

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Perancangan media informasi oleh penulis mengenai tren fashion Y2K terhadap generasi Z memiliki subjek perancangan berdasarkan sisi demografis, geografis, dan psikografis sebagai berikut:

3.1.1 Demografis

- a. Jenis kelamin: Laki- laki dan perempuan, semua jenis kelamin yang memiliki ketertarikan masing- masing terhadap fashion.
- b. Rentang usia: 17 – 25 tahun, remaja akhir yang mempunyai aktivitas dan aktif di dalam masyarakat, dimana masyarakat menjadi standar sosial yang menjadikan fashion sebagai salah satu bentuk identitas diri dan mencerminkan citra orang tersebut (McKinsey & Company, 2021). Terutama pada rentang usia tersebut, remaja lebih sadar untuk mulai membentuk gaya pribadi dan identitas diri sehingga lebih memperhatikan pakaian yang dikenakan terutama sangat terpengaruh dengan fashion ataupun tren (Nangtjik, 2023). Selain itu juga menjadi salah satu rentang usia yang cukup aktif di sosial media, tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga sebagai pelaku pembentukan tren di sosial media yang menjadikannya tempat penyampaian ekspresi diri (Rambatian Rakanda et al., 2020).
- c. Pendidikan: SMA, D3, S1
- d. SES: A- B menengah ke atas, kelas sosial A- B memiliki daya beli tinggi terutama dalam membeli produk fashion selain itu menjadi kelas dengan pelaku konsumtif yang *selalu up to date* dan mengikuti perkembangan zaman atau tren (Haymond, 2022).
- e. Etnis: Semua etnis

3.1.2 Geografis

Berdomisili di Jabodetabek yang dimana generasi Z mempresentasikan gaya hidup urban dan konsumtif sehingga menjadikan fashion sebagai salah satu bentuk identitas diri untuk terjun di tengah masyarakat. Selain itu Jabodetabek menjadi salah satu pusat kreatif dalam segi fashion dimana terdapat banyak event, *workshop* dan brand yang berkembang pesat di daerah ini yang terjadi karena sebagai pusat perekonomian Indonesia (Nurhaliza, 2023).

3.1.3 Psikografis

- a. Generasi Z yang memiliki ketertarikan di dunia fashion dan memperhatikan penampilan dan gaya hidup mereka.
- b. Generasi Z yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan wawasan yang luas.
- c. Generasi Z yang ingin mencoba mengkreasikan fashion sesuai dengan kreativitas dalam ranah industri fashion Y2K.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Proses perancangan yang dilakukan, penulis akan mengumpulkan data mengenai tren fashion Y2K dalam gaya berpakaian generasi Z. Metode perancangan yang digunakan merupakan *design thinking* yang dipopulerkan oleh perusahaan desain terkenal IDEO (Karl, 2020). *Design thinking* memiliki lima tahap yaitu, sebagai suatu metodologi desain untuk mengatasi masalah desain dengan fokus memahami kebutuhan manusia (Hamdandi, 2022). Tahap *empathize* merupakan dilakukannya pendekatan terhadap pengguna untuk mendapatkan informasi dengan melakukan observasi dan wawancara. Selanjutnya tahapan *define* merupakan tahapan untuk menyimpulkan kebutuhan dari pengguna dari data yang telah didapatkan sebagai acuan desain. Tahapan *Ideate* menjadi proses pemecahan masalah pada tahapan *emphatize* yang menghasilkan ide-ide kreatif, pendapat, saran, dan masukan pada perancangan desain. Ide kreatif yang telah didapatkan akan diimplementasikan pada tahapan *Prototype*, dimana terbentuknya perancangan desain dalam bentuk simulasi seperti sketsa, mockup, dan sebagainya.

Tahapan terakhir dalam proses kreatif ini adalah Test dimana penulis akan melakukan uji coba ke target perancangan serta menerima *feedback* untuk menyempurkan perancangan desain.

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan sebagai upaya untuk mengupas dan membandingkan berbagai unsur data dari penelitian yang ditelaah kembali dalam bentuk deskriptif suatu pemikiran (Mulvihill & Swaminathan, 2022). Sehingga metode penelitian yang dipilih adalah *action research* dengan fokus wawancara, kuesioner, *Focus Group Discussion* (FGD), studi eksiting dan studi referensi.

3.2.1 *Emphasize*

Tahap *emphasize* akan dilakukan dengan mengumpulkan data melalui beberapa teknik guna mendapatkan data pemahaman dan pandangan generasi Z mengenai tren fashion Y2K. Wawancara oleh penulis kepada *fashion stylist/ designer* sebagai narasumber kunci untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai identitas dan kultural fashion Y2K. Penulis juga akan melakukan wawancara terhadap influencer fashion yang memiliki informasi mengenai efek dari tren fashion Y2K terhadap pengguna sosial media. Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan pemahaman generasi Z sebagai pengguna fashion dikehidupan sehari-hari. Peneliti juga melakukan *focus group discussion* kepada beberapa remaja yang senang dengan fashion terutama yang sedang tren untuk memahami kebiasaan mereka dengan saling bertukar pendapat. Studi referensi dilakukan sebagai acuan informasi dan desain yang lebih menarik.

3.2.2 *Define*

Tahap *define* dilakukan dengan mengidentifikasi data- data yang telah dikumpulkan serta menarik beberapa pendapat yang berkesinambungan. Data dari tahapan *emphasize* akan sangat berpengaruh terhadap perancangan strategi dan pembuatan user persona. User persona berguna untuk mengelompokan dan membatasi tujuan dari pengguna desain sehingga mampu menyelesaikan masalah dengan lebih terstruktur dan tepat sasaran. Sehingga

target akan merasa lebih memahami tren fashion Y2K dan mendapatkan *insight* yang efektif.

3.2.3 Ideate

Tahap *ideate* dilakukan penulis dengan membuat beberapa rancangan ide kreatif mengenai tren fashion Y2K dengan *brainstroming* beberapa ide yang menyangkut kreativitas dan kecerdasan mengenai pemecahan masalah. Penulis membuat rancangan ide yang disimpulkan dalam bentuk *mindmapping* guna mencari dan menuangkan gagasan untuk mendukung pembuatan media informasi. Setelahnya ditarik beberapa kata yang relevan dan menarik sebuah kesimpulan menjadi *big idea* atau konsep utama perancangan. Setelahnya penulis akan menentukan *moodboard* dan melalukan perancangan sketsa dasar sebagai acuan desain kedepannya agar sesuai dengan pemecahan masalah terhadap tren fashion Y2K.

3.2.4 Prototype

Tahap *prototype* dilakukan oleh penulis dengan pembentukan karya simulasi digital yang bersifat sebagai bentuk percobaan. Karya dibentuk dengan beberapa fitur mengenai tren fashion Y2K yang belum sempurna sehingga tujuan utama dari dilakukannya prototipe untuk mendapatkan masukan sebanyak mungkin. Selain itu pengguna dapat melakukan uji coba kepada target untuk mendapatkan *insight* dari pemecahan masalah desain. Dengan *feedback* yang telah diterima, penulis dapat mengembangkan prototype dan melanjutkannya pada tahapan *user testing*.

3.2.5 Test

Tahap *testing* merupakan tahapan akhir dari perancangan desain dan menjadi hasil akhir dalam pemecahan masalah mengenai tren fashion Y2K bagi generasi Z. Penulis akan melakukan uji coba langsung kepada target audiens untuk melihat bagaimana desain dapat berpengaruh dan memberikan informasi yang sesuai kepada target yang dituju. Selain itu, penulis dapat menerima survei dan banyak masukan untuk menyempurnakan kembali karya agar dapat lebih efektif dan berguna.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam penelitian ini, penulis melakukan beberapa teknik yang menghasilkan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber informasi utama yang telah terkumpul dari sumber asli (Laia et al., 2022). Sehingga peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, kuesioner, dan *focus group discussion*. Data primer diperoleh langsung dari narasumber serta target yang terlibat. Teknik yang digunakan bertujuan untuk mendapatkan informasi secara detail serta kredibel mengenai tren fashion Y2K yang sedang populer dikalangan penyuka fashion terutama generasi Z. Informasi dikumpulkan dari berbagai aspek untuk melihat pandangan dari pengguna Y2K itu sendiri. Sehingga penulis dapat mengumpulkan pemahaman serta berbagai pendapat yang akan berguna untuk peracangan desain.

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh dengan tidak langsung dengan adanya media perantara atau sumber yang telah ada sebelumnya. Penulis dapat menggumpulkan data dari referensi buku, jurnal, artikel, dan internet untuk mendapatkan data yang diperlukan (Ariyaningsih et al., 2023). Sehingga penulis menggunakan teknik pengumpulan data studi referensi dengan tujuan utama sebagai media pembelajaran dan pemahaman akan kebutuhan pengguna.

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi antara dua pihak atau lebih yang dapat dilakukan secara tatap muka, di mana satu pihak adalah pewawancara dan yang lainnya adalah orang yang diwawancara (Fadhallah, 2021). Wawancara dilakukan dengan penulis menyiapkan pertanyaan dan disetujui oleh ahli yang bersangkutan. Teknik wawancara dibagi menjadi tiga bagian yaitu wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur, dan wawancara semi berstruktur. Dalam perancangan ini, penulis akan menggunakan teknik wawancara terstruktur dengan penulis mempersiapkan daftar pertanyaan sebelum diajukan ke narasumber dan urutan pertanyaan tidak berubah agar arah informasi lebih terprediksi (Fadhallah, 2021). Tujuan dari penggunaan

wawancara terstruktur sebagai penggalian informasi yang kredible dan terpercaya dari ahli di bidang *fashion stylish*.

3.3.1.1 Wawancara dengan Desainer Fashion

Wawancara ditargetkan untuk dilakukan bersama seorang fashion desainer yang telah ahli dibidangnya guna mendapatkan pemahaman mengenai sejarah fashion dan dampak kulturalnya di kehidupan generasi muda. Terutama target yang dituju adalah fashion Y2K. Sehingga penulis memutuskan untuk mewawancarai Maria Tjandra, seorang pengajar fashion yang juga aktif sebagai kurator dan peneliti fashion lokal dan modern yang ikut aktif dalam pengembangan fashion modern dan tren. Wawancara akan dilakukan melalui *google meet*.

Tabel 3. 1 Tabel Latar belakang dan perkenalan diri

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Silahkan bagi ibu untuk menceritakan sedikit tentang profesi No. di dalam bidang fashion	Mendapatkan pemahaman mengenai identitas dan latar belakang profesi

Pertanyaan dimulai dengan memberikan pertanyaan terkait dengan identitas pribadi dan kesibukan dari desainer sebelum memulai wawancara. Pertanyaan dikaitkan dengan profesi desainer secara umum. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman mengenai identitas dari desainer sebelum memulai tahapan wawancara untuk menunjukkan kesopanan dalam etika wawancara.

Tabel 3. 2 Tabel Kreativitas fashion dikehidupan sehari- hari

No.	Pertanyaan	Tujuan
2.	Bagaimana pandangan desainer mengenai pengaruh fashion terutama terhadap remaja dan pengaruhnya dalam kehidupan sehari- hari?	Memahami pengaruh fashion terhadap remaja dalam kehidupan sehari- hari
3.	Menurut Anda, bagaimana fashion dapat membentuk	Mengidentifikasi fashion sebagai bentuk pengekspresian diri

	kreativitas dan kepribadian seseorang? Apakah fashion dapat dikatakan sebagai bentuk pengekspresian diri?	
--	---	--

Pertanyaan mengenai pandangan desainer mengenai pengaruh fashion terutama bagi remaja dan pengaruhnya dalam kehidupan sehari-hari memiliki tujuan bagi penulis untuk mendapatkan data mengenai fashion remaja dalam kehidupan sehari-hari. Dilanjutkan dengan pertanyaan mengenai fashion dapat membentuk kreativitas dan kepribadian diri guna mengidentifikasi fashion sebagai bentuk pengekspresian diri.

Tabel 3. 3 Tabel Tren Fashion Y2K

No.	Pertanyaan	Tujuan
4.	Menurut pandangan Anda, apakah yang menarik dengan fashion Y2K dan dampaknya dalam dunia fashion?	Mendapatkan informasi mengenai fashion Y2K dan dampaknya
5.	Bagaimana Anda menginterpretasikan fashion Y2K? Apakah yang menjadikan fashion Y2K memiliki ciri khas dan karakter pembeda?	Mengidentifikasi fashion Y2K sebagai bagian fashion yang unik
6.	Menurut pengalaman Anda, bagaimana fashion Y2K dapat populer dan menjadi salah satu budaya penting dari dunia fashion? Bagaimana implementasi fashion Y2K?	Memahami kepopuleran Y2K dan pengaruhnya dalam dunia fashion
7.	Bagaimana proses kreatif Anda dalam merancang fashion Y2K? Apakah ada faktor dan elemen tertentu yang sering No. terapkan?	Memahami proses kreatif dari Y2K

Selanjutnya terdapat bagian pertanyaan mengenai tren fashion Y2K yang memberikan pertanyaan berkisar mengenai fashion Y2K, seperti hal yang menarik mengenai fashion Y2K dan dampaknya guna mendapatkan informasi mengenai fashion Y2K. Selain itu penulis juga

memberikan pertanyaan dengan tujuan untuk mengidentifikasi fashion Y2K sebagai sesuatu yang unik, memahami kepopuleran fashion Y2K dalam dunia fashion dan proses kreatif.

Tabel 3. 4 Tabel tren fashion Y2K dengan kehidupan sekarang

No.	Pertanyaan	Tujuan
8.	Menurut Anda, bagaimana Anda melihat fashion Y2K dalam pengekspresian karakter generasi Z	Mendapatkan pandangan mengenai ekspresi karakter generasi Z
9.	Bagaimana Anda melihat gaya berpakaian Generasi Z? Media informasi apakah yang akan membuat Generasi Z ikut serta dalam perkembangan fashion Y2K?	Mengidentifikasi media informasi yang ikut serta dalam perkembangan generasi Z

Kemudian penulis mengajukan pertanyaan mengenai tren fashion Y2K dalam kehidupan sehari- hari dengan tujuan untuk mendapatkan pandangan mengenai ekspresi karakter dari target perancangan atau generasi Z. Kemudian penulis juga melakukan identifikasi media infomasi yang ikut serta mempopulerkan kembali tren fashion Y2K dalam generasi Z. Sehingga pertanyaan yang diekmukakan kemudian dapat berguna bagi perancangan.

3.3.1.2 Wawancara dengan Influencer Fashion Y2K

Wawancara dilakukan dengan Jejongski dan Kinan Kawuryan sebagai salah satu influencer fashion dan model yang cukup terkenal di media sosial terutama TikTok dan Instagram. Tamara seringkali membagikan inspirasi fashion yang menunjukkan ketertarikan dan eksplorasi fashion. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pandangan dari sisi influencer terhadap perkembangan fashion khususnya fashion Y2K. Selain itu penting untuk mengetahui pengaruhnya bagi pengguna sosial media kecara berpakaian mereka sehari- hari.

Tabel 3. 5 Tabel Latar belakang dan perkenalan diri

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Silahkan bagi kakak untuk menceritakan latar belakang pengalaman sebagai seorang influencer No.	Mendapatkan pemahaman mengenai identitas dan latar belakang profesi

Pertanyaan dimulai dengan memberikan pertanyaan mengenai latar belakang dan pengalaman dari influencer selama berkarir guna mendapatkan pemahaman mengenai identitas dan latar belakang profesi dari influencer. Pertanyaan ini diajukan guna mendapatkan identitas dari narasumber sehingga data menjadi lebih valid dengan adanya sumber terpercaya dan berpengalaman di bidangnya.

Tabel 3. 6 Tabel Tren fashion Y2K di sosial media

No.	Pertanyaan	Tujuan
2.	Menurut pandangan Anda, aspek apa yang membuat Anda tertarik dengan fashion terutama Y2K? Apakah terdapat keunggulan tertentu?	Mengidentifikasi masalah utama dengan ketertarikannya dalam dunia fashion Y2K
3.	Mengapa fashion Y2K dapat kembali diminati dan menjadi viral di sosial media?	Memahami alasan fashion Y2K yang kembali diminati
4.	Menurut pandangan Anda sebagai seorang influencer, bagaimana fashion Y2K ini berkembang terutama di sosial media?	Mendapatkan pandangan mengenai perkembangan Y2K di sosial media

Wawancara dimulai dengan pertanyaan mengenai pandangan influencer terkait fashion Y2K dilanjutkan dengan fashion Y2K yang kembali viral dan banyak peminat. Kemudian penulis menanyakan pendapat mengenai perkembangan fashion Y2K pada sosial media. Pertanyaan yang diajukan memiliki tujuan untuk mengidentifikasi masalah utama dengan ketertarikannya dalam dunia fashion memahami perkembangan fashion kembali diminati di sosial media.

Tabel 3. 7 Tabel pengaruh influencer pada sosial media

No.	Pertanyaan	Tujuan
5.	Menurut pendapat Anda, bagaimana media sosial dapat membantu Anda untuk menyebarkan dan mengembangkan tren fashion Y2K?	Memahami pengaruh sosial media dengan fashion Y2K dalam proses penyebarannya
6.	Apakah terdapat tantangan yang dihadapi saat mempopulerkan tren fashion Y2K di kalangan target pengguna? Ataukah ada faktor lain yang juga berpengaruh besar?	Memahami tantangan yang dihadapi dalam mempopulerkan fashion Y2K
7.	Menurut pengalaman Anda, bagaimana sosial media dapat menarik pengguna fashion? Apakah ada dampak negatif yang terlihat?	Mendapatkan pandangan mengenai perkembangan Y2K di sosial media dan dampak krusialnya
8.	Apakah Anda memiliki tips dalam mencoba tren fashion Y2K sehingga cocok bagi gaya pribadi dari pengguna sosial media?	Mendapatkan informasi dan tips dari fashion Y2K
9.	Menurut Anda, media apa yang cocok untuk ikut membantu menyebarkan informasi mengenai tren fashion Y2K? Khususnya yang menarik di kalangan remaja	Mendapatkan pendapat mengenai pemecahan masalah fashion

Pertanyaan yang selanjutnya diajukan yaitu pendapat influencer terkait media sosial. Penulis mendapatkan beberapa data guna memahami pengaruh sosial media pada proses penyebaran fashion, memahami tantangan dalam mempopulerkan fashion Y2K, mendapatkan pandangan mengenai perkembangan Y2K pada sosial media dan dampaknya, mendapatkan informasi dan tips dari fashion, dan mendapatkan pendapat mengenai masalah fashion.

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2020). Kuesioner dilakukan untuk mencari data yang lebih efisien dengan beberapa variabel tetap yang mendukung pencarian informasi. Dalam hal ini, penulis mencari data mengenai pemahaman dan pandangan generasi Z terhadap tren fashion Y2K. Terdapat dua jenis variabel yang terdapat dalam kuesioner yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab perubahan. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas. Dengan demikian variabel terikat dari perancangan yang dilakukan penulis yaitu tren fashion Y2K dan variabel yang dipengaruhi adalah gaya berpakaian generasi Z. Target responden yang dituju adalah sebanyak 100 orang dengan rentang usia 17- 25 tahun yang memiliki ketertarikan dalam fashion.

Tabel 3. 8 Tabel Fashion dan aktivitas sehari- hari

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Berdasarkan pengalaman Anda, seberapa sering Anda melihat fashion dan gaya berpenampilan seperti di gambar? <input type="radio"/> Sangat sering [1] <input type="radio"/> Tidak pernah [6]	Mendapatkan insight mengenai penyebaran fashion Y2K di masyarakat
2.	Seberapa familiar Anda dengan fashion tersebut? <input type="radio"/> Sangat sering [1] <input type="radio"/> Tidak pernah [6]	Menganalisis ketertarikan mengenai fashion Y2K dari target responden
3.	Berdasarkan pengalaman Anda, gaya fashion apa yang sering Anda temukan? <input type="checkbox"/> Streetwear <input type="checkbox"/> Formal <input type="checkbox"/> Vintage atau klasik <input type="checkbox"/> Glamour dan elegan	Mendapatkan informasi gaya fashion yang sering ditemui

	<input type="checkbox"/> Minimalis, simple, dan bersih <input type="checkbox"/> Y2K (Year 2000)	
4.	Gaya fashion seperti apa yang paling sering Anda gunakan untuk beraktivitas?	Mendapatkan informasi mengenai kebiasaan berpakaian target responden

Pertanyaan dimulai dengan mendapatkan data mengenai tabel fashion dan aktivitas sehari-harinya. Pertanyaan diajukan guna mendapatkan data mengenai insight mengenai penyebaran fashion Y2K, menganalisis ketertarikan, mendapatkan gaya mengenai fashion sehari-hari, dan mendapatkan data mengenai kebiasaan berpakaian target responden.

Tabel 3. 9 Tabel Tren Fashion Y2K

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Menurut Anda, fashion Y2K itu memiliki ciri khas seperti apa? <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> TikTok <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Pinterest <input type="checkbox"/> YouTube	Menidentifikasi wawasan target responden terhadap ciri khas Y2K
2.	Elemen fashion Y2K mana yang Anda kenali? <input type="checkbox"/> Influencer <input type="checkbox"/> Pengaruh lingkungan sekitar (teman, tren fashion) <input type="checkbox"/> Online marketplace (Shoppe, TikTok shop, Tokopedia, dsb) <input type="checkbox"/> Tenant local (mall, toko baju, pasar) <input type="checkbox"/> Poster dan iklan pemasaran	Mendapatkan informasi target responden terhadap elemen Y2K
3.	Apakah Anda pernah menggunakan fashion Y2K? <input type="radio"/> Sangat berpengaruh <input type="radio"/> Tidak berpengaruh	Mendapatkan informasi mengenai pengalaman target responden dalam penggunaan Y2K

4.	Kalau iya, elemen fashion Y2K apa yang paling sering Anda gunakan?	Memahami penggunaan elemen fashion Y2K target responden
5.	Menurut Anda, apakah fashion Y2K memiliki pengaruhnya dalam dunia fashion? <ul style="list-style-type: none"> ○ Memiliki nilai sejarah dan berdampak ○ Hanya sekesar tren semata ○ Memiliki nilai FOMO (Fear of Missing Out) 	Mengidentifikasi pemahaman mengenai pengaruh fashion Y2K di dunia
6.	Menurut Anda, kenapa fashion Y2K dapat kembali popular? <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pengaruh dari influencer dan sosial media <input type="checkbox"/> Lingkungan sekitar yang sering menggunakan fashion Y2K <input type="checkbox"/> Bernostalgia kembali dengan fashion Y2K <input type="checkbox"/> Tren fashion baru yang sedang berkembang <input type="checkbox"/> Pakaian yang menarik secara visual dan sesuai dengan generasi Z 	Mendapatkan wawasan terhadap fashion Y2K yang kembali popular

Penulis mengajukan pertanyaan mengenai tabel tren fashion Y2K dengan tujuan untuk mendapatkan wawasan target mengenai ciri, elemen, pengalaman target responden, memahami penggunaan elemen, mengidentifikasi pemahaman mengenai pengaruh fashion, dan mendapatkan wawasan dari responden terkait dengan fashion Y2K yang kembali popular sampai sekarang.

Tabel 3. 10 Tabel Media Infromasi

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	<p>Media informasi apa yang sering kalian temukan membahas mengenai fashion Y2K?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> TikTok <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Pinterest <input type="checkbox"/> YouTube 	Memahami media informasi penyebaran fashion Y2K
2.	<p>Menurut pengalaman Anda, hal apa yang paling mempengaruhi Anda dalam mengenali fashion Y2K?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Influencer <input type="checkbox"/> Pengaruh lingkungan sekitar (teman, tren fashion) <input type="checkbox"/> Online Marketplace (Shoppe, TikTok shop, Tokopedia, dsb) <input type="checkbox"/> Tenant local (mall, toko baju, pasar) <input type="checkbox"/> Poster dan iklan pemasaran produk Y2K 	Memahami pengalaman target responden dalam pengenalan fashion Y2K
3.	<p>Seberapa besar pengaruh tersebut bagi Anda dalam mengambil keputusan untuk mengikuti fashion tersebut?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sangat berpengaruh <input type="radio"/> Tidak berpengaruh 	Mengidentifikasi tolak ukur pengambilan keputusan target responden
4.	<p>Seberapa sering Anda melihat mengenai konten fashion Y2K?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sangat sering <input type="radio"/> Tidak pernah 	Mendapatkan wawasan konten fashion Y2K
5.	<p>Menurut Anda, apakah media informasi membantu dalam melakukan eksplorasi mengenai fashion Y2K?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sangat membantu 	Mendapatkan insight mengenai eksplorasi media informasi fashion Y2K

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Tidak membantu 	
6.	<p>Menurut Anda, fitur apa yang paling menarik untuk membantu Anda lebih dekat dengan fashion Y2K?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mix and match outfit <input type="checkbox"/> Online marketplace fashion Y2K <input type="checkbox"/> Online thrifting <input type="checkbox"/> Virtual try-on <input type="checkbox"/> Lookbook inspirasi outfit Y2K <input type="checkbox"/> Komunitas fashion Y2K <input type="checkbox"/> Produk rekomendasi ala Y2K 	<p>Mendapatkan informasi fitur untuk mengenalkan fashion Y2K yang menarik bagi target responden</p>

Penulis mengumpulkan data terkait dengan tabel media informasi dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai media informasi dalam penyebaran fashion Y2K, identifikasi tolak ukur keputusan target, mendapatkan wawasan mengenai konten fashion Y2K, insight mengenai eksplorasi media informasi dan wawasan mengenai fitur yang dapat populer dalam penyampaian informasi pada target responden.

3.3.3 *Focus Group Discussion*

Focus Group Discussion merupakan suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu isu tertentu (Wulandari, 2021). FGD dilakukan guna mencari pemecahan masalah dengan melakukan tukar pendapat mengenai suatu permasalahan yang sangat spesifik. Dalam hal ini, peneliti mengemukakan masalah mengenai tren fashion Y2K yang banyak mengalami miskonsepsi kepada beberapa remaja yang cukup tertarik dengan fashion di daerah Jabodetabek yang aktif dalam berkegiatan. Baik sebagai bentuk pengekspresian diri maupun hanya digunakan dalam lingkup sehari-hari. FGD akan dilakukan secara online melalui zoom meet agar para peserta dapat dengan mudah melakukan diskusi dimana saja dengan target luaran

mendapatkan pemahaman mengenai cara berpakaian dan bentuk identitas dari fashion Y2K.

Tabel 3. 11 Tabel perkenalan diri dan pembukaan

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Silahkan untuk menceritakan sedikit mengenai gaya fashion sehari- hari	Mendapatkan informasi mendasar dari para peserta FGD
2.	Apakah kalian mengikuti tren fashion tertentu? Tren apa yang paling sering kalian temui?	Mengidentifikasi tren fashion yang menjadi pendoman

Pertanyaan dimulai dengan menciptakan ruang untuk saling memperkenalkan diri guna mendapatkan informasi mendasar mengenai peserta FGD. Kemudian penulis menanyakan tren yang sedang digemari oleh para peserta dan juga tren yang sering ditemui guna mengidentifikasi tren fashion yang populer di antara peserta.

Tabel 3. 12 Tabel Identifikasi Tren Fashion Y2K

No.	Pertanyaan	Tujuan
3.	Bagaimana pendapat kalian mengenai tren fashion Y2K? Jika mendengar kata tersebut apa yang terlintas di pemikiran kalian? Apakah ada suatu kalimat yang mewakili atau mendeskripsikan fashion Y2K?	Mendapatkan informasi mengenai pandangan terhadap tren fashion Y2K
4.	Menurut kalian, apakah yang membuat tren fashion Y2K unik dan berbeda dengan fashion lainnya?	Mengidentifikasi karakter khas dari fashion Y2K
5.	Elemen- elemen fashion Y2K apa saja yang pernah kalian coba? Atau kombinasi pakaian apa saja yang pernah kalian kreasikan?	Memahami elemen fashion dan bentuk berpakaian fashion Y2K

Penulis kemudian menanyakan pertanyaan terkait dengan tren fashion Y2K dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai pandangan terhadap tren fashion Y2K, mengidentifikasi karakter khas

fashion, dan juga memamhami elemen fashion dan gaya berpakaian. Hal ini dilakukan penulis untuk membuka ruang diskusi yang lebih nyaman.

Tabel 3. 13 Tabel Tren Fashion sebagai Pengekspresian Diri

No.	Pertanyaan	Tujuan
6.	Menurut pendapat kalian, Apakah fashion memiliki peranan penting dalam bentuk pengekspresian diri dan pencerminan karakter? Bagaimana pengaruhnya terhadap kalian?	Mendapatkan pemahaman mengenai peranan penting fashion sebagai bentuk pengekspresian diri
7.	Menurut pengalaman kalian, apakah fashion dapat dijadikan panduan sebagai bentuk pengekspresian diri atau malah menjadi panduan yang mengikat? Apakah fashion Y2K mendorong anak muda untuk lebih menyesuaikan pakaian dengan karakter dan standar tertentu?	Menganalisis fashion Y2K sebagai panduan bagi anak muda

Selanjutnya penulis memberikan pertanyaan terkait pengekspresian diri dari para peserta FGD dengan pengaruhnya terhadap peserta selain itu juga dorongan anak muda untuk menyesuaikannya dengan karakter tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai peranan dalam bentuk pengekspresian diri dan juga fashion Y2K sebagai penentuan gaya hidup dari peserta.

Tabel 3. 14 Tabel Peran Media Sosial dan Influencer

No.	Pertanyaan	Tujuan
8.	Menurut pendapat kalian, apakah sosial media berperan penting dalam fashion yang kalian gunakan? Apa pengaruhnya dengan influencer?	Mendapatkan informasi mengenai sosial media dan perananya
9.	Seberapa sering kalian mencari referensi tentang cara berpakaian pada sosial media?	Mendapatkan pemahaman mengenai media informasi yang sering digunakan

	Media informasi seperti apa yang kalian senangi?
--	--

Penulis mengajukan pertanyaan seputar peran media sosial dan juga influencer terhadap gaya berpakaian. Penulis memberikan ruang diskusi untuk mendapatkan informasi mengenai peranan penting dari fashion yang digunakan dan juga peran influencer. Hal ini sangat berpengaruh terhadap cara dan pemahaman dari para peserta untuk mengemukakan pendapatnya. Sehingga setiap pendapat yang masuk menjadi data yang berguna bagi penulis.

3.3.4 Studi Referensi

Studi Referensi merupakan rangkaian tindakan dalam tahapan pengumpulan sumber-sumber yang diperoleh kemudian dilakukan analisis seusai topik yang diangkat (M. Susanti et al., 2023). Teknik pengumpulan data ini dilakukan penulis untuk memperkuat landasan teoritis serta kenyamanan pengguna dengan mempelajari media yang telah ada. Penulis dapat mempelajari media informasi mengenai fashion untuk mengidentifikasi tren visual dan desain estetika dengan membuat visualisasi yang autentik. Sehingga target pengguna dapat menemukan keunikan secara visual namun tetap memiliki kenyamanan dalam penggunaan media. Peneliti telah melakukan penelitian kepada beberapa studi referensi mengenai UI/UX interaktif yaitu *Outfits you* dan *Dressx*.

3.3.5 Studi Eksisting

Penulis melakukan analisa kepada penelitian terdahulu guna mencari data dan informasi mengenai tren fashion Y2K sebelum melakukan perancangan lebih lanjut. Hal ini guna mengidentifikasi potensi serta keterbatasan mengenai perancangan yang sedang diteliti. Sehingga hasil perancangan memiliki kebaharuan dan mampu menjangkau keterbatasan yang ada. Peneliti telah melakukan penelitian studi eksisting kepada rancangan yaitu

Penerapan Prinsip Design Thinking pada UI/UX Aplikasi Mobile Renas Fashion.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA