

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan metode *hybrid* yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Menurut Hidayat (2012), Metode kuantitatif adalah satu proses yang menemukan data yang berupa angka sebagai alat untuk membantu menganalisis. Sedangkan metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan (Saryono, 2010).

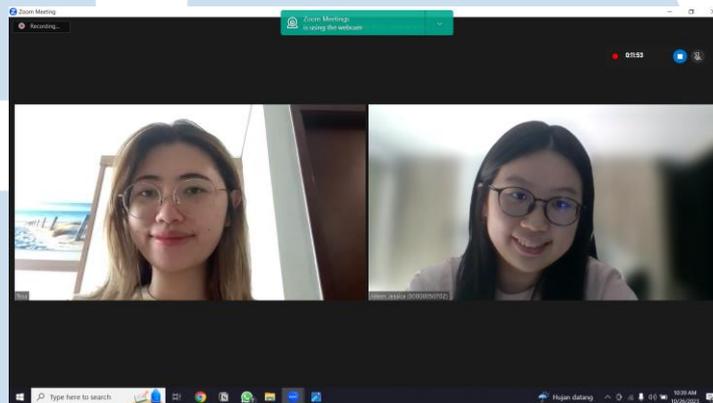
Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh tingkat kesadaran masyarakat terhadap *Korean fashion* di Indonesia. Penulis menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan *insight-insight* mengenai *Korean fashion* dari narasumber yang telah menjadi ahli di bidang *Korean fashion*. *Insight* tersebut berupa pandangan narasumber terhadap *Korean fashion* dan bagaimana *Korean fashion* berdampak di Indonesia. Metode kualitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada target perancangan, sedangkan metode kuantitatif dilakukan dengan mewawancarai narasumber. Penulis juga melakukan studi *existing* pada *website fashion* yang pernah dilakukan.

3.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara pada Tesalonika Louise Jursito, ahli bidang fashion designer dan fashion stylist. Wawancara dilakukan pada tanggal 26 Oktober 2023 secara *online* melalui aplikasi *Zoom Meeting*, dikarenakan jadwal narasumber tidak memungkinkan untuk wawancara secara tatap muka.

3.1.1.1 Wawancara Tesalonika Louise Jursito

Pada tanggal 26 Oktober 2023, penulis mendapatkan kesempatan untuk mewawancarai langsung kepada ahli bidang fashion stylist, Ibu Tesalonika Louise Jursito, selaku designer ahli dalam bidang fashion.



Gambar 3.1 Tesalonika Louise Jursito

Penulis memberikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan ilmu dan pendapat ahli dengan terhadap fashion. Pada awal beliau, mengatakan bahwa fashion merupakan sesuatu yang kita gunakan ditubuh kita disebut fashion. Fashion merupakan suatu style yang digunakan sejak pada zaman dulu sehingga sekarang, dunia, waktu dan era didukung oleh fashion.

Penulis menanyakan apa pendapat beliau dari perkembangan fashion di zaman sekarang. Beliau menjawab bahwa fashion sekarang adalah fashion untuk tren digabungkan dengan fashion comfort. Ia mengatakan bahwa sekarang memiliki banyak micro trens di dalam dunia fashion, sehingga keliatannya seperti semua fashion sedang tren, Namun dengan tren tersebut, tren yang dilakukan sekarang cepat melewati zamannya. Karena pernyataan tersebut, penulis menanyakan apakah hal tersebut menjadi dampak positif atau negative, beliau mengatakan bahwa hal tersebut dapat dilihat dari sisi buruk dan sisi baiknya. Dalam sisi baiknya sekarang Masyarakat-masyarakat dapat

lebih mengekspresikan diri dengan fashion style yang sesuai dengan diri sendiri dan berani untuk memakainya. Namun, dampak buruk dari hal tersebut adalah untuk seseorang yang ingin mendesain sebuah pakaian atau membuka sebuah toko fashion, mereka perlu memprediksikan sebuah style yang diinginkan oleh Masyarakat, tetapi jika semua style tersebut menjadi tren, target untuk style yang ingin dibuat akan menjadi permasalahan.

Penulis juga menanyakan beberapa hal mengenai *Korean fashion*, beliau mengatakan bahwa *Korean fashion* merupakan suatu style yang sering dipakai oleh masyarakat Korea dan terinspirasi dari aktris, aktor, dan idola Korea sehingga disebut sebagai *Korean fashion*, Masyarakat Korea menyukai pemakaian tennis skirt, maxi skirt, mini skirt, midi skirt, vest supaya, keliatan preppy, semi formal, feminim, dan memiliki sifat minimalistik bedanya dengan *Japanese fashion* yang memiliki sifat heboh.

Narasumber juga mengatakan bahwa *color skin tone* berpengaruh dengan pemilihan warna pada pakaian, pakaian yang sesuai dengan skin tone dapat mesempurnakan pemakaian, narasumber juga mengatakan bahwa *body type* sangat berpengaruh dengan pemakaian, seperti body type yang pear tidak sesuai dengan pakaian yang baju lebih ketat.

Penulis memberikan informasi terhadap tujuan perancangan yang akan dibuat dan menanyakan media apa yang sesuai untuk menyampaikan informasi tersebut. Beliau mengatakan bahwa Informasi tersebut dapat disampaikan dengan aplikasi, karena masyarakat sekarang lebih sering membuka aplikasi, dan aplikasi tersebut memberikan rasa pribadi, karena dapat modifikasi profil pribadi, beliau menambahkan juga bahwa dapat menambahkan fitur pembelian pakaian langsung dari contoh-contoh pakaian yang telah disampaikan.

3.1.2 Focus Group Discussion

Pada tanggal 25 Oktober 2023, penulis melakukan *Focus Group Discussion* bersama 5 wanita yang berusia 20-25 tahun. Penulis mengadakan FGD bersama 3 mahasiswa dan 2 *fresh-worker*.



Gambar 3.2 Focus Group Discussion

Penulis menanyakan apa menurut peserta mengenai Korean fashion. Nadia (23 tahun), Indira (23 tahun), mengatakan bahwa awalnya mereka mengetahui mengenai korean fashion karena mereka dapat mix and match item pakaian yang tidak dapat dipikirkan oleh masyarakat Indonesia, sehingga mereka coba melakukan hal tersebut, namun memiliki hasil yang tidak sesuai dengan tubuh. Jovinda (20 tahun), dan Evelyn (20 tahun), mengetahui mengenai korean fashion melewati drama korea, mereka mengatakan bahwa korean fashion yang terinspirasi adalah korean fashion yang bersifat semi-formal sehingga mereka sering meniru cara berpakaian yang semi-formal. Devina (21 tahun), mengatakan bahwa ia mengetahui Korean fashion sebagai cute style, Namun, karena fashion di korea mendukung cuaca dingin, hal tersebut menjadi sebuah batasan untuk memakai pakaian Korea.

Penulis juga menanyakan pertanyaan seputar media, dan apa yang mereka butuhkan dari perancangan tersebut, Nadia mengatakan bahwa, ia membutuhkan tutorial make-up korea yang sesuai dengan wajahnya sehingga dapat match dengan pakaian dia. Jovinda, Indira, Devina, Evelyn

mengatakan bahwa mereka memerlukan tutorial untuk dapat mix and match pakaian mereka sehingga dapat meniru pakaian korea yang sesuai dengan tubuh masing-masing.

3.1.3 Kuesioner

Menurut Venus (2018), Kuesioner adalah suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk angka yang besar di dalam satu populasi. Penulis menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* kepada target berumur 20-25 tahun, target tersebut berada di Jabodetabek dan memiliki ketertarikan kepada *Korean fashion*.

Teknik sampling yang digunakan berbentuk *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik pengumpulan data yang dimulai dari jumlah kecil, kemudian meminta teman-temannya menjadikan sampel data, Ibaratnya seperti bola salju yang telah digelinding dengan waktu lama akan berubah bentuk menjadi besar (Sugiyono, 2010). Peneliti membagikan kuesioner kepada kenalan disekitarnya, kemudian akan diminta untuk mesebarkan kepada kenalan mereka.

Jumlah teknik pengumpulan akan digunakan dengan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* adalah sebuah rumus yang diformulakan untuk menghitung jumlah sampel ketika sebuah populasi dari suatu daerah tidak dapat diketahui secara pasti (Hidayat, 2017). Dari data Badan Pusat Statistik 2021, Jabodetabek memiliki jumlah populasi sekitar 2.968.718 jiwa untuk usia 20-25 tahun. Dengan menggunakan rumus *Slovin*, ditentukan jumlah sampel untuk populasi tersebut membutuhkan 100 jiwa dengan derajat ketelitian 10%.

$$N = 2.968.718$$

$$e = 10\%$$

$$n = N/(1+N.e^2)$$

$$n = 2.968.718/(1+2.968.718 \times [0.1]^2)$$

$$n = 2.968.718/(1+2.968.718 \times 0,01)$$

$$n = 2.968.718/(1+29.687,18)$$

$$n = 2.968.718/29.688,18$$

$$n = 99,99 = 100 \text{ sample}$$

Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan rumus Slovin, penulis harus mengumpulkan minimal sebanyak 100 responden untuk dapat menyesuaikan dengan sampel data. Jumlah responden yang telah di kumpul sebesar 117 jiwa.

Penulis melaksanakan penyebaran kuesioner pada tanggal 18 September 2023, penulis mulai pengambilan sample sebanyak 117 responden, Namun terdapat 14 responden yang tidak sesuai dengan sampel. Terdapat 3 segmentasi yang digunakan oleh penulis untuk mengidentifikasi demografis, psikografis, serta media perancangan.

Penulis menanyakan mengenai pengenalan budaya Korea kepada responden. Berikut merupakan pertanyaan yang ditanya:

Tabel 3.1.3 Kuesioner

Pertanyaan	Jawaban	Jumlah Responden
Apakah anda mengenal budaya Korea?	Ya	95 (92.2%)
	Tidak	8 (7.8%)
Apakah anda tertarik dengan budaya Korea?	Ya	93 (90.3%)
	Tidak	10 (9.7%)
Darimana anda mengenal budaya Korea?	K-Pop	80 (77.7%)
	K-Drama	78 (75.7%)
	Variety Show	41 (39.8%)
	Kuliner	36 (35%)
	Fashion	55 (53.4%)
	Bahasa	19 (18.4%)
	Kuliner	4 (3.9%)
Sudah berapa lama	≥ 4 Tahun	72 (69.9%)

anda mengenal budaya Korea	≥ 2 Tahun	25 (24.3%)
	≤ 1 Tahun	6 (5.8%)
Apakah anda tertarik dengan Korean Fashion?	Ya	103 (100%)

Kesimpulan dari jawaban responden adalah banyak masyarakat mengetahui budaya korea melalui K-pop, K-drama, dan fashion. Masyarakat banyak yang mengetahui mengenai budaya *Korea* sudah sejak lama. dan semua responden tertarik dengan *Korean Fashion*.

Tabel 3.1.3 Kuesioner

Pertanyaan	Jawaban	Jumlah Responden	Nilai Rata-Rata
Kenapa anda bisa tertarik kepada <i>Korean fashion</i> ?	Idol	64 (62.1%)	-
	Drama	58 (56.3%)	
	Style	88 (85.4%)	
	Warna	42 (40.8%)	
Darimana anda mencari informasi mengenai tren <i>Korean fashion</i> ?	Iklan digital	45 (43.7%)	-
	Social Media	97 (94.2 %)	
	Influencer	59 (57.3%)	
	Buku	3 (2.9%)	
	Website	12 (11.7%)	
Apakah anda mengimplementasikan <i>Korean fashion</i> di kehidupan sehari-hari?	Ya	69 (67%)	-
	Tidak	34 (33%)	
Kapan anda memakai	Pesta	33 (32%)	-

<i>Korean fashion?</i>	Meeting	16 (15.5%)	
	Kerja	33 (32%)	
	Hangout	88 (85.4%)	
	Shopping	31 (30.1%)	
	Tidak Pernah	9 (9%)	
Seberapa mudah anda menemukan informasi mengenai <i>Korean fashion?</i>	1	0%	79.8%
	2	0%	
	3	3 (2.9%)	
	4	4 (3.9%)	
	5	10 (9.7%)	
	6	6 (5.8%)	
	7	14 (13.6%)	
	8	19 (18.4%)	
	9	9 (8.7%)	
	10	38 (36.9%)	
Berapa pengeluaran anda dalam sebulan ketika membeli <i>Korean fashion?</i>	Rp 7.500.000,00 – Rp 10.000.000,00	2 (1.9%)	-
	Rp 5.000.000,00 – Rp 7.500.000,00	4 (3.9%)	
	Rp 3.000.000,00 – Rp 5.000.000,00	11 (10.7%)	
	Rp 1.500.000,00 – Rp 3.000.000,00	86 (83.5%)	
Darimana anda memperoleh <i>Korean fashion?</i>	Toko Online	92 (89.3%)	-
	Toko Retail	61 (59.2%)	
	Jasa Titip	24 (23.3%)	

	Thrift Store	23 (22.3%)	
--	--------------	------------	--

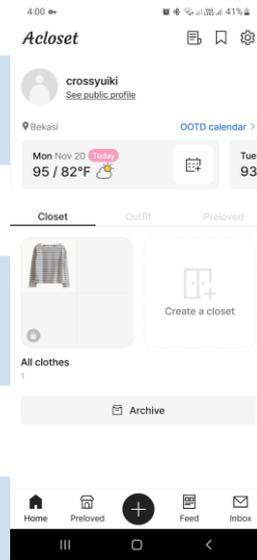
Kesimpulan dari data yang telah diperoleh diatas, banyak responden tertarik dengan *Korean fashion* karena *style* yang dimiliki oleh Korea. Responden mengetahui mengenai *Korean fashion* melewati sosial media, *influencer*, dan iklan digital. Penulis menanya apakah responden mengimplementasikan *korean* dalam kehidupan seharian, lebih dari setengah responden mengatakan iya dan acara yang sering responden mengimplementasikan *korean fashion* adalah ketika mereka sedang *hangout*. Sebanyak 36.9% responden mengatakan bahwa informasi mengenai *Korean fashion* mudah ditemukan. Penulis juga menanyakan responden mengenai pengeluaran yang dihabiskan ketika membeli *Korean fashion*, banyak mengatakan bahwa mereka menghabiskan Rp 1.500.000,00 – Rp 3.000.000,00 dan banyak yang memperoleh *Korean fashion* dari toko online.

3.1.4 Studi Referensi

3.1.4.1 Acloset

Acloset merupakan media informasi berbasis aplikasi yang bertujuan untuk membantu Masyarakat menentukan pakaian mereka dengan bantuan *artificial intelligent (AI)*. Penulis ingin mengangkat referensi terhadap fitur yang membagikan ide kepada pengguna dengan mengajak pengguna lain untuk mengunggah pakaian mereka ke aplikasi tersebut sehingga pengguna lain dapat terinspirasi dari pakaian tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.3 Acloset

Sumber:

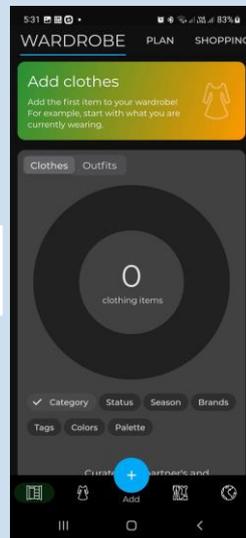
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.looko.acloset&pli=1>

Aplikasi ini menggunakan warna putih, greige, dan hitam untuk warna primer. Warna putih pada aplikasi ini menampilkan kebersihan dan minimalis sehingga tidak menggagu dari objek utamanya. Warna greige digunakan untuk menonjolkan beberapa bentuk yang dapat di interaksi dengan sifat minimalis dan bersih. Warna hitam digunakan untuk membuat icon menjadi versi aktif, sehingga pengguna dapat mengetahui halaman yang sedang berada di bagian mana. Tipografi yang digunakan adalah sans serif. Tipografi sans serif yang digunakan pada aplikasi tersebut terlihat jelas dan mudah dibaca dalam ukuran kecil maupun besar.

3.1.4.2 Get Wardrobe

Get Wardrobe merupakan aplikasi yang dapat mencatat jumlah baju yang ada dan mennciptakan pakaian yang sesuai dengan pengguna. Pengguna dapat mengunggah pakaian mereka kedalam aplikasi, aplikasi tersebut dapat menghitung dan meng-*color coordinate* pakaian. Penulis ingin mengangkat fitur yang dapat mengkategorikan setiap baju yang diunggah ke warna, musim, dan

jenis dengan memberikan pengguna pemilihan kategori yang menurut pengguna sesuai.



Gambar 3.4 Get Wardrobe

Sumber:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ThreeBoots&hl=en&gl=US>

Pada aplikasi tersebut warna yang digunakan berwarna hitam, dan abu-abu. Warna tersebut menekankan semua elemen dan fitur yang ada pada aplikasi, namun warna tersebut tidak dapat menonjolkan warna pakaian seperti warna putih. Icon yang digunakan pada aplikasi tersebut hanya berupa outline sehingga terlihat simple dan minimalis.

3.1.4.3 Whering

Whering merupakan aplikasi yang dibuat untuk mencegah sistem *buy-use-dispose* dan syndrome “tidak ada pakaian yang dapat dipakai”.

Aplikasi ini memberikan pengguna rasa sadar diri terhadap pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengguna terhadap pakaian.

Penulis mengangkat fitur yang dapat menyesuaikan baju langsung melalui aplikasi dan memberikan ide kepada pengguna melalui ide dari penemu aplikasi tersebut.



Gambar 3.5 Whering

Sumber:

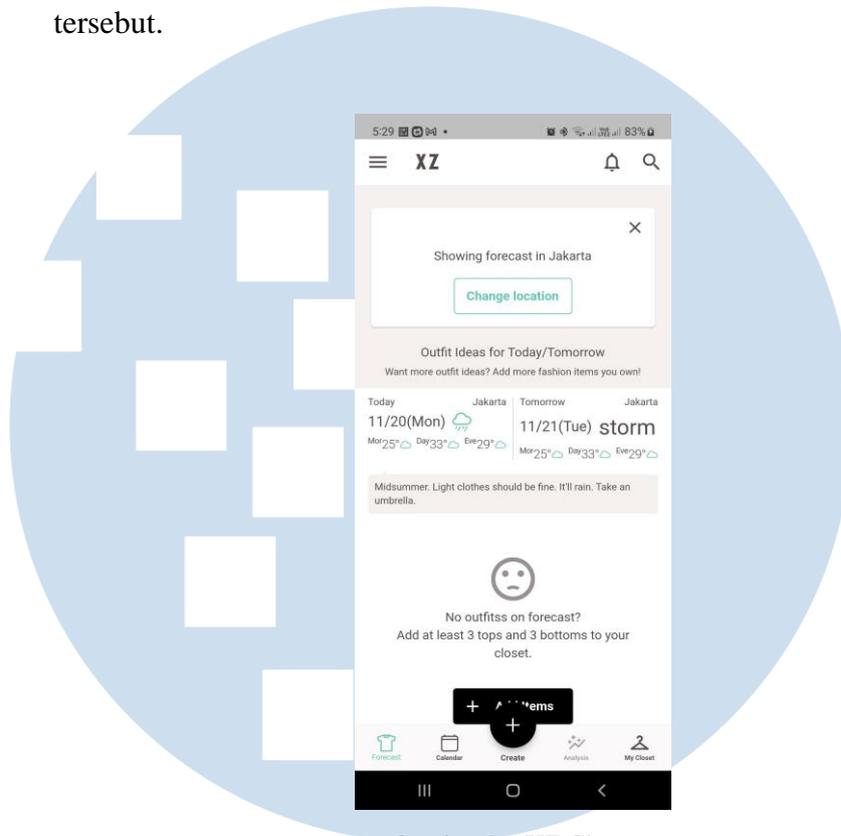
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whering.app&hl=en&gl=US>

Aplikasi tersebut menggunakan warna putih untuk menonjolkan pakaian yang telah di unggah kedalam aplikasi sehingga hierarki dari visual langsung bertuju ke foto pakaian. Aplikasi tersebut menggunakan bold *sans serif* untuk memperlihatkan tipografi lebih jelas. *Icon* yang digunakan adalah icon aktif, supaya pengguna dapat mengetahui halaman tersebut yang sedang pengguna berada.

3.1.4.4 XZ Closet

XZ Closet merupakan aplikasi yang dirancang untuk membantu pengguna *me-mix and match* pakaian mereka dengan menganalisa pakaian pengguna yang sering digunakan. Penulis mengangkat fitur *forecast* dari aplikasi tersebut. Fitur ini, dapat memprediksi cuaca hari

ini dan memberikan beberapa baju yang dapat dipakai dicuaca tersebut.



Gambar 3.6 XZ Closet

Sumber:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=fashion.style.coordinate.app.xz&hl=en&gl=US>

Aplikasi tersebut menggunakan warna putih dan beige untuk menonjolkan elemen visual yang tertera pada aplikasi. Warna tersebut mengartikan *comfort*, dan minimalis. Warna hijau disini mengartikan relaksasi, sehingga pengguna ketika menggunakan aplikasi dapat digunakan dengan nyaman. Tipografi yang digunakan adalah campuran *family font sans serif*.

3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang digunakan merupakan *Design Thinking*. Metodologi ini merupakan teknik pemecahan masalah yang menempatkan orang-orang nyata sebagai pusat proses pengembangan dengan tujuan untuk dapat

memungkinkan menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan *target audience*.

1. *Clarify*

Pada fase ini, penulis melakukan wawancara, kuesioner, *focus group discussion* dan studi referensi untuk mendapatkan informasi. Fase pertama dilakukan untuk pengumpulan data dan mengamati *target audience* untuk memperjelas masalah dan solusi yang diberikan. Dalam fase ini, diperlukan empati dan kemampuan untuk memahami pengalaman dan emosi seseorang. Dari fase tersebut, dapat mempertimbangkan perspektif *target audience* dengan menanyakan produk apa yang digunakan, mengapa, dan bagaimana, serta tantangan yang dialami.

2. *Ideate*

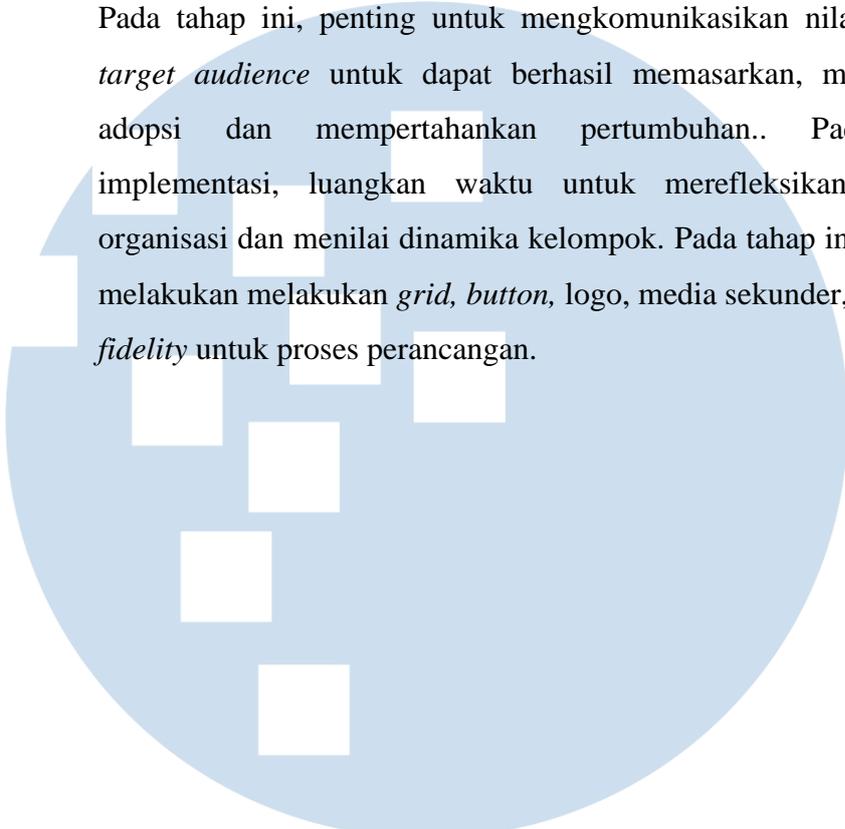
Data dan ide yang telah dikumpul pada fase pertama akan dibawa ke fase ini. Pada fase ini, *brainstorming* dapat digunakan untuk mengatasi pola pikir yang sadar atau tidak sadar, berasumsi bahwa hanya ada satu cara untuk dapat mengatasi situasi tersebut. Pada fase *ideate*, penulis menentukan *mindmap*, *big idea*, *tone of voice*, dan *moodboard*. Tujuan dari fase ini adalah untuk mengeluarkan banyak ide yang dapat dijadikan hal yang kreatif dan tidak lekat pada satu solusi sebelum di praktekkan.

3. *Develop*

Pada fase pengembangan hal yang dilakukan adalah menggabungkan dan mengkritik ide-ide yang telah curahkan untuk menciptakan serangkaian solusi. Hal ini dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan lebih baik dan menentukan apa yang ingin dilakukan dalam proses perancangan untuk mengurangi biaya, waktu, dan dapat meningkatkan kualitas produk akhir. Penulis melakukan proses, *user persona*, *sitemap*, *flowchart*, *user journey*, pemilihan warna dan tipografi, fotografi, *wireframing*, *low fidelity*, dan *iconography* pada tahap *develop*.

4. *Implement*

Pada tahap ini, penting untuk mengkomunikasikan nilai kepada *target audience* untuk dapat berhasil memasarkan, mendorong adopsi dan mempertahankan pertumbuhan.. Pada fase implementasi, luangkan waktu untuk merefleksikan budaya organisasi dan menilai dinamika kelompok. Pada tahap ini, penulis melakukan melakukan *grid*, *button*, logo, media sekunder, dan *high fidelity* untuk proses perancangan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA