

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang industri pada *fashion* berkembang dengan pesat dikarenakan adanya faktor tren dan sosial media yang membuat seseorang ingin melakukan pembelian impulsif pada item *fashion*. Berdasarkan hasil penelitian (Sri Yunita et al, 2026), adanya fenomena *fast fashion* yang berkembang membuat seseorang ingin membeli pakaian dikarenakan oleh tren pasar dengan harga yang relatif murah. Di Indonesia, Gen z merupakan kelompok yang memiliki sifat konsumtif yang tinggi karena dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Dalam hal konsumtif item *fast fashion* pada Gen Z di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, sifat *Fear of Missing Out (Fomo)*, tren yang sedang berkembang, harga yang bersaing, dan desain produk, dengan adanya hal tersebut dijelaskan bahwa adanya dorongan dan tren dalam era digital yang menjadi pengaruh konsumtif pada Gen Z (Sri Yunita et al, 2026). Platform digital dan media sosial memiliki peran penting dalam memperkuat perilaku konsumtif dengan menyediakan sarana bagi individu untuk membagikan pengalaman secara langsung (Ayunda Pratiwi et al, 2026). Oleh karena itu perilaku konsumtif dapat terjadi dikarenakan kebiasaan seseorang dalam mengikuti tren yang sedang terjadi di sosial media. Pada artikel databoks.katadata.co.id yang di tulis oleh Adi Ahdiat (2025) menjelaskan bahwa selain kebutuhan pokok, produk fashion menjadi kategori yang sangat diminati oleh kalangan Gen Z di Indonesia. Berdasarkan hasil survei *Urban Banking* (2024) di artikel databoks.katadata.co.id yang dilakukan oleh Mandiri Institue menjelaskan bahwa produk fashion mencapai 48% hanya berada di bawah kebutuhan pokok yang mencapai 51%. Berdasarkan data tersebut menunjukan bahwa fashion telah menjadi salah satu prioritas utama dalam pengeluaran Gen Z sehingga dapat mendorong faktor konsumtif.

Dalam dunia fashion atau styling adanya hal kesulitan *mix and match* atau perpaduan dalam berpakaian yang dapat membuat seseorang menjadi kebingungan. Berdasarkan hasil penilitan yang dilakukan oleh (Hastie Audytra et al, 2022), menunjukan bahwa banyak Gen z masih mengalami kebingungan dalam menentukan pakaian yang sesuai dengan acara dan aktivitas yang akan dijalankan. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan koleksi pakaian yang dimiliki serta minimnya referensi mengenai cara untuk memadukan pakaian. Meskipun media sosial telah menjadi sarana yang memudahkan individu untuk mengeskpresikan pendapatan dan memperoleh referensi gaya berpakaian, tidak sedikit yang masih kesulitan dalam menciptakan kombinasi pakaian yang sesuai. Dengan permasalahan tersebut prinsip *capsule wardrobe* sangat membantu dalam mengurangi konsumtif dan membantu *mix and match* dalam berpakaian. Konsep *capsule wardrobe* diperkenalkan sebagai konsep pengelolaan pakaian yang lebih efisien dan berkepanjangan. *Capsule wardrobe* merupakan konsep berpakaian yang menekankan pada penggunaan koleksi pakaian pada jumlah yang terbatas, tetapi memiliki kualitas yang tinggi, desain yang minimalis, dan fleksibel untuk di *mix and match*. Menurut Martinez dan Clark (2023) dalam penelitian (Azzahra el al, 2024) menjelaskan bahwa penerapan konsep *capsule wardrobe* dapat mengurangi pengeluaran dalam pembelian item fashion dan meningkatkan efisiensi dalam memiliki pakaian sehari-hari. Selain itu, menurut Chen (2022) dalam penilitian (Azzahra el al, 2024) menjelaskna bahwa *capsule wardrobe* dapat mendorong individu mengurangi pola konsumsi dan lebih bertanggung jawab dengan kualitas dibandingkan dengan kuantitas dalam *item fashion* yang dimiliki.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perancangan media informasi berupa *lookbook* mengenai *capsule wardrobe* bagi mahasiswa pria. Media ini dirancang sebagai panduan visual yang memberikan pemahaman mengenai pemilihan item *fashion mix and match*, serta contoh penerapa *outfit* yang sesuai untuk aktivitas dan kegiatan sehari – hari. Dalam dunia *fashion*, *lookbok* adalah media piblikasi yang menyajikan kumpulan foto sebagai sarana untuk menampilkan konsep, model dan koleksi pakaian (Fitline, 2014). Di tengah era digital minat Gen Z terhadap buku fisik masih tergolong tinggi, berdasarkan data dari Indonesia

*Millenial & Gen Z Report (IMGR) 2026* dari *IDN Research Institute* di artikel Gramedia.id (2026) sebanyak 41% Gen Z di infonesia masih membaca buku fisik secara rutin, Data tersebut menunjukkan bawa buku fisik tetap menjadi media yang relevan di kalangan Gen Z.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang, penulis menemukan masalah yang menjadi utama dalam penelitian ini, yakni:

1. Mahasiswa dengan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dalam pembelian item fashion yang dipengaruhi oleh tren dan media sosial disertai dengan kesulitan dalam melakukan mix and match dalam berpakaian.
2. Informasi mengenai pengelolaan wardrobe yang praktis dan efisien, khususnya konsep *capsule wardrobe*, masih terbatas dan belum dikemas secara visual serta sistemasi untuk mahasiswa pria

Sehingga berdasarkan penguraian permasalahan, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai:

Bagaimana perancangan *lookbook* mengenai *capsule wardrobe* yang efektif dan bertahap untuk mahasiswa pria?

## 1.3 Batasan Masalah

Perancangan *lookbook* ini ditujukan kepada mahasiswa pria usia 18 hingga 25 tahun dengan status ekonomi menengah sampai tinggi (SES B-A) yang berdomisili di Jabodetabek dan aktif menggunakan media sosial sebagai referensi gaya berpakaian. Ruang lingkup perancangan dibatasi pada penyusunan media informasi berupa *lookbook* mengenai konsep *capsule wardrobe*, yang mencakup pembahasan pemilihan basic wardrobe essentials, prinsip mix and match, serta contoh penerapan outfit yang sesuai untuk aktivitas mahasiswa seperti kegiatan perkuliahan, presentasi dan aktivitas sehari-hari.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penulis adalah untuk merancang lookbook mengenai konsep *capsule wardrobe* bagi mahasiswa pria dalam bentuk lookbook. Media ini bertujuan untuk mengurangi sifat konsumtif pada item fashion dengan memperkenalkan dan membuat panduan mengenai konsep penerapan *capsule wardrobe*.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari perancangan media informasi mengenai *capsule wardrobe* untuk mahasiswa pria dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Adapun manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

##### **1.5.1 Manfaat Teoretis**

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menjadi referensi akademik mengenai pemanfaatan konsep *capsule wardrobe* sebagai pendekatan visual dalam meningkatkan literasi fashion dan kesadaran konsumsi yang lebih bijak di kalangan mahasiswa.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan panduan yang efektif bagi mahasiswa pria dalam membangun gaya berpakaian yang praktis dan sesuai dengan konteks aktivitas sehari-hari. Media ini juga diharapkan dapat membantu mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif dalam pembelian fashion serta menjadi referensi visual yang mudah di pahami oleh mahasiswa.