

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion selalu hadir di tengah masyarakat dalam bentuk gaya berpakaian maupun aksesoris yang selalu berkembang mengikuti jaman. Kata “fashion” digunakan untuk merujuk pada gaya, pakaian, dan tata rias di dunia (Polhemus dan Procter, 2001). Fashion menjadi salah satu bidang yang selalu menghasilkan hal baru dan menjadikannya sebagai tren. Tren yang sedang berkembang selalu dapat mempengaruhi cara berpakaian masyarakat terutama golongan tertentu yang dapat menunjukkan status sosial mereka. Tren dapat berubah dengan sangat cepat, seiring berjalannya waktu (Ariyanto, 2020). Salah satu tren fashion yang sedang popular dan banyak diminati adalah fashion Y2K.

Gaya Y2K merupakan salah satu gaya desain yang popular pada akhir tahun 1990-an sampai awal tahun 2000-an, lebih tepatnya pada tahun 1994 dan 2005 dan kembali popular oleh pengaruh sosial media dan influencer (Vedaarum & Islam, n.d. 2023). Y2K fashion sendiri adalah istilah yang merujuk kepada tren fashion yang populer dengan konsep *retro futuristic*. Melalui pesatnya perkembangan internet, tren fashion Y2K mulai popular kembali pada era 2020-an yang ingin bernostalgia dengan tren 2000-an pada bidang fashion, *make-up*, dan desain grafis (Lin, 2024).

Fashion Y2K yang kembali popular terutama di kalangan generasi Z memunculkan perkembangan dalam cara berpakaian Y2K itu sendiri. Gaya fashion Y2K identik dengan kombinasi gaya desain Retro 90-an dan gaya futuristik yang membuat konsep desain ini terlihat *playful*, futurisme, optimisme, lekat dengan budaya dunia maya dan hal-hal gemerlap (Yang, 2023). Di Indonesia sendiri, Y2K pernah muncul pada deretan artis ternama seperti Agnes Monika dan Cinta Laura. Namun walaupun tren fashion Y2K sangat popular, banyak dari masyarakat masih kurang memiliki wawasan mengenai ciri khas, cara berpakaian, dan elemen dari

gaya fashion Y2K. Hal ini sangat disayangkan ketika seseorang hanya sekedar menggunakan dan mengikuti tren tanpa memiliki wawasan mengenai apa yang dikenakan sehingga tidak dapat memaksimalkan eksplorasi dari fashion yang dikenakannya padahal fashion menjadi salah satu elemen penting yang mewakili identitas pengguna (Waskito, 2021).

Generasi Z menjadi salah generasi yang memiliki peran terbesar pada sosial media sehingga tentu saja secara tidak langsung memengaruhi gaya berpakaian mereka sehari-harinya. Tidak terkecuali dengan mengikuti tren yang sedang berkembang terutama tren fashion Y2K (Nabila, 2022). Sehingga perlunya suatu media yang memberikan kebutuhan wawasan dan eksplorasi gaya. Selain itu media informasi mengenai fashion Y2K hanya sebatas dengan wawasan dari *influencer* dengan penyebaran melalui sosial media. Masyarakat hanya mengikuti apa yang dikatakan dan dipakai oleh *influencer* yang hanya membahas mengenai tren generasi Z yang dianggap “keren” tanpa membahas mengenai pengaruhnya dalam dunia fashion. Sehingga tren fashion Y2K hanya menonjolkan visual semata tanpa memiliki wawasan mengenai karakter dari Y2K. Perkembangan tren fashion Y2K sangat penting diimbangi dengan media informasi yang kredibel. Tanpa media yang jelas, penyebaran tren dapat menciptakan kondisi dengan pemahaman yang kurang dan hanya tren yang akan berlalu tanpa membekas.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas, hal ini menjadi dasar bagi penulis dalam membuat perancangan media informasi mengenai tren fashion Y2K dalam gaya berpakaian generasi Z untuk meningkatkan wawasan dan eksplorasi mengenai makna dan panduan tata cara berpakaian dari fashion Y2K. Penulis mengajukan solusi perancangan media informasi berupa perancangan aplikasi interaktif sebagai sarana informasi dan eksplorasi mengenai tren fashion Y2K kepada generasi Z di Indonesia. Perkembangan teknologi aplikasi membantu memunculkan akses informasi yang tidak terkendala dengan tempat, waktu, dan koneksi internet selain itu membangun kenyamanan pengguna dalam melakukan eksplorasi informasi sesuai dengan preferensi pengguna pribadi (Lukman, 2019). Sehingga peneliti merasa penggunaan aplikasi interaktif sebagai sarana informasi dan eksplorasi fashion Y2K merupakan solusi yang sangat tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang didapat oleh penulis sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman dan wawasan generasi Z terhadap makna, karakter, dan tata cara pemakaian fashion Y2K sehingga hanya berkesan sebagai tren semata.
2. Media yang tersedia hanya sebatas membahas tren fashion Y2K dari perspektif generasi Z tanpa membahas mengenai ciri khas dan aspek kultural fashion Y2K.

Oleh karena itu, penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan aplikasi mengenai tren fashion Y2K dalam gaya berpakaian generasi Z?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan media informasi oleh penulis ditunjukan kepada remaja akhir dengan rentang usia 17- 25 tahun, perempuan maupun laki- laki, ekonomi SES A- B, memiliki ketertarikan akan fashion, dengan menggunakan metode perancangan aplikasi interaktif. Ruang lingkup penelitian akan dibatasi pada perancangan aplikasi interaktif guna memberikan informasi tentang wawasan, eksplorasi gaya fashion, dan tata cara pemakaian mengenai tren fashion Y2K.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah membuat perancangan aplikasi mengenai tren fashion Y2K dalam gaya berpakaian generasi Z.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berdasarkan pemaparan informasi yang sudah dibuat, maka manfaat penelitian oleh penulis yang didapat, sebagai berikut:

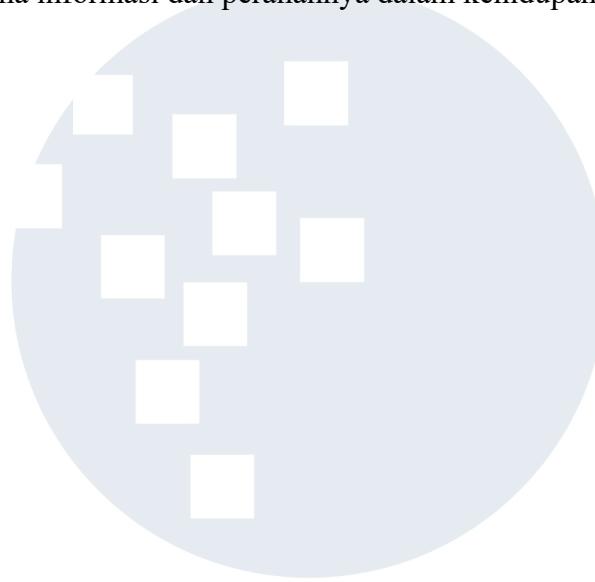
1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi tren fashion Y2K.

Selain itu dapat memberikan panduan dan inspirasi bagi desainer- desainer selanjutnya untuk berkembang dalam industri kreatif.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan media informasi diaharapkan dapat menyajikan ilmu pengetahuan dalam bentuk yang valid dan kredibel mengenai tren fashion Y2K sebagai sarana informasi dan peranannya dalam kehidupan generasi Z.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA