

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan untuk aplikasi mengenai pemilihan pakaian yang sesuai berdasarkan bentuk tubuh adalah seperti berikut:

A. Demografis

1. Usia : 18 – 25 tahun

Dewasa muda merupakan masa seorang individu mulai memiliki status atau kedudukan dalam masyarakat dan mengikuti sistem sosial yang ada (Rengga & Soetjningsih, 2022, h.1). Mereka juga mulai mencoba untuk menciptakan suatu identitas tertentu sebagai ekspresi diri mereka (Higley, 2019, h.3). Karena mereka mulai beradaptasi dan berusaha membaaur dengan umum, dewasa muda memberikan perhatian lebih terhadap penampilan mereka. Dewasa muda merupakan generasi yang suka dan mengikuti perkembangan *fashion* dengan rinci. 58% dari dewasa muda menganggap *fashion* sebagai aspek yang sangat penting dalam hidupnya dan 40,4% setuju kalau *fashion* sudah termasuk kebutuhan yang wajib dipenuhi dari gaya hidupnya (Fadhilah, 2025). Mereka juga menunjukkan ketertarikan yang lebih tinggi untuk mengerti cara pemilihan pakaian berdasarkan bentuk tubuh. Mereka memiliki sikap yang lebih terbuka untuk menerima tipe bentuk tubuh yang beragam dan berusaha untuk menjauh dari standar kecantikan tradisional yang menekankan tipe tubuh yang lebih kurus dibandingkan generasi sebelumnya. (Pfeufer, 2025).

Meskipun itu, dewasa muda dari usia 18 – 25 tahun memiliki kesulitan dalam menunjukkan bentuk tubuh mereka dengan percaya diri. 52% gen Z dengan rentang usia ini cenderung tertekan untuk menunjukkan penampilan tertentu karena adanya pengaruh dari media sosial (Llyod, 2024). Gen Z dalam Asia Tenggara memiliki kecenderungan untuk membeli dan menggunakan pakaian yang baru untuk mengikuti tren dan menjaga

penampilan mereka tetap relevan dalam media sosial (McKinsey & Company dalam Fauziah, 2025). Karena hal tersebut, dewasa muda seringkali merasa cemas dan tidak percaya sendiri dengan pemilihan pakaian mereka yang bisa menunjukkan penampilan terlihat estetik dan tidak tertinggal tren (Rahmadania dkk., 2025, h.157). Perancangan aplikasi bertujuan untuk membantu dewasa muda dalam mendapat rekomendasi pakaian dan mencocokkan pakaian yang sesuai dengan bentuk tubuh mereka sehingga bisa meringankan perasaan tertekan untuk mengikuti media sosial dan meningkatkan kepercayaan diri dan *body image* untuk menunjukkan penampilan khasnya sendiri.

2. Jenis Kelamin : Perempuan

Subjek perancangan difokuskan kepada perempuan karena kecenderungan mereka untuk sering berbelanja dan mencari tahu tentang pakaian dan *fashion* (Humairoh dkk., 2023, h. 116). Selain itu, perempuan juga lebih aktif dalam mencari referensi *fashion* melalui komunitas *fashion* dan media sosial. Bentuk tubuh perempuan memiliki proporsi yang berbeda dengan siluet yang lebih beragam dibanding laki-laki yang membutuhkan perempuan dalam mengerti bagian lekukan mana yang perlu ditonjolkan, potongan, dan pilihan bahan pakaian yang dipakai untuk meningkatkan penampilannya menjadi lebih proporsional. Perempuan lebih memerhatikan penampilan dan rela menginvestasikan lebih banyak waktu untuk mencapai penampilan ideal mereka dibandingkan laki-laki (Nasution dkk., 2025, h.192).

Laki-laki juga memiliki ketertarikan yang lebih sedikit terhadap pakaian berdasarkan bentuk tubuh dibandingkan perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan cenderung lebih mengaitkan kepercayaan diri dan *body image* mereka dengan penampilan fisik dan bagaimana orang lain memandang penampilan mereka dibandingkan laki-laki (Abu Hammad, 2023, h.161). Hal tersebut juga didukung dengan perbandingan laki-laki dengan persentase sebesar 34% dan perempuan dengan persentase sebesar 80% yang memiliki *body image* yang lebih buruk dari laki-laki sehingga

mendorong perempuan untuk sering menggunakan panduan *fashion* untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka (Good, 2022).

3. Pendidikan : SMA, S1, S2, D3

Didasarkan dari usia subjek perancangan, tingkat pendidikan yang diutamakan adalah yang sudah mendekati kelulusan SMA dan yang sedang menempuh pendidikan di universitas atau perguruan tinggi.

4. SES : B

Berdasarkan survei Goodstats, 64,4% dewasa muda mengeluarkan uang di bawah Rp 500.000, dengan 30,7% mengeluarkan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000 dan 5% mengeluarkan lebih dari Rp 1.000.000 untuk membeli barang *fashion* (Hidayah, 2023). Sedangkan, sebagian besar pendapatan dipakai untuk kebutuhan lain seperti makanan dan rumah tangga. Dengan pendapatan seadanya dan pengeluaran sebesar Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000 per bulan pada tahun 2022, SES B memiliki daya beli yang cukup untuk pakaian dan *fashion*, tapi masih memprioritaskan pengeluarannya dan membandingkan pilihan pakaian sebelum membeli supaya tidak boros (Katadata, 2023). Solusi dalam bentuk aplikasi dapat dimanfaatkan untuk membantu target SES B bisa memilih pakaian dengan lebih efisien, efektif, dan lebih mudah dengan mencocokkan pakaian dengan bentuk tubuh.

B. Geografis : Jabodetabek

Jabodetabek menjadi daerah yang memiliki jumlah populasi dewasa muda yang tinggi. Badan Pusat Statistik (2022) memiliki data bahwa dewasa muda berusia 18 – 25 tahun dan merupakan gen Z di Jakarta sendiri berjumlah sekitar 1 juta penduduk. Selain itu, Jabodetabek merupakan kota besar dengan pusat perbelanjaan pakaian terbanyak dan dewasa muda yang tinggal di daerah tersebut memiliki minat tinggi terhadap *fashion lifestyle* (Urmila, 2022, h.139).

C. Psikografis

1. Dewasa muda yang memiliki ketertarikan terhadap *fashion*.

2. Dewasa muda yang ingin tahu cara *styling* pakaian berdasarkan bentuk tubuh sesuai konteks acara.
3. Dewasa muda yang kebingungan cara *styling* pakaian.
4. Dewasa muda yang sering mencari dan *explore* gaya *fashion*.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking* oleh IDF (2025). Metode ini digunakan supaya perancangan bisa dibuat dengan mementingkan target dan bagaimana bisa menyelesaikan masalah yang mereka miliki. *Design Thinking* menurut IDF (2025) memiliki lima tahap yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap *emphatize* merupakan tahap pertama dan tahap penulis mencari data dan berusaha mengerti tentang pemikiran target. Tahap *define* adalah tahap penulis menentukan masalah yang ada dari data yang sudah didapat dalam tahap *emphatize*. Tahap *ideate* adalah tahap penulis mencari ide secara kreatif dan menentukan bagaimana perancangan akan dilakukan. Tahap *prototype* adalah tahap merealisasikan ide dari tahap *ideate* sampai solusi yang selesai. Tahap *test* adalah tahap terakhir dan tahap menguji prototype yang ada kepada target dan mengambil masukan untuk revisi.

Metode penelitian yang dipilih untuk perancangan ini adalah kualitatif. Metode kualitatif dapat mengumpulkan data melalui teks, gambar, atau suara secara detail, deskriptif, dan mendalam dengan memahami fenomena atau perilaku manusia tertentu. (Sugiarti, 2022, h.30). Pencarian data akan dilakukan dengan wawancara mendalam dengan ahli dan FGD dengan target. Metode penelitian akan dijelaskan lebih jelas dalam sub-bab selanjutnya.

3.2.1 *Emphatize*

Dalam tahap *emphatize*, penulis akan mencari data untuk bisa memahami pendapat, keinginan, dan kebutuhan target melalui teknik pencarian data. Penulis ingin tahu apakah ada banyak dewasa muda yang tahu atau tidak tahu tentang jenis tubuh mereka atau bingung bagaimana menentukan model pakaian yang cocok dengan mereka. Penulis bisa mengetahui apakah target ada ketertarikan terhadap pemilihan baju sesuai bentuk tubuh dan pendapat mereka

tentang pentingnya memilih baju yang sesuai dengan tubuh mereka. Selain itu, keinginan dan preferensi target terhadap aplikasi atau pemberian informasi juga ingin dilihat dari tahap ini. Pencarian pendapat, keinginan, dan kebutuhan target akan dilakukan melalui wawancara dengan ahli dan FGD. Selain itu, penulis akan melakukan studi eksisting untuk menganalisis media lain yang serupa dengan perancangan dan studi referensi untuk mendapat gambaran dan inspirasi dari aspek visual dan desain.

3.2.2 Define

Dalam tahap *define*, penulis ingin menganalisis data yang sudah didapat melalui wawancara dan FGD supaya penulis bisa mendapatkan dan menentukan masalah inti yang ingin dijelaskan. Penulis akan membuat *user persona* dan *user journey* yang didasarkan dari target supaya bisa memahami target dengan lebih jelas dan menemukan masalah pemilihan baju yang mereka miliki.

3.2.3 Ideate

Dalam tahap *ideate*, penulis akan mencari ide kreatif dan solusi yang bisa dibuat untuk permasalahan target tersebut. Penulis akan melakukan *brainstorming*, *moodboard*, mencari *big idea*, *tone of voice*, *Information Architecture* (IA), *flowchart*, dan konsep perancangan. Brainstorming akan dilakukan dengan membuat mindmap dari topik fashion, yang nantinya akan dijabarkan lagi. *Moodboard* dilakukan untuk menentukan warna, tipografi, mood, dan elemen visual lainnya dari perancangan aplikasi. *big idea dan tone of voice* akan dibuat dengan memerhatikan kata kunci yang didapat dari mindmap. *Information Architecture* (AI) dan *flowchart* dibuat untuk mengetahui bagaimana alur konten dalam aplikasi dan bagaimana UX target saat mereka menggunakan aplikasi.

3.2.4 Prototype

Dalam tahap *prototype*, penulis mulai membuat *prototype* dari aplikasi. Penulis akan merancang *low fidelity dan high fidelity* untuk tampilan aplikasi. Setelah high fidelity, penulis akan melakukan prototyping/membuat

aplikasi bisa diinteraksi oleh penggunanya. Penulis juga akan mulai membuat merchandise untuk topik aplikasi.

3.2.5 Alpha Test

Alpha test dilakukan sebagai tahap *test* pertama setelah *prototype* aplikasi sudah bisa diinteraksikan. *Test* ini dilakukan untuk mengecek bagaimana interaksi dan fungsi aplikasi bekerja, serta melihat kesalahan yang dapat muncul. Hal ini dilakukan untuk menjamin kenyamanan pengalaman pengguna aplikasi.

3.2.6 Beta Test

Setelah *alpha test*, penulis akan memfokuskan tes aplikasi kepada target utama. Tes dilakukan supaya bisa mendapat *feedback* langsung dari target dan mencari tahu bagaimana aplikasi akan bekerja di dunia nyata.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan yang dipilih untuk tugas akhir ini adalah wawancara dan FGD untuk mengerti lebih dalam tentang pendapat dan cara pemilihan baju yang benar sesuai dengan bentuk tubuh. Pemilihan pakaian berdasarkan bentuk tubuh membantu seseorang untuk mengetahui bagian unik dan khas dari badannya dan mencari cara memilih pakaian yang cocok supaya bisa meningkatkan kepercayaan diri dan membantu mencari *style fashion* yang mereka sukai (Belner, 2025). Tujuan melakukan pengumpulan data adalah untuk mendapat informasi yang tepat dan akurat dari ahli sekaligus mendapat wawasan tentang preferensi dan tingkat pemahaman dewasa muda terhadap pemilihan baju sesuai dengan bentuk tubuh

3.3.1 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan seorang ahli dalam topik *fashion*, yaitu personal stylist. Teknik akan membantu penulis dalam mengetahui apa saja yang perlu dilakukan dan dipertimbangkan oleh ahli dalam memilih pakaian supaya memengaruhi penampilan secara positif dan tantangan apa saja saat memilih pakaian yang cocok dengan detail dan valid. Selain itu, penulis juga ingin tahu bagaimana persepsi dan kepercayaan diri dewasa muda bisa

terpengaruh saat *personal stylist* membantu mereka dalam memilih pakaian yang cocok dengan mereka. Instrumen pertanyaan wawancara kepada *personal stylist* diambil dari teori Belner (2025) seperti berikut:

- A. Apa ada langkah-langkah yang Anda lakukan saat proses *styling* klien berdasarkan bentuk tubuh mereka?
- B. Menurut Anda, seberapa penting pemahaman tentang bentuk tubuh dalam proses pemilihan pakaian bagi seseorang?
- C. Apakah proporsi tubuh seperti berat dan tinggi tubuh biasa memengaruhi cara pemilihan pakaian?
- D. Bisa jelaskan bagaimana pengaruh proporsi tubuh tersebut terhadap penampilan pakaian klien?
- E. Menurut Anda, apakah warna, bahan, atau pola berpengaruh dalam pemilihan pakaian?
- F. Bisa jelaskan bagaimana pengaruh warna, bahan, atau pola tersebut terhadap penampilan pakaian klien?
- G. Bagaimana cara menyesuaikan pemilihan pakaian antara preferensi klien sendiri dengan kecocokan proporsi tubuh?
- H. Bagaimana konteks acara yang berbeda, seperti acara formal, kasual, profesional, dapat memengaruhi keputusan pemilihan pakaian klien?
- I. Apakah Anda mempertimbangkan tren *fashion* yang sedang populer, seperti yang dilihat di media sosial atau dari influencer, saat menata gaya klien?
- J. Apakah ada gaya atau *style* pakaian yang sedang terkenal di kalangan dewasa muda saat ini?
- K. Menurut Anda, apa ada bagian pakaian tertentu yang harus dihindari untuk tiap bentuk tubuh?
- L. Apakah ada pengaruh positif yang Anda lihat pada klien setelah menyesuaikan pemilihan baju dengan bentuk tubuh mereka?
- M. Dari klien yang telah anda bantu, apakah ada yang menganggap kalau bentuk tubuh klien menjadi alasan penampilan mereka buruk, bukan karena pemilihan baju yang tidak sesuai?

3.3.2 Focus Group Discussion

FGD dengan 5 orang dewasa muda dari usia 18 – 25 tahun yang masing-masing memiliki bentuk tubuh yang berbeda (bentuk tubuh *apple*, *pear*, *inverted triangle*, *hourglass*, *rectangle*) untuk mendapat insight tentang preferensi pemilihan baju, gaya *fashion*, kesulitan memilih pakaian mereka dan melakukan perbandingan antara pemilihan baju bentuk tubuh yang berbeda-beda. FGD juga dilakukan untuk mencari tahu bagaimana pendapat mereka terhadap perancangan aplikasi ini dan fitur-fitur yang berpotensi untuk ditambahkan. Instrumen pertanyaan FGD diambil dari teori Belner (2025) seperti berikut:

A. Pengetahuan tentang Bentuk Tubuh

1. Apakah Anda pernah merasa sulit atau bingung saat memilih baju yang benar-benar cocok di tubuh?
2. Pernahkah Anda mendengar cara pemilihan pakaian berdasarkan bentuk tubuh? Jika ya, dari mana Anda tahu tentang hal ini?
3. Kalau kalian sendiri, apakah pernah tertarik untuk mencari tahu bentuk tubuh sendiri?

B. Pengalaman Berpakaian Pribadi

1. Apa saja yang paling Anda pertimbangkan saat memilih baju yang pas dengan tubuh kalian? Misalnya, apakah Anda lebih memikirkan model, warna, bahan, pola, atau ada yang lainnya?

C. Efek Pemilihan Pakaian Berdasarkan Bentuk Tubuh

1. Pernahkah kalian merasa lebih percaya diri saat memakai baju yang menurut kalian cocok dengan bentuk tubuh? Bisa ceritakan contohnya?
2. Pernahkah kalian merasa saat memilih pakaian berdasarkan bentuk tubuh, persepsi atau komentar orang lain terhadap kalian menjadi lebih positif? Kalau pernah, bisa ceritakan pengalaman kalian?
3. Pernahkah kalian merasa stres atau minder saat harus memilih pakaian untuk acara penting? Bagaimana cara mengatasinya?

D. Gaya Fashion

1. Seberapa sering kalian mencari inspirasi *fashion* dari media sosial seperti Instagram atau TikTok?
2. Pernakah kalian mengikuti cara pemilihan pakaian berdasarkan bentuk tubuh melalui media sosial atau *influencer*? Jika pernah mencoba mengikuti konten tersebut, apakah kalian puas dengan pakaian yang direkomendasikan itu?
3. Apa kalian memiliki *style* berpakaian yang kalian sukai? Menurut kalian, apa ada *style fashion* yang sekarang terkenal di kalangan dewasa muda?

E. Preferensi Media

1. Apa ada media yang biasanya kalian suka pakai saat tertarik atau ingin tahu lebih banyak tentang *fashion*?
2. Menurut kalian, kalau ada pemilihan pakaian sesuai dengan bentuk tubuh, apa saja fitur-fitur tambahan yang bisa atau paling berguna dalam aplikasi?

3.3.3 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan dari menganalisis media atau karya serupa yang pernah dibuat supaya penulis bisa mengerti keunikan, kelebihan, dan kekurangan karya tersebut. Analisis yang didapat akan digunakan sebagai *insight* sehingga perancangan bisa menghasilkan karya yang lebih baik lagi. Dalam studi eksisting ini, penulis akan menganalisis aplikasi *fashion* yang melingkupi personalisasi pakaian dan *styling fashion*. Tujuan melakukan studi terhadap aplikasi tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana pakaian dikelompokkan dan ditunjukkan kepada pengguna, cara personalisasi, fitur-fitur, dan tampilan *interface* yang nantinya bisa dijadikan pembelajaran saat perancangan aplikasi ini nanti. Analisis akan dilakukan dalam bentuk SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*).

3.3.4 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan untuk membantu penulis supaya memiliki gambaran awal dan panduan secara visual dan interaksi dalam membuat perancangan. Studi referensi dilakukan untuk mendapatkan inspirasi terhadap *art style*, UX, UI, dan fitur-fitur yang ada dalam media yang akan dijadikan referensi.

