

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penampilan merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan, terkhususnya kepada para wanita. Penampilan sendiri dapat didefinisikan sebagai bentuk citra diri yang terpancar dari diri seseorang, dan juga merupakan suatu sarana komunikasi antar seorang individu dengan individu lainnya (Winiva, 2021). Penampilan sering sekali dikaitkan dengan istilah *fashion*. *Fashion* berasal dari bahasa Latin *factio*, yang kemudian diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi “*fashion*”, yang merujuk pada gaya berpakaian seseorang dalam keseharian atau situasi tertentu. Selain menunjang penampilan, dilansir dari situs resmi milik Universitas Ciputra, *fashion* juga berperan dalam menumbuhkan rasa percaya diri dan meningkatkan daya tarik. Pesatnya perkembangan tren melahirkan beragam gaya serta memberi ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri melalui pakaian. Memilih pakaian ditentukan dengan situasi dan kondisi tertentu dalam berpenampilan. Hal itu dikarenakan pakaian merupakan penanda paling jelas atau sebagai pembeda secara perorangan atau kelompok tertentu (Salma & Falah, 2023)

Tuntutan untuk berpenampilan baik dalam berbagai acara menjadi suatu hal penting dalam era yang semakin kompleks dan beragam. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Utami (2022), bahwa gaya berbusana sangat penting untuk diperhatikan dan dipertimbangkan dikarenakan hal tersebut menjadi sesuatu penilaian utama antar sesama. Dilansir juga dari situs Larusso.co.id, adapun beberapa contoh dalam berpakaian baik yang dilakukan yaitu menggunakan formal saat hendak menghadiri rapat bisnis, semi-formal untuk pesta kantor, ataupun kasual saat berkumpul santai bersama teman. Selain itu, karakteristik personal seperti bentuk tubuh juga menjadi aspek yang diperhatikan ketika hendak memilih pakaian. Bentuk tubuh berbeda yang dimiliki oleh setiap individu menjadi faktor kesulitan dalam menggabungkan dan mencocokkan pakaian yang dimiliki. Hal tersebut dikarenakan bentuk tubuh wajib diperhatikan dalam memilih pakaian karena kesalahan pakaian yang dipakai mengakibatkan penampilan menjadi tidak menarik (Utami, 2022).

Perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia saat ini memudahkan manusia dalam mencari dan mendapatkan berbagai informasi, salah satunya adalah inspirasi dalam berpakaian. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Ilyasari dkk. (2022), bahwa perkembangan teknologi menumbuhkan sifat kreativitas dan kritis dalam memilih pakaian serta mengamati lingkungan sekitar. Memilih pakaian yang sesuai dengan kebutuhan bisa menjadi hal yang sulit bagi wanita sehingga banyak orang mencari inspirasi pakaian melalui media yang ada, dengan internet menjadi salah satu solusi utama untuk mendapatkan informasi. Sehubungan dengan hal tersebut, hadirnya internet dan media digital seperti aplikasi *mobile* menjadi salah satu solusi utama untuk mendapatkan informasi, salah satu contohnya adalah aplikasi *Pinterest*. *Pinterest* merupakan aplikasi yang berguna sebagai alat penemuan visual yang umumnya digunakan untuk mencari ide sesuai minat dan topik yang diinginkan (Tasya, 2023: 7). Disisi lain, *Pinterest* menjadi salah satu platform populer untuk mencari inspirasi *fashion*. Menurut riset Tailwind.com, hampir 30% pencarian topik teratas di *Pinterest* pada tahun 2024 adalah *fashion*. Riset ini dapat dijadikan kesimpulan bahwa ide pakaian yang sesuai tren dan kebutuhan selalu dicari dan diminati.

Kemudahan tersebut sayangnya sering sekali tidak didapatkan oleh kalangan wanita dengan tubuh besar (*plus-size*). Kesulitan yang dialami oleh wanita *plus-size* dalam memilih pakaiannya bukanlah suatu hal yang baru (Pow, et al., 2021:102). Wanita *plus-size* merujuk pada mereka yang memiliki ukuran tubuh di atas standar pakaian biasa, atau dengan kata lain, memiliki berat badan yang lebih dari rata-rata. Dalam hal ini, ukuran *plus-size* dimulai dari ukuran 14 menurut standar UK, yang setara dengan ukuran XXL. Tantangan utama yang dihadapi oleh wanita *plus-size* adalah kesulitan dalam menentukan dan menemukan referensi berpakaian yang sesuai dengan bentuk tubuh mereka. Hal ini diperparah oleh inspirasi *outfit* yang tersedia di berbagai media dan platform *fashion* lebih berfokus kepada wanita bertubuh standar, sehingga wanita *plus-size* sering kali merasa terabaikan dan kesulitan menemukan gaya yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Peters, 2020).

Adanya aplikasi yang sudah umum digunakan dan diketahui seperti *Pinterest*, *TikTok*, dan *Instagram* menjadi solusi yang biasa digunakan untuk mencari inspirasi *outfit*. Namun, aplikasi tersebut tidak dirancang khusus untuk memenuhi

kebutuhan wanita *plus-size*, sehingga referensi yang diberikan sering kali tidak relevan atau kurang inklusif (Smith & Johnson, 2021). Kehadiran website atau aplikasi e-commerce dari brand seperti Bloomchic dan Instafab Plus mampu mengatasi solusi yang ada. Namun karena fokusnya yang hanya menjual pakaian pengguna wanita *plus-size* tidak terlalu mendapatkan pemahaman dengan kebutuhan berpakaian pribadinya. Dapat ditarik kesimpulan dari hal tersebut, belum ditemukannya solusi berupa aplikasi yang fokus memberikan informasi seputar inspirasi berpakaian khusus untuk kalangan wanita *plus-size* mampu menjadi celah besar dalam industri *fashion*. Menurut penelitian oleh Anderson et al. (2020), 70% wanita *plus-size* merasa bahwa *platform fashion* saat ini tidak memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam hal rekomendasi *outfit* yang sesuai dengan bentuk tubuh dan preferensi pribadi.

Sehubungan dengan hal ini, *Design Thinking* dijadikan sebagai solusi untuk mengatasi masalah di atas. Menurut Razi (2018), metode ini dikenal sebagai suatu proses berpikir komprehensif yang berkonsentrasi untuk menciptakan solusi yang diawali dengan proses empati terhadap suatu kebutuhan tertentu yang berpusat pada manusia (*human centered*) , menuju suatu inovasi berkelanjutan berdasarkan kebutuhan penggunanya. Sehubungan dengan penelitian ini, penerapan *Design Thinking* dilakukan dengan pendekatan yang memberikan informasi terkait inspirasi *fashion* yang dapat disesuaikan untuk wanita *plus-size*, sehingga diperlukan sebuah aplikasi yang mampu memberikan rekomendasi *outfit* sesuai dengan bentuk tubuh, preferensi, dan kebutuhan acara bagi mereka, agar dapat merasa lebih percaya diri dan terinspirasi dalam berpenampilan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana kesulitan yang dimiliki *user* (wanita *plus-size*) dalam menentukan dan memilih pakaian yang akan dikenakan dapat diatasi dalam bentuk perancangan aplikasi *mobile* dengan fokus yang menyajikan inspirasi pakaian untuk kalangan wanita dengan tubuh *plus-size*. Dengan demikian, perancangan *prototype* aplikasi yang mampu menyajikan informasi berupa inspirasi pakaian untuk kalangan wanita *plus-size* menjadi solusi yang inovatif dan solutif.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang ada, dapat diidentifikasi berbagai masalah seperti berikut:

1. Tantangan dan kesulitan yang dialami oleh wanita *plus-size* dalam menentukan dan menemukan referensi berpakaian.
2. Dominasi konten *fashion* yang berfokus pada tubuh standar membuat wanita *plus-size* kesulitan menemukan inspirasi outfit yang relevan.
3. Belum ditemukan adanya solusi berupa aplikasi *mobile* yang fokus dalam memberikan informasi seputar inspirasi berpakaian, terkhususnya untuk kalangan wanita *plus-size*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan permasalahan tertulis, dapat disimpulkan bahwa rumusan permasalahan ini mengacu kepada “Bagaimana merancang *prototype* aplikasi *mobile* yang mampu membantu wanita *plus-size* dalam berpakaian dengan cara memberikan informasi berupa inspirasi *berpakaian* untuk wanita *plus-size*?”.

1.3 Ruang Lingkup

Fokus penelitian ini akan mengarah kepada perancangan *mobile apps* sebagai media informasi bagi wanita *plus-size* untuk mendapatkan inspirasi berpakaian. Dengan merancang *mobile apps* sebagai media pemenuhan kebutuhan yang dibutuhkan pada wanita *plus-size* yang mengalami kendala dan kesulitan dalam mencari dan mendapatkan informasi dan inspirasi berpakaian. Hal ini dilengkapi dengan fitur yang lebih terpersonalisasi sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan tiap individu. Agar pembahasan tidak terlalu luas, data berupa *fashion* dan penampilan pada wanita *plus-size* yang mampu mendukung perancangan akan dikumpulkan terhitung dari Oktober 2024 hingga Juni 2025. Target perancangan ini difokuskan kepada para pelajar baik ditingkat sekolah ataupun universitas dan pekerja kantoran. Penelitian dan pengumpulan data akan berlangsung di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Menghasilkan rancangan desain *mobile apps* sebagai media yang mampu memberikan kumpulan inspirasi pakaian bagi wanita *plus size* sesuai dengan kebutuhan berpakaian baik secara kepentingan acara maupun karakteristik pribadi sehingga mampu berpenampilan lebih baik.

1.5 Pengumpulan Data & Analisis

Pengumpulan dan Analisis Data dilakukan sesuai dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh mengenai masalah yang diteliti sehingga mampu memahami dan menjelaskan fenomena dalam konteks sosial. Penelitian ini lebih memperhatikan makna, interpretasi, dan hubungan antara berbagai variabel yang kompleks sehingga penelitian ini lebih fokus mendapatkan pemahaman mendalam untuk mengatasi masalah yang dialami oleh individu ataupun kelompok (Tojiri dkk, 141 : 2023)

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

A. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menggali gagasan, konsep, pengalaman pribadi, sudut pandang dan cara pandang dari suatu sumber guna memperoleh informasi dari sumber tersebut mengenai peristiwa-peristiwa yang tidak dapat diamati secara langsung oleh peneliti, atau mengenai peristiwa-peristiwa yang pernah terjadi (Soewardikoen, 2019). Wawancara ini akan menjadi sesi tanya jawab terstruktur demi mendapatkan informasi akan kebutuhan penting apa saja yang dibutuhkan oleh para individu yang sulit dalam memilih dan menentukan pakaian untuk berpenampilan.

B. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri khas dibandingkan dengan teknik lainnya yang digunakan untuk mencari titik perbedaan (Sugiyono, 2018). Kegiatan ini berupa observasi pada objek yang dijadikan objek penelitian, yakni individu yang mengalami kesulitan dalam memilih pakaian, sehingga dapat direlevankan dengan wawancara yang dilakukan sebelumnya.

C. Studi Pustaka (Obyek Penelitian)

Melakukan kajian teoritis dan referensi lain terkait mengenai kesulitan berpakaian yang dihadapi oleh wanita *plus-size*. Studi Pustaka juga berkaitan dengan kegiatan pengumpulan data, membaca dan mencatat yang bertujuan untuk menutupi kekurangan seluruh data yang ada sebelumnya.

1.5.2 Metode Analisis Data

A. Analisis Data Koding (Kualitatif)

Koding (coding) adalah proses dalam analisis data kualitatif untuk mengelompokkan data ke dalam kategori atau tema tertentu. Tujuannya adalah untuk menemukan pola, makna, atau konsep yang muncul dari data mentah, seperti wawancara, observasi, atau dokumen (Mahmudah, 2021).

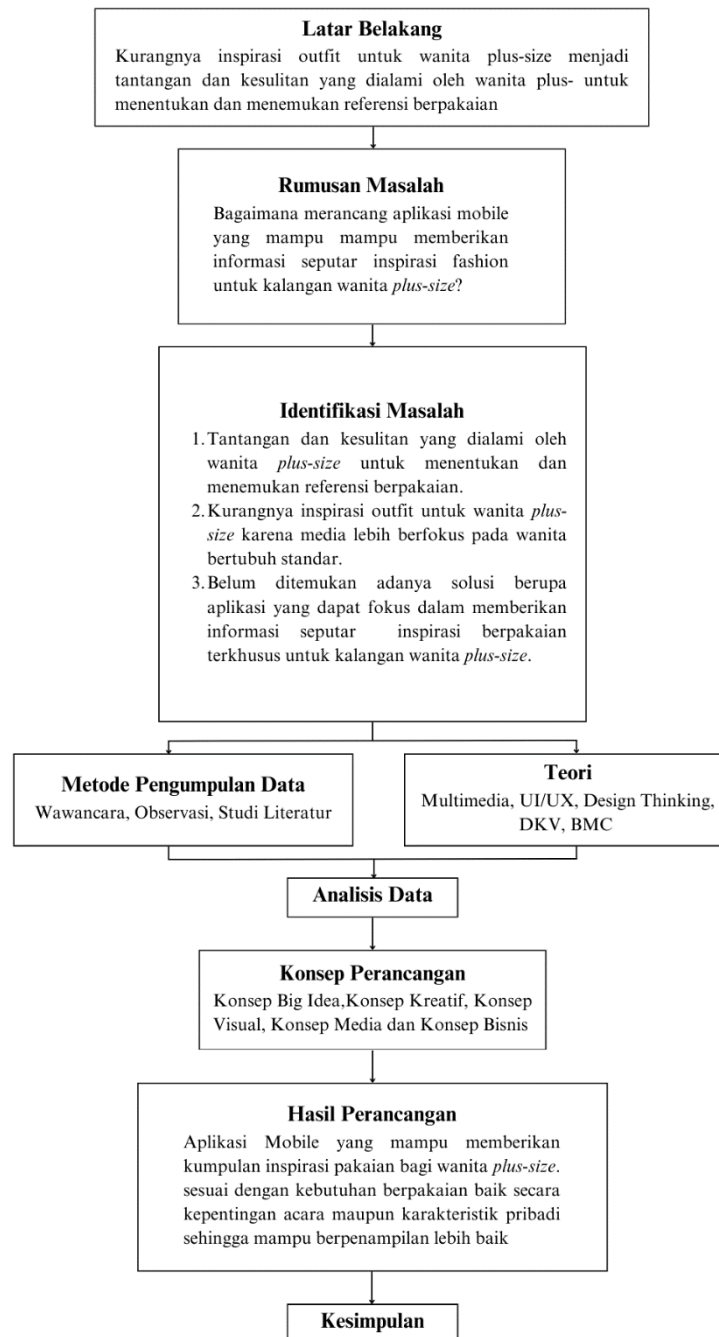
B. Analisis Visual

Menurut Edmund Feldman (Aland & Darby, 1992), analisis visual dibagi menjadi 4 tahapan yaitu deskripsi, analisis, interpretasi dan penilaian. Pada metode ini, analisis visual akan dilakukan terhadap beberapa *mobile apps* maupun *website* serupa, dan menganalisis gaya ilustrasi serta UI/UX yang digunakan.

C. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis matriks adalah jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijejerkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga dapat memunculkan gradasi. Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian yang lebih seimbang, dengan cara menyejajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan (Soewardikoen, 2019).

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.7 Pembabakan

BAB 1 – Pendahuluan

Berisikan informasi tentang latar belakang terkait permasalahan berupa fenomena yang terjadi di masyarakat umum tentang permasalahan dalam berpenampilan. Latar belakang yang tertulis kemudian dirumuskan menjadi beberapa bagian yang terbagi atas identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, pengumpulan data dan analisis serta kerangka perancangan. Pada akhir bab ini ditutup dengan bagian pembabakan yang berisi uraian dari setiap bab.

BAB II – Landasan Teori

Memuat kumpulan teori untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang disebutkan pada Bab 1. Kumpulan teori yang digunakan terdiri dari Multimedia, UI/UX, *Design Thinking*, Desain Komunikasi Visual, *Business Model Canvas*, *Business Model Navigator*.

BAB III – Data dan Analisis Data

Berisi tentang kumpulan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi pustaka yang telah dilakukan sebelumnya. Dilanjutkan dengan analisis visual dan analisis matriks perbandingan dan diakhiri dengan kesimpulan hasil analisis yang telah dibuat.

BAB IV – Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi tentang penjelasan konsep perancangan, hingga hasil perancangan, mulai dari rancangan awal hingga finalisasi.

BAB V – Penutup

Berisi tentang kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dipaparkan dalam laporan ini.