composition of text and illustrations, as these are perceived to be more relevant and easier to interpret. Well-designed visual combinations can create aesthetic trust and perceived credibility, which influences readers' confidence in understanding the book's content.*

**Keywords:** *Self-help books, Visual preference, Emerging adulthood, Visual communication design*

## **INTRODUCTION**

Fenomena *Quarter Life Crisis* adalah situasi dimana individu generasi usia 20-an mulai merasakan gejolak emosi atau perasaan tidak punya arah ketika mulai memasuki masa transisi: yaitu masa remaja menuju dewasa muda, yang biasa disebut *Emerging Adulthood* (Ramadhani, Rosita and Marhanah, 2025). Fase *Emerging Adulthood* ditandai dengan bertambahnya ragam tuntutan baru yang harus dicapai para dewasa muda, pada konteks pengembangan dan kematangan potensi dalam diri (Nugraha and Oriza, 2024). Sehingga, generasi muda mulai merasakan adanya tekanan dalam membuat keputusan hidup yang banyak dan besar, terutama mengenai karir, finansial, hubungan, dan tujuan hidup kedepan dengan tepat.

Fenomena ini sesuai dengan kajian psikologi perkembangan yang menjelaskan dinamika peralihan remaja ke dewasa. Salah satu dasar teoritis yang sejalan dengan fenomena *Quarter Life Crisis* adalah psikologi pengembangan psikososial Erik Erikson (1968), yang menyatakan bahwa

individu pada rentang usia ini berada dalam tahap *Identity vs Role Confusion* dan *Intimacy vs Isolation* (Cahyani, Mardiyah and Jayanti, 2025). Banyaknya pilihan dan tanggung jawab yang harus dilakukan, menyebabkan banyak individu memberikan respon yang kurang stabil dalam menghadapi tantangan hidup, sehingga terjadi krisis identitas pada fase kemandirian awal yang pada akhirnya mempengaruhi bagaimana relasi sosial mereka terbentuk (Shafrina, Nainggolan and Haque, 2025). Apabila generasi muda mampu mengelola dan melihat fase ini sebagai kesempatan bertumbuh, maka *Quarter Life Crisis* menjadi peluang terjadinya *post-crisis growth*: yakni fase yang mendorong pembelajaran, menginspirasi pertumbuhan, merangsang pembentukan makna, mengejar reinovasi dan mendorong pembaruan individu (Gigliotti, 2024). *Post Crisis Growth* akan membantu individu membangun dan memperkuat resiliensi atau ketahanan identitas diri yang baru, serta beradaptasi secara positif di setiap tantangan hidupnya.

Namun seiring berkembangnya masa dan sosial terutama pada konteks era digital saat ini, dinamika *Quarter Life Crisis* juga mengalami pergeseran. Salah satunya disebabkan oleh kehadiran media sosial, yang merupakan salah satu media interaktif utama bagi generasi muda berinteraksi dengan bebas, dan ekspresif (Paramita and Tjandrawibawa, 2021). Media sosial kerap kali memberikan paparan pencapaian dan kesuksesan gaya hidup orang lain secara terus-menerus, membentuk standar keberhasilan yang terkonstruksi secara digital hingga mendorong maraknya terjadi praktik *social comparison* yang kurang ideal (Leung, Zhong and Sun, 2025). Akibatnya setiap individu cenderung ketergantungan akan validasi eksternal dan standar kesuksesan orang lain, yang berdampak negatif terhadap *future adaptability* mereka dalam membuat keputusan tujuan hidupnya sendiri.

*Social comparison* sendiri adalah penilaian subjektif individu yang bersifat membandingkan pencapaian mereka, terhadap kesuksesan yang mereka lihat dimiliki oleh individu lain. Perbandingan ini umumnya akan memunculkan beberapa perasaan negatif maupun positif terhadap harga diri mereka (Nguyen *et al.*, 2025). Representasi digital yang tidak dikelola dengan bijak,

hanya akan menyebabkan kesenjangan antara ekspektasi dan realitas, hal ini sekaligus meningkatkan tekanan psikologis baru seperti: kecemasan dan depresi (Putra and Afrilian, 2025). Hingga pada akhirnya, media sosial yang seharusnya menjadi media pendukung bagi generasi muda untuk mendapatkan panduan dan motivasi secara positif, kehilangan makna sebenarnya.

Saat ruang sosial tersebut gagal memberikan bimbingan yang konstruktif, kondisi ini membuktikan perlunya medium lain yang dapat memberikan panduan reflektif serta dukungan terapi emosional yang lebih personal. Pada konteks ini, buku *self-help* menjadi salah satu media yang cukup populer di kalangan generasi muda. Buku *self-help* adalah salah satu *bibliotherapy* berupa buku panduan yang bertujuan membantu individu mendapatkan arahan, motivasi, sekaligus refleksi emosional guna mendukung pemilihan keputusan hidup yang lebih bijak dan pertumbuhan resiliensi diri yang lebih seimbang (Wu *et al.*, 2025). Buku *self-help* dinilai efektif, dan efisien untuk mendukung *growth: self-improvement, mental health management* dan komunikasi generasi muda, dengan biaya yang lebih rendah (Lenzi *et al.*, 2025). Hal ini menandakan bahwa buku *self-help* mampu menjadi pilihan media reflektif kreatif lain, yang dapat mendampingi generasi muda dalam menghadapi tantangan psikologis seperti *Quarter Life Crisis* melalui arahan yang lebih jelas, terarah secara teori dan personal.

Meskipun terbukti sebagai alternatif media reflektif yang positif secara substansi, efektivitas buku *self-help* tetap bergantung pada strategi bagaimana pesan dan panduan disampaikan. Sejumlah penelitian terdahulu seperti “*Effectiveness of Self-Help Books for Improving Santris’ Mental Health Literacy*” oleh Suryahadikusumah *et al.*, (2024) menyatakan salah satu faktor yang menjadi alasan keberhasilan buku *self-help* adalah relevansi rancangan buku terhadap preferensi personal pembaca. Namun, kajian tersebut masih berfokus pada struktur isi secara teoritis. Belum ada kajian lebih lanjut mengenai indikator apa saja yang menjadi standar preferensi generasi Z yang mendukung keberhasilan buku *self-help*, terutama pada konteks desain

komunikasi visual yang mendukung pemahaman serta keterlibatan emosional pembaca terhadap struktur isi buku.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi preferensi generasi 20-an terhadap komponen desain buku non-fiksi buku *self-help* dalam lingkup desain komunikasi visual. Serta pola terbentuknya keterlibatan emosional yang mempengaruhi *trust worthiness* pembaca. Fokus penelitian adalah merumuskan bagaimana preferensi visual generasi 20-an terhadap buku *self-help* dapat mempengaruhi tingkat ketertarikan, dan pemahaman generasi 20-an terhadap buku.

## **RESEARCH METHOD**

Penelitian menggunakan analisis sistematis *mixed methode*, yaitu metode yang menggabungkan pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif (Gosal, 2024). Kualitatif berarti pengumpulan data berupa teks, deskripsi, atau gambar yang berfokus terhadap pemahaman pola ilmiah konteks tertentu (Kusuma, 2025). Sedangkan kuantitatif adalah pengumpulan data yang berkaitan dengan angka, untuk analisa pola fenomena dan perspektif secara umum (Christine, 2025). Sehingga data mengenai pengaruh buku *self-help* berdasarkan persepsi generasi Z, tervalidasi secara teoritis dengan hasil yang lebih komprehensif.

Adapun metode yang dilakukan untuk setiap pengumpulan data: 1) Kualitatif deskriptif menggunakan metode survei melalui instrumen kuisisioner *google form* tipe skala likert dan diferensial semantik 2) Pengambilan data kuantitatif juga dilakukan dengan cara melakukan wawancara *expert* dengan metode *interview guide* tipe semi-terstruktur. 3) Studi literatur jurnal sebagai teori pendukung. Metode ini memungkinkan penggalan data yang lebih dalam mengenai rancangan buku *self-help* melalui perspektif dua kelompok berbeda. Kelompok tersebut adalah generasi Z yang terutama berusia 20-an sebagai kelompok calon pembaca yang sedang berada pada fase *emerging adulthood* dan *expert* sebagai sudut pandang profesional.

Total calon pembaca yang diteliti adalah 52. Adapun kriteria kelompok calon pembaca adalah: 1) remaja dengan rentang usia 18 hingga 28 tahun atau kelahiran tahun 1997 hingga 2007, 2) belum berstatus menikah, dan 3) bertempat tinggal atau berasal dari Indonesia. Perilaku target penelitian pun dibagi menjadi empat, yakni: 1) mereka yang gemar membaca buku, 2) mereka yang pernah atau sering menggunakan buku *self-help*, dan 3) mereka yang tidak suka membaca buku. Sedangkan untuk pihak *expert* sebanyak 2 orang dengan kriteria: 1) mereka yang pernah membuat buku narasi bergambar, atau 2) pernah membuat buku *self-help*.

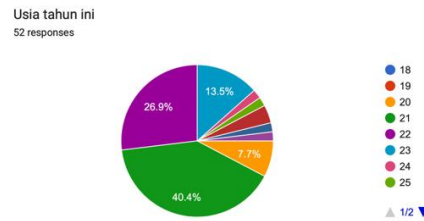
### **Design Analysis**

Data yang terkumpul dianalisis dengan metode statistik deskriptif dan analisis komparatif, dengan bantuan media digital *google spreadsheet* dan *google docs*. Penelitian berfokus pada perbedaan preferensi generasi Z, terutama yang berusia 20-an terhadap komponen dan gaya visual buku *self-help*. Preferensi akan didefinisikan sebagai penilaian subjektif individu dalam menilai daya tarik dan keterhubungan emosi pembaca terhadap elemen yang terdapat dalam buku *self-help*. Beberapa indikator yang mencakup adalah preferensi dan tingkat fungsi: 1) desain cover, 2) tipografi, 3) gaya desain, 4) mood dan tone visual, 5) layout, dan 6) *copywriting*.

## **RESULT AND DISCUSSION**

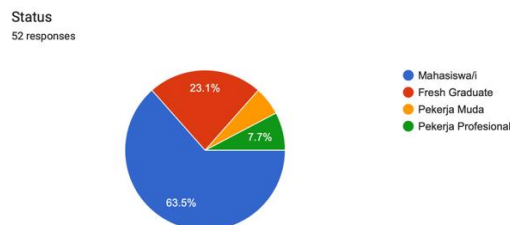
### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Gender, Status, dan Domisili Saat Ini.**

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, gender, status dan domisili saat ini didominasi generasi Z yang bertempat tinggal di daerah Jawa dan sekitarnya.



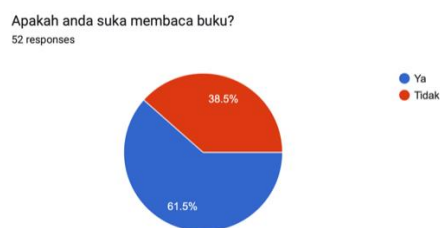
Gambar 1. Total responden berdasarkan usia  
sumber: dokumentasi penulis

Mayoritas responden adalah generasi Z berusia 21 tahun sebanyak 21 orang (40.4%) dari 52 responden.



Gambar 2. Total responden berdasarkan status  
sumber: dokumentasi penulis

Sebagian besar responden berstatus sebagai mahasiswa dengan total **33 orang (63.5%) dari 52 responden.**



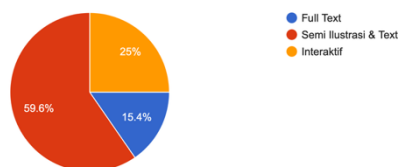
Gambar 3. Total responden berdasarkan minat membaca  
sumber: dokumentasi penulis

Hasil menunjukkan jumlah kelompok yang gemar membaca buku lebih unggul dengan total 32 orang (61.5%) dari 52 responden.

### Karakteristik Responden Berdasarkan *Behavior* Persepsi mereka terhadap Visual Buku.

Data didapat berdasarkan tingkat kegemaran pembaca yang dibedakan oleh tiga motivasi membaca buku: 1) Pembaca yang gemar membaca buku *self-help*. 2) Pembaca yang hanya gemar membaca buku. Dan yang terakhir 3) Golongan usia yang pernah membaca buku namun tidak gemar.

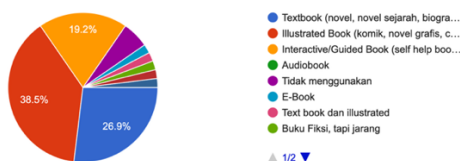
Menurut preferensi anda, sebuah buku bacaan seperti apa yang umumnya menarik dan mampu meningkatkan motivasi anda untuk membaca?  
52 responses



Gambar 4. Persentase preferensi jenis buku yang paling digemari generasi Z  
sumber: dokumentasi penulis

Adapun 31 orang (59.6%) dari 52 responden memilih bentuk penyampaian isi buku yang mengkombinasikan teks dan ilustrasi, sebagai metode yang mampu meningkatkan motivasi mereka untuk membaca.

Buku dengan penyajian seperti apa yang paling sering anda baca atau gunakan? Textbook:  
Summer in Seoul, Design Thinking Illustrated Book...ive/Guided Book: Atomic Habit, Burn After Writing  
52 responses



Gambar 5. Persentase preferensi generasi Z terhadap bentuk penyajian buku  
sumber: dokumentasi penulis

Buku ilustrasi seperti komik juga menjadi bentuk penyajian buku yang lebih banyak digemari generasi Z dengan total responden 20 (38.5%) orang. Selanjutnya adalah buku *textbook* seperti novel dengan total responden

sebanyak 14 (26.9%) orang dan terakhir *Interactive/Guided Book* sebanyak 10 (19.2%) orang. Temuan ini memperlihatkan buku yang melibatkan ilustrasi cenderung mendominasi preferensi yang digemari generasi Z terhadap buku. Alasan ini diperkuat dengan adanya beberapa pernyataan tambahan yang diberikan responden.

No	Source	Statement
1	Responden 1	Karena buku interaktif bisa lebih dapat pesan yang disampaikan dengan visual desain yang interaktif.
2	Responden 2	Buku yang interaktif menurut saya lebih mengajak pembaca untuk berekspresi karena di era teknologi dan banyaknya isu gen z bersosial di dalam lingkungan sekolah maupun luar membuat mereka susah mengekspresikan emosi diri. Karena tidak semua gen z merasa bisa mengungkapkan emosinya di dunia nyata, buku pribadi yang interaktif dapat menjadi salah satu sarana atau wadah bagi mereka.
3	Responden 3	Saya suka mengimajinasikan apa yang ku baca dan lebih kepo dengan apakah sama dengan gambaran saya dengan yang dibuku.
4	Responden 4	Dengan bantuan gambar lebih mudah membayangkan skenario yg terjadi serta membuat mata ada waktu beristirahat
5	Responden 5	Balanced. Terkadang esensi membaca buku adalah supaya produktif membaca dan jika hanya terdapat teks akan membosankan, jika hanya ilustrasi tidak terasa seperti membaca buku. Maka kedua hal harus seimbang.

Table 1. Pernyataan responden mengenai penggunaan ilustrasi dalam buku  
sumber: dokumentasi penulis

Bagi responden, esensi penting buku adalah bagaimana sebuah buku mampu menjembatani pemahaman dengan kebutuhan kognitif pembaca. Sejauh ini, metode yang paling efektif adalah dengan mengkombinasikan ilustrasi, sebagai salah satu komponen terciptanya interaksi antara pembaca dengan buku. Sekiranya penyajian buku mampu merepresentasikan *visual credibility* yang mendukung pemahaman pembaca melalui imajinasi yang tercipta akibat komponen-komponen didalam buku.

Namun, pihak *expert* menyatakan bahwa tambahan ilustrasi harus tetap bersifat kontekstual agar tidak merusak keterlibatan emosional pembaca yang telah terbentuk. Hal ini juga dilandasi dari sudut pandang tambahan dari responden yang memiliki preferensi berlawanan:

No	Source	Statement
1	Responden 6	Sebenarnya gambar tidak masalah, tapi kalau terlalu banyak dapat menjadi distraksi. terlebih jika buku fiksi yang berfokus pada cerita/plot.
2	Responden 7	yg i I like books with more text but with intentional images/illustrations completing the context. Easier to digest.
3	Responden 8	Ilustrasi memberikan gambaran dari sebuah text, namun ilustrasi berlebihan mengganggu konsentrasi.

Table 2. Pernyataan representatif responden yang berlawanan  
sumber: dokumentasi penulis

Patut diperhatikan bahwa preferensi visual generasi Z terhadap perbedaan konteks isi buku berbeda-beda. Sehingga, penting mempertimbangkan ilustrasi seperti apa yang sebaiknya digunakan, strategi kombinasi terhadap teks, dan penggambaran suasana buku secara intensional. Kombinasi yang baik adalah ketika komponen mampu menghasilkan keindahan dan keserasian, melalui keseimbangan proporsi dan ritme visual (Wardaya, 2021). Tujuannya agar aspek mampu mendukung persepsi atau skenario pembaca tanpa sesuai isi buku dengan tepat.

### Hasil Studi Literatur mengenai Buku *Self-Help* dan *Interview*

Buku *self-help* merupakan salah satu media terapi kreatif yang disebut *reading bibliotherapy*, atau individu yang melakukan pembacaan mandiri terhadap media refleksi. *Bibliotherapy* sendiri adalah metode terapi psikologi yang umumnya mengandalkan *storytelling* atau narasi text bacaan tertentu, seperti literatur fiksi dan non-fiksi. Tujuannya untuk menciptakan keterhubungan emosional melalui interaksi antara pembaca dengan gambaran yang diberikan secara literatur, guna mendukung penyembuhan emosional dan perkembangan diri (Lenzi *et al.*, 2025).

Penelitian yang dilakukan Azahra *et al.*, (2025) terhadap para pembaca buku *self-help* yang juga merupakan generasi Z, menyatakan bahwa gambar dan visual buku *self-help* yang meliputi desain cover, ilustrasi dan warna pada buku harus menarik. Adapun komponen visual yang umumnya digunakan dalam perancangan buku *self-help*: 1) Konsep isi buku atau *copywriting*, 2) Desain cover, 3) Ilustrasi, 4) Warna, 5) Tipografi, 6) Layout. Komponen-komponen tersebut menjadi salah satu faktor utama generasi Z, terutama perempuan termotivasi untuk membaca buku *self-help*.

### Hasil Survei Preferensi Generasi Z terhadap Komponen dan Gaya Visual Buku *Self-Help*

Sebagai langkah awal untuk menganalisis preferensi generasi Z terhadap buku *self-help*, penelitian akan membandingkan beberapa buku *self-help* berdasarkan perbedaan pendekatan estetika yang diterapkan:

No	Title	Creator	Type
1	Quiet Time	Blessing Bells	<i>Workbook/Guided Self-Help Book</i>
2	The Book of Twenties	In Our Twenties	
3	The Magic of Thinking Big	David. J Schwartz	<i>Traditional Self-Help Book</i>
4	Atomic Habits	James Clear	
5	Wreck this Journal	Keri Smith	<i>Creative Expression Self-Help Book</i>

6	It's All Absolutely Fine	Ruby Elliot	<i>Illustration Narrative Self-Help-Book</i>
7	The Boy, the Mole, the Fox & the Horse	Charlie Mackesy	

Table 3. Buku *self-help* yang mewakili representasi perkembangan tren gaya visual  
sumber: dokumentasi penulis

### A. Desain Cover

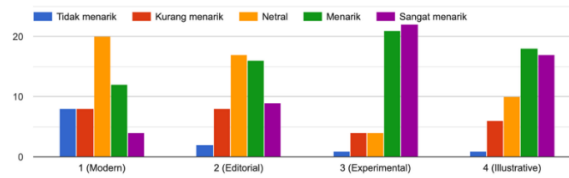
Konsep desain cover dibagi menjadi 4 kategori, yaitu: 1) Desain modern, 2) Desain Editorial, 3) Experimental, dan yang terakhir 4) Desain Ilustratif.



Gambar 6. Desain cover buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Adapun buku *self-help* populer yang digunakan sebagai referensi pada kategori ini adalah: 1) *Quiet Time* sebagai sebagai konsep modern, 2) *The Book of Twenties* dan *The Magic of Thinking Big* sebagai konsep editorial. 3) *Wreck it Journal* sebagai konsep *experimental* dan 4) *The Boy, the Mole, the Fox & the Horse* sebagai konsep *illustrative*.

Berdasarkan preferensi anda, berikan urutan penilaian terhadap desain cover buku dibawah ini.



Gambar 7. Ketertarikan awal generasi Z terhadap desain cover buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Berdasarkan figure 4, Indikator menunjukkan tingkat ‘menarik’ dan ‘sangat menarik’ yang tinggi terhadap desain *cover* dengan tingkat *visual complexity* tinggi seperti konsep eksperimental. Total responden yang memilih ‘menarik’ sebanyak 21 orang dan yang memilih sangat menarik sebanyak 22 orang dari 25 responden. Konsep eksperimental sendiri memberikan kesan ekspresif dan penuh eksplorasi. Sehingga, merepresentasikan generasi 20-an yang lebih responsif terhadap visual yang unik, dibandingkan desain modern atau editorial yang cenderung kaku dan kurang menonjol secara emosional.

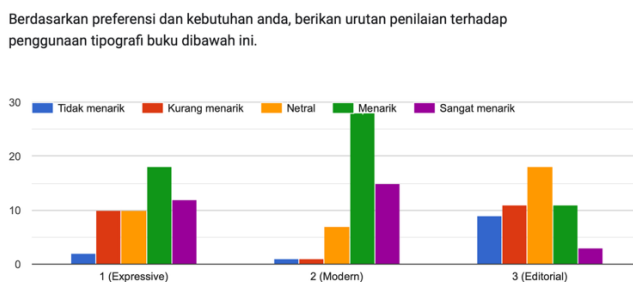
## B. Tipografi

Gaya bentuk tipografi yang umumnya digunakan buku *self-help*, dibagi menjadi 3 kategori, yaitu: 1) Tipografi ekspresif atau *handwriting* dan *calligraphy*, 2) Tipografi modern atau *serif*, 3) Tipografi editorial atau *sans serif*, dan yang terakhir 4) Desain Ilustratif.



Gambar 8. Penggunaan tipografi pada buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Buku *self-help* sebagai referensi yang menggunakan 3 kategori karakter tipografi tersebut, yaitu: 1) *It's All Absolutely Fine, Wreck it Journal* dan *The Boy, the Mole, the Fox & the Horse* sebagai konsep *expressive*, 2) *The Book of Twenties* sebagai konsep modern, dan 3) *Atomic Habits* sebagai konsep editorial.



Gambar 9. Ketertarikan generasi Z terhadap penggunaan tipografi pada buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Diagram figure 6 menampilkan tingkat ketertarikan generasi Z terhadap penggunaan tipografi modern, dengan indikator 'menarik' sebesar 28 orang dan 'sangat menarik' 15 orang dari 52 responden. Hasil mengindikasikan bahwa generasi 20-an cenderung menyukai penggunaan tipografi dengan tingkat keterbacaan yang tinggi, dan memberikan kesan profesional.

### C. Ilustrasi

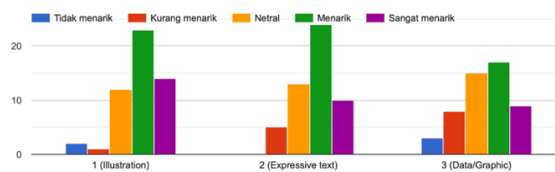
Pola representasi visual buku *self-help* dibagi menjadi 3 kategori, yaitu 1) Ilustratif atau berupa gambar narasi, 2) *Expressive text* atau penggunaan ilustrasi yang didominasi kombinasi bersama layout text secara abstrak serta kontras, dan 3) Data/grafik yang cenderung menjelaskan makna teoritis buku *self-help* secara langsung.



Gambar 10. Model ilustrasi pada buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Buku *self-help* yang digunakan sebagai contoh adalah: 1) *It's All Absolutely Fine* dan *the Mole*, dan *the Fox & the Horse* sebagai gaya *illustrative*, 2) *Wreck it Journal* sebagai gaya *expressive text*, dan 3) *Atomic Habits* sebagai gaya *data/graphic*.

Berdasarkan preferensi dan kebutuhan anda, berikan urutan penilaian terhadap penggunaan model ilustrasi buku dibawah ini.



Gambar 11. Ketertarikan generasi Z terhadap penggunaan ilustrasi buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Secara komparatif, model ilustrasi ilustratif dan *expressive text* menunjukkan tingkat ketertarikan yang lebih tinggi dibandingkan *data/graphic*. Figure 8 menunjukkan model ilustrasi ilustratif unggul tipis pada indikator 'sangat menarik' dengan total 14 orang, dibandingkan *expressive text* yang hanya 10 orang. Disisi lain model ilustrasi *expressive text* unggul pada indikator 'menarik' dengan responden sebanyak 24 orang dibandingkan model ilustrasi ilustratif yang sebanyak 23 orang.

#### D. Warna dan Suasana

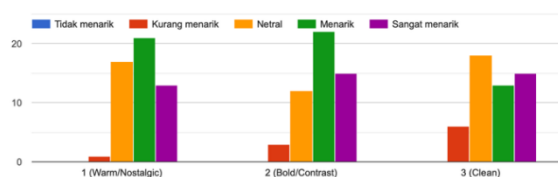
Penggunaan kombinasi warna untuk menciptakan suasana tertentu pada buku self-help dibagi menjadi 3 kombinasi, yaitu 1) *Warm/nostalgic* atau penggunaan warna yang suasananya cenderung hangat. 2) *Bold/Contrast* atau suasana yang cenderung tegas serta tajam, dan 3) *Clean* atau sederhana langsung ke intinya.



Gambar 12. Warna dan suasana pada buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Buku *self-help* yang digunakan sebagai contoh, yaitu: 1) *The Mole, the Fox & the Horse* sebagai warna dan suasana *warm/nostalgic*, 2) *Wreck it Journal* sebagai warna dan suasana *bold/contrast*, dan 3) *The Book of Twenties* dan *Atomic Habits* sebagai warna dan suasana *clean*.

Berdasarkan preferensi dan kebutuhan anda, berikan urutan penilaian terhadap penggunaan mood & tone visual buku dibawah ini.



Gambar 13. Ketertarikan generasi Z terhadap warna dan suasana buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Elemen warna yang *bold* dan *contrast* tampak paling menarik perhatian responden. Dilandasi total penilaian figure 10 pada indikator 'sangat menarik' sebanyak 15 orang, dan 'menarik' sebanyak 22 orang dari 52 responden.

### E. Layout

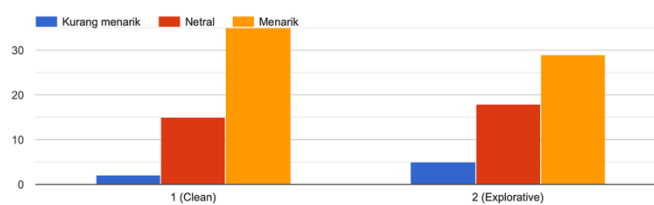
Terakhir adalah penggunaan tata letak seluruh kombinasi elemen visual yang dibagi menjadi dua kategori, yaitu 1) *Clean* dengan banyak *white space*, dan terakhir 2) *Explorative* atau ekspresif.



Gambar 14. Preferensi generasi Z terhadap warna dan *mood* buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Buku *self-help* yang digunakan menjadi referensi adalah: 1) *It's All Absolutely Fine, The Mole, the Fox & the Horse* dan *Atomic Habit* sebagai *layout clean*, dan 2) *Wreck it Journal* sebagai tata letak *explorative*.

Berdasarkan preferensi anda, berikan urutan penilaian terhadap layout buku dibawah ini.



Gambar 15. Diagram tingkat ketertarikan generasi Z terhadap layout buku *self-help*  
sumber: dokumentasi penulis

Secara umum, responden pada figure 12 menunjukkan preferensi yang lebih besar terhadap gaya layout yang cenderung *clean*. Ditunjukkan dengan responden yang memilih indikator 'menarik' sebanyak 35 orang.

## Pembahasan

No	Component	Result
1	Desain Cover	Desain cover yang mengusung konsep minimalis, namun tetap mempertahankan daya tarik visual melalui elemen esensial yang eksploratif.
2	Tipografi	Tipografi yang memberikan tingkat keterbacaan tinggi dan profesional.
3	Ilustrasi	Ilustratif kontekstual yang sesuai dengan isi buku.
4	Warna dan suasana	Warna bold dan contrast yang menciptakan titik fokus hirarki visual.
5	Layout	Tata letak yang dengan tingkat keteraturan tinggi. Keberadaan <i>white space</i> yang memberikan ruang bernafas dan meningkatkan keterbacaan teks.

Table 4. Tabel kesimpulan hasil survei  
source: dokumentasi penulis

Hasil analisis menunjukkan bahwa preferensi estetika generasi Z terhadap komponen visual buku *self-help*, cenderung pada visual yang menonjolkan keterbacaan dan kejujuran bentuk. Pada konteks buku *self-help*, komponen yang digunakan harus bersifat kontekstual. Preferensi menunjukkan pola hubungan antara *visual simplicity* dan *perceived credibility* pembaca. Visual yang dirancang dengan baik, membantu pembaca membangun kepercayaan terhadap informasi yang disajikan melalui *aesthetic appraisal*.

Pola keterlibatan visual dan text yang seimbang turut menjadi kunci terbentuknya hubungan emosional yang kuat antara pembaca dengan buku. Sesuai dengan hasil survei, indikator yang menunjukkan keberhasilan buku *self-help* pada konteks desain komunikasi visual adalah ketika terdapat keterlibatan emosional pembaca dan pembaca berhasil menginterpretasikan/mengimajinasikan skenario dalam buku. Mekanisme ini sejalan dengan teori *dual coding* yang menyatakan bahwa sebuah visual mampu memberikan penggambaran sebuah peristiwa secara efektif, atas apa yang tertulis secara verbal. Sehingga kombinasi ini akan membantu meningkatkan pemahaman dan retensi pembaca (Wu and Lai, 2025).

## CONCLUSION

Penelitian bertujuan mengeksplorasi preferensi generasi berusia 20-an yang sedang berada di tahap *emerging adulthood*, terhadap komponen visual *buku self-help* yang mempengaruhi motivasi mereka untuk terlibat secara emosional dengan buku. Berdasarkan hasil analisis, temuan mengindikasikan bahwa visual buku *self-help* yang seimbang antara teks dan juga ilustrasi yang kontekstual, mampu memotivasi pembaca untuk memahami isi buku dengan efektif. Kombinasi antara komponen visual yang esensial dengan narasi, mampu menciptakan pengalaman imersif yang menumbuhkan *aesthetic trust* atau *perceived credibility* pembaca. Penemuan memperkuat gagasan mengenai pentingnya penerapan desain yang selaras antara fungsi dan estetika dalam konteks komunikasi visual, sebagai mediator kognitif yang berperan mengarahkan persepsi pembaca.

Meskipun penelitian berhasil mengidentifikasi pola preferensi visual buku *self-help* di kalangan generasi 20-an, buku *self-help* yang dijadikan perbandingan cenderung terbatas karena memiliki visual yang serupa. Responden yang menggunakan buku *self-help* juga hanya dalam lokal, sehingga hasil yang diperoleh belum sepenuhnya merepresentasikan preferensi generasi Z lebih luas dengan dinamika visual yang beragam. Temuan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap kajian desain komunikasi visual. Terutama, menjadi acuan dalam proses perancangan buku *self-help* agar lebih adaptif terhadap pola konsumsi visual generasi muda yang dinamis dan *relatable*. Kajian lanjutan dapat diarahkan pada eksplorasi perilaku kognitif pembaca terhadap variasi gaya desain untuk memperkaya strategi desain pada konteks serupa.

## REFERENCES

- Azahra, A.D., Jasjfi, E.F. and Budiwaspada, A.E. (2025) 'Perancangan Journaling Book Bertema Self-Love untuk Gen Z (Studi Kasus: Perempuan Kelahiran 1997-2012)', *Jurnal Seni dan Reka Rancang : Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 8(1), pp. 89–112.
- Cahyani, S.U., Mardiyah, A.A. and Jayanti, R. (2025) 'Analisis Psikososial Erik Erikson pada Tokoh Utama dalam Film Miracle In Cell No. 7 Karya

- Hanung Bramantyo', *Jurnal Transformasi Pendidikan dan Pembelajaran*, 9(3), pp. 251–265.
- Christine, E.N. (2025) 'Exploring Macan Studio: Upcycling as a Sustainable Solution to Textile Waste'. <https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/download/5246/3253>
- Gigliotti, R. A. (2024). Post-Crisis Leadership: Resilience, Renewal, and Reinvention in the '.
- Gigliotti, R.A. (2024) 'Post-Crisis Leadership: Resilience, Renewal, and Reinvention in the Aftermath of Disruption', in *Post-Crisis Leadership*. Rutgers University Press.
- Gosal, C. (2024) 'Analisis Dampak Estetika Katalog dan Tampilan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z', *Jurnal VICIDI*, 14(2), pp. 181–193. Available at: <https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i2.5224>.
- Kusuma, A.W. (2025) 'Psychosocial conflicts and defense mechanisms in leadership: psychoanalytic view in Elizabeth: The Golden Age movie. Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, 8(1), 11-28. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v8i1.1116>'.
- Lenzi, L. *et al.* (2025) 'Bibliotherapy for Adverse Childhood Experience: A Systematic Review', *Advances in Integrative Medicine*, 12(4), p. 100492. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.aimed.2025.100492>.
- Leung, X.Y., Zhong, Y.S. and Sun, J. (2025) 'The Impact of Social Media Influencer's Age Cue on Older Adults' Travel Intention: The Moderating Roles of Travel Cues and Travel Constraints', *Tourism Management*, 106, p. 104979. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104979>.
- Nguyen, N.D. *et al.* (2025) 'Can Online Behaviors be Linked To Mental Health? Active Versus Passive Social Network Usage on Depression Via Envy and Self-Esteem', *Computers in Human Behavior*, 162, p. 108455. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108455>.
- Nugraha, F. and Oriza, I.I.D. (2024) 'Enhancing Well-Being and Resilience in Emerging Adults Through Acceptance Commitment Therapy: A Preventive Group Intervention Study', *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran, dan Pembelajaran*, 10(4), pp. 1381–1391. Available at: <https://doi.org/10.33394/jk.v10i4.13104>.
- Paramita, A.F.A. and Tjandrawibawa, P. (2021) 'Custom Journaling Book untuk Meningkatkan Kesehatan Mental pada Generasi Z', *Jurnal Vicidi*, 11(2), pp. 24–31. Available at: <https://doi.org/10.37715/vicidi.v11i2.2391>.

- Putra, F.E. and Afrilian, P. (2025) 'Visual Culture in Social Media: A Study on the Influence of Instagram on Aesthetics and Youth Culture Trends', *Asian Journal of Media and Culture*, 1(1), pp. 40–56. Available at: <https://doi.org/10.63919/ajmc.v1i1.18>.
- Ramadhani, A.F., Rosita, R. and Marhanah, S. (2025) 'Analisis Klaster Emerging Adulthood mengenai Pengaruh Perjalanan Wisata terhadap Kualitas Hidup', *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), pp. 185–197. Available at: <https://doi.org/10.37329/ganaya.v8i2.4176>.
- Shafrina, N.Z., Nainggolan, E.E. and Haque, S.A.U. (2025) 'Religiusitas dan Quarter-life Crisis pada Dewasa Muda:: Peran Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Variabel Moderator', *Indonesian Research Journal on Education*, 5(2), pp. 305–313. Available at: <https://doi.org/10.31004/irje.v5i2.2104>.
- Suryahadikusumah, A.R. *et al.* (2024) 'Effectiveness of Self-Help Books for Improving Santris' Mental Health Literacy', *Pamomong: Journal of Islamic Educational Counseling*, 5(1), pp. 59–73. Available at: <https://doi.org/10.18326/pamomong.v5i1.925>.
- Wardaya, M. (2021) 'Penggunaan Nirmana-Komposisi Tak Berbentuk Sebagai Dasar Pembuatan Pola Surface Design. Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual', 14(2), 114 - 123. <https://doi.org/https://doi.org/10.31937/ultimart.v14i2.2025>'.
- Wu, T.-J. *et al.* (2025) 'Effects of Bibliotherapy on Emotional Distress, Coping Strategies, and Resilience in Adolescents with Cancer: A Pilot Randomized Controlled Trial', *European Journal of Oncology Nursing*, 76, p. 102900. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ejon.2025.102900>.
- Wu, X. and Lai, I.K.W. (2025) 'How do Cartoon Destination Pictures Inspire Cartoon-Induced Tourism? Based on the Associative Network Model and Dual-Coding Theory', *Journal of Destination Marketing & Management*, 36, p. 100989. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.100989>.