

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

2.1 Fashion

Fashion merupakan suatu ekspresi yang digunakan dalam menggambarkan busana pakaian, aksesoris, sepatu, *makeup*, *hairstyle*, dan *lifestyle*. *Fashion* merupakan sebuah bahasa yang menceritakan sebuah kisah tentang orang yang mengenakannya. Menurut Katherine Hamnett yang merupakan salah satu *top British fashion designer* “Pakaian menciptakan sarana komunikasi tanpa kata yang kita semua pahami” (Durcanin, 1999). *Fashion* bergerak mengikuti *trend* yang berganti setiap tahun atau setiap pergantian *season* baru.

2.2 Sejarah dan Perkembangan Fashion

Sejarah dan perkembangan *fashion* di dunia terjadi dari masa ke masa. Perkembangan *fashion* sendiri terjadi karena adanya kebutuhan dan tuntutan yang berbeda-beda oleh kalangan masyarakat. Dari desain pakaian yang rumit menjadi sederhana, mudah dikenakan, dan nyaman untuk dikenakan. Pada tahun 1900 hingga 2000an terjadi banyak perubahan yang signifikan terhadap dunia *fashion* yang mengubah cara berpakaian dan cara pandang masyarakat secara sepenuhnya.

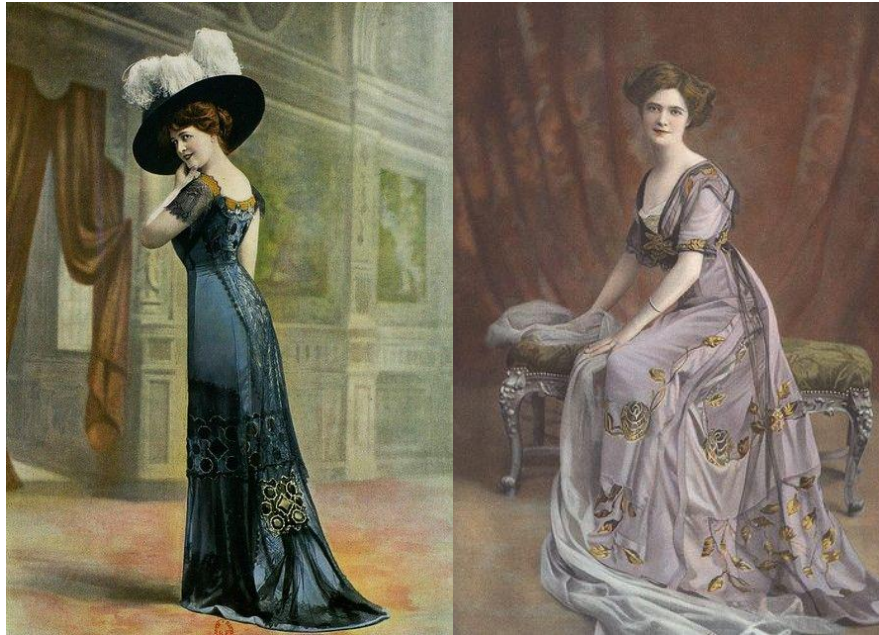
Fashion in the 1910s

Pada masa ini *style* yang populer dikalangan masyarakat merupakan *style S-shape* yang menunjukkan *silhouette* badan dengan menggunakan korset yang ketat. Pada periode ini juga muncul *Gibson Girl style* dan *flapper style* yang memiliki model yang sederhana dan nyaman untuk dikenakan (Fashionpedia, 2016).

a. Fashion trend:

- *Corset*
- *Hobble skirt*

- *Tunic dress*
- *Flapper dress*
- Seragam wanita
- Warna *monochrome*



Gambar 2.1 *Fashion in the 1910s*

Sumber : <https://www.flickr.com/>

b. *Fashion ikon:*

- Paul Poiret
- Lady Duff Gordon
- Jacques Doucet

Fashion in the 1920s

Pada masa ini dikenal dengan *golden era of France Fashion*. Dengan style yang mendominasi dunia *fashion* berupa *The 20's*, *Flapper style*, dan *Art Deco style*. Pada masa ini juga terkenal dengan istilah *little black dress* yang ditetapkan oleh seorang desainer ternama yaitu Coco Chanel,

a. *Fashion trend:*

- *Flapper dress*
- *Below-knee length drop-waist dress*

Fashion in the 1930s

Pada periode ini *feminine style* kembali muncul dengan *style* berpakaian yang *elegant* dan konservatif. *Style trend* pada masa ini disebut dengan istilah *The 30's* (Debbie & Oscar, 2014).

a. *Fashion trend:*

- *Ankle length skirts*
- *Evening dress*
- *Puff sleeves*
- *Large yokes*
- *Sports wear*
- *Fur collar*
- *Knit berets*
- *Oxford shoes*



Gambar 2.5 Fashion in the 1930s

Sumber : <https://vintagedancer.com/>

b. *Fashion ikon:*

- Bette Davis
- Katharine Hepburn

(Claire, 2017)

Fashion in the 1940s

Pada periode ini gaun *ready to wear* diadopsi oleh wanita moderen karena dianggap *elegant* dan moderen. Terdapat beberapa *style* yang mendominasi masa ini yang berupa *The 40's*, *military style*, *pin-upgirl style*, *the new look style*, dan *fetish style*. Pada masa ini terdapat istilah brupa *Raise the Riveter look* yang merupakan gabungan antara *workwear overal* dan *jeans* (Debbie & Oscar, 2013).

a. *Fashion trend:*

- *Knee length A-line dress*
- *Plaid A-line skirts*
- *Button down blouses*
- *Wide leg pants*
- *High waist pants*
- *Workwear overall*
- *Two piece bikini*
- *Lingerie*
- *Pep-toe heels*
- *Wedge sandals*



Gambar 2.6 Fashion in the 1940s

Sumber : <https://vintagedancer.com/>

b. *Fashion ikon:*

- Christian Dior
- Pierre Balmain
- Jacques Fath

Fashion in the 1950s

Pada masa ini *style* yang menjadi trend berbaur *vintage retro* dengan beberapa *style* yaitu *The 50's*, *teddy girl style*, *tropical style*, *preppy style*, dan *beatnik style* (Debbie & Oscar, 2014).

a. *Fashion trend:*

- *Tea length swing dress*
- *Slim sheath dress*
- *Tailored suit*
- *Kitten heels*
- *Small hats*
- *Jeans*
- *Pencil skirt*
- *Poodle skirt*



Gambar 2.7 Fashion in the 1950s

Sumber : <https://vintagedancer.com/>

b. *Fashion ikon:*

- Grace Kelley
- Marlyn Monroe
- Sophia Loren

Fashion in the 1960s

Pada periode ini *brand* pakaian *ready to wear* (RTW) memantapkan diri sebagai pengaruh besar dalam dunia *fashion*. Terdapat beberapa *style* pakaian yang menjadi populer pada masa ini yaitu *The 60's*, *Mondrian style*, *Hippie style*, dan *Jackie style*. *Jackie style* merupakan *style* pakaian yang ditenarkan oleh *First lady of the United State* Jackie Kennedy (Debbie & Oscar, 2014).

a. *Fashion trend:*

- *Babydoll clothing*
- *Shapless shift dress*
- *Botton-down shirt*
- *Turtleneck*
- *Bell bottom*
- *Jax pants*
- *Mini skirt*
- *Blue jeans*
- *Stochings*
- *Pop art jewelry*



Gambar 2.8 Fashion in the 1960s

Sumber : <https://vintagedancer.com/>

b. *Fashion Ikon:*

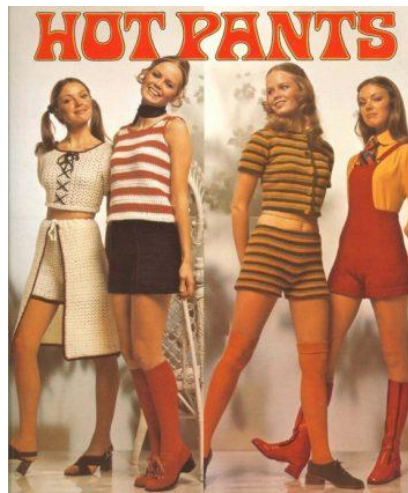
- Jackie Kennedy
- Brigitte Bardot
- Mary Quant

Fashion in the 1970s

Pada periode ini dunia *fashion* didominasi dengan *punk style* dan *hippie style*. Tetapi terdapat beberapa *style* lainnya yang juga mendominasi dunia *fashion* pada masa ini ya itu *The 70's*, *Annie Hall styl*e, dan *Lolita style* (Jepang) (Debbie & Oscar, 2018).

a. *Fashion trend:*

- *Ripped t-shirt*
 - *Maxi skirt*
 - *Hot pants*
 - *Tie and die cloathing*
 - *Granny dress*
 - *Shift dress*
 - *Tunic tops*
 - *Band shirts*
 - *Bell bottom pants*
 - *Long knit vest*
 - *Jumpsuits*
 - *Denim*
- (Debbie & Oscar, 2018)



Gambar 2.9 Fashion in the 1970s

Sumber : <https://vintagedancer.com/>

b. *Fashion ikon:*

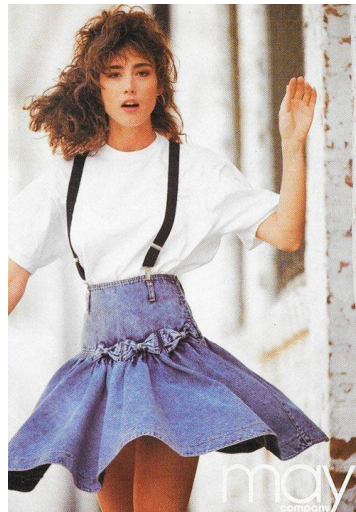
- Jacqueline Bisset
- Stevie Nicks
- Jerry Hall

Fashion in the 1980s

Pada periode ini *jeans* menjadi barang wajib yang dimiliki didalam lemari pakaian. Pada periode ini juga para wanita mengenakan setelan jas dengan *wide padded shoulders* ke kantor dan pakaian *fitness* sangat populer pada periode ini. *Style* yang mendominasi dunia berupa *80's power dressing*, *flashdance/ disco style*, *goth style*, *lingerie*, *modern equestrian style*, dan *kitsch style* (Daly, 2019)

a. *Fashion trend:*

- *Denim*
 - *Shoulder pads*
 - *Tracksuits*
 - *Ruffle*
 - *High-waisted jeans*
 - *Animal print*
 - *Neon color*
 - *Ray-Bans*
 - *Dancewear*
 - *Bally sneakers*
- (Moor, 2019)



Gambar 2.10 Fashion in the 1980s

Sumber: Magazinecharlifashion.weheartut.ru

b. *Fashion ikon:*

- Madonna
- Michael Jacson
- Boy George
- Putri Diana

Fashion in the 1990s

Pada periode ini *style* yang menggeluti dunia *fashion* berupa *minimalist style* dan *casual chic style*. Perubahan besar yang terjadi pada masa ini merupakan perubahan pada dress yang memberikan kesan glamor menjadi *dress* dengan kesan yang lebih *simple*. Bahan sintetis seperti *lycra spandex* dan *viscose* menjadi populer pada masa ini untuk membuat *figure-hugging clothes* (Retrowaste, n.d).

a. *Fashion trend:*

- *Oversized sweater*
- *Black leggings*
- *Sweatpants*
- *Skirts*
- *Birkenstocks*
- *Silk shirts*
- *Turtleneck*
- *Plain white keds*
- *Denim*
- *Low heel shoes*
- *Flannel shirts*
- *Bell bottom jeans*



Gambar 2.11 Fashion in the 1990

Sumber: Fashionbarbaramagazine.thewhitestyle.ru

b. *Fashion* ikon:

- Gwen Stefani
- Jennifer Aniston
- Jennifer Lopez

Fashion in the 2000

Gaya *fashion* yang disebut dengan *streetwear style* yang memiliki dasar pada pakaian nyaman yang digemari oleh masyarakat. Terdapat beberapa *style* pakaian yang juga mendominasi masa ini yaitu *hip-hop style*, *emo style*, *scene style*, dan *athleisurewear style*. Pada periode ini *brand-brand* besar menjadi lebih terkenal dari pada desainer. *Brand-brand* besar mengambil kesempatan untuk berkolaborasi dengan desainer untuk menjadi lebih besar (Dubitsky, 2019).

a. *Fashion trend*:

- *Cowl-neck shirts*
- *Yoga pants*
- *Low-rise jeans*
- *Peasant tops*
- *Capri pants*
- *Tutus*
- *Skinny jeans*
- *Cropped jackets*
- *Chunky belts*
- *Platform boots*
- *Ballet flats*
- *Hoodies*
- *V-neck sweaters*
- *Vans*



Gambar 2.12 Fashion in the 1990s

Sumber: <https://www.beautycuco.com/2020/01/18/women-spring-summer-fashion-outfits-ideas-trends-to-feel-the-hipster-look/10/>

b. *Fashion* ikon:

- Britney Spears
- Beyoncé
- Paris Hilton

Sampai sekarang terdapat 5 negara yang mendorong ide dan inovasi yang paling modis merupakan Inggris, Amerika, Prancis, Jepang, dan Italia. Pada masa ini negara-negara di Asia, Amerika Latin, Timur Tengah, dan Afrika muncul sebagai pasar utama untuk *industry fashion*. *Fashion* terus berubah dari masa ke masa untuk memenuhi keinginan *audience* yang terus berubah.

Pada zaman ini semua orang ingin terlihat unik, di mana dulu orang ingin terlihat sama dengan satu sama lainnya. *Fashion* telah berevolusi dari menjadi respon terhadap perubahan budaya menjadi refleksi dari kepribadian seseorang.

2.3 Sejarah dan Perkembangan *Multifunctional Clothes*

Multifunctional clothes pertama kali diluncurkan pada *spring summer wedding dress collection* tahun 1999 oleh seorang desainer yang berbasis di Jepang dan Paris yang bernama Yohji Yamamoto dengan istilah *Transformative Wedding Collection*. Peragaan busana yang diadakan pada tahun 1999 membuat para *audience* kagum, karena untuk pertama kalinya para model melepaskan pakaian untuk menunjukkan pakaian dengan *style* yang berbeda diatas *runway*. “Di balik gaun pengantin, ada banyak cerita,” kata Yohji Yamamoto, dan seperti gaun pengantin yang ia tunjukkan dan perkenalkan kepada para *audience* yang secara harafiah dapat berubah di depan mata para *audience* (Blanks, 2014).



Gambar 2.13 *transformative wedding collection*

Sumber: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1999-ready-to-wear/yohji-yamamoto/slideshow/collection>

Pada tahun 2007, Chalayan yang merupakan salah satu *fashion brand* yang diluncurkan di *London* pada tahun 1994 oleh Hussein Chalayan meluncurkan *Spring Summer collection 2007* dengan menggabungkan *fashion* dengan teknologi. Koleksi pakaian ini berbasis pada *avant garde* dengan pakaian yang dikendalikan oleh generator kain yang dapat mengubah siluet pakaian. Desain ini menampilkan salah satu solusi pada kurangnya sumber daya

pada masyarakat dengan tujuan satu pakaian dapat memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karena itu Husain Chalayan telah menciptakan pakaian yang serba guna dan memiliki fitur transformasi (Elliotfan, 2015).



Gambar 2.14 Chalayan spring summer collection 2007

Sumber: <https://courageousexpectations.wordpress.com/2015/10/25/the-dress-that-transform-hussein-chalayan/>

Pada tahun 2013 Chalayan meluncurkan koleksi yang diberi nama *Transforming Dress* yang merupakan busana pesta yang memiliki 2 model pakaian didalam 1 baju. Koleksi ini diluncurkan pada *Paris Fashion Week 2013* pada *season Autumn Winter 2013 collection* dengan nama *line Chalayan Black Line Autumn Winter 2013 Rise*. Koleksi tersebut dikembangkan dengan menggunakan metode pembongkaran dan *metamorphosis*.



Gambar 2.15 Chalayan black line autumn winter 2013 rise

Sumber: <https://www.dezeen.com/2013/03/06/rise-by-hussein-chalayan/>

Koleksi ini mengambil detail dari perabotan rumah tangga seperti sarung pelapis sofa dan sebagainya dan memadukan dengan pakaian yang memberikesan seperti roh yang meninggalkan tubuh tersebut. Koleksi ini terdiri atas *organza fitted dress* dan atasan dengan lapisan yang ringan (Howard, 2013).



Gambar 2.16 Chalayan black line autumn winter 2013 rise

Sumber: <https://www.dezeen.com/2013/03/06/rise-by-hussein-chalayan/>

Pada *Paris Fashion Week* edisi *Spring Summer 2016* yang berlokasi di *Salle Melpomène at Paris' Palais des Beaux-Arts*. Chalayan sekali lagi menampilkan pakaian yang larut jika terkena air, yang akan menampilkan pakaian yang indah dibawah lapisan pakaian yang larut terkena air (Leitch, 2015).



Gambar 2.17 Chalayan spring summer collection 2016

Sumber: <https://www.dezeen.com/2015/10/02/clothes-disintegrate-on-catwalk-hussein-chalayans-spring-summer-2016-show-paris-fashion-week/>

Pakaian lapisan terdepan yang terbuat dari kertas yang jika terkena air akan larut bersama air, yang akan memperlihatkan gaun pesta yang berada didalamnya yang berlapis kristal Swarovski. Ide dari pembuatan pakaian ini berupa transformasi militan di Cuba. Penggunaan air pada peragaan busana juga menggambarkan laut di Cuba (Howard, 2015).



Gambar 2.18 Chalayan spring summer collection 2016

Sumber : <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chalayan>

2.4 Jenis Bentuk Badan Wanita

Terdapat 5 bentuk badan dasar wanita yang dikenal dengan istilah *rectangle*, *inverted triangle*, *pear*, *hourglass*, dan *apple*. Setiap bentuk badan memiliki ciri khas masing-masing yang mempengaruhi cara berpakaian, karena tidak semua pakaian akan cocok jika dikenakan pada bentuk badan yang berbeda (Papell, n.d).



Gambar 2.19 Jenis Bentuk Badan Wanita

Sumber: <https://www.fashionactivation.com/fruit-body-shapes/>

2.4.1 *Rectangle*

Merupakan bentuk badan yang memiliki lebar serupa di seluruh tubuh yang dimulai dari bahu hingga pinggang. Pada bentuk badan ini akan difokuskan untuk membentuk lekukan pinggang. Pakaian dengan jenis *shift dress* akan sangat cocok untuk dikenakan oleh bentuk badan ini. *Trumpet dan pencil skirts* juga dapat membantu untuk membentuk sebuah bentuk badan. *Wrap dress* cocok untuk dikenakan pada bentuk badan ini karena dapat membantu untuk membentuk badan terutama pada bagian pinggang.



inverted triangle

2.4.2 *Inverted Triangle*



Merupakan bentuk badan yang memiliki bahu yang bidang, pinggang yang ramping, dan kaki yang indah. Pada bentuk badan ini dibutuhkan untuk menyeimbangkan bahu yang bidang dan mempersempit tubuh bagian bawah untuk membuat *hourglass silhouette*. *Wrap tops* dan *v-neck tops* sangat cocok untuk dikenakan pada bentuk badan ini. *A-line skirts*, untuk menambah volume badan bagian bawah dan membantu untuk menyeimbangkan dengan badan bagian atas. *Fit and flare dress* akan sangat cocok untuk dikenakan pada bentuk badan ini.



2.4.3 Pear

Merupakan bentuk badan yang memiliki bagian terluas pada bagian pinggang. Pada bentuk badan ini dibutuhkan untuk menyeimbangkan *figure* badan dengan menonjolkan bagian atas tubuh. Jenis pakaian yang cocok dengan bentuk badan ini berupa *fit and flare dress, of shoulder fit and flare, structures jackets*, dan *a-line skirts*. Pada jenis badan ini dibutuhkan untuk menonjolkan bagian terkecil pada pinggang.



2.4.4 Hourglass

Merupakan bentuk badan yang memiliki lekukan pinggang dengan pinggang yang lebih kecil. Pada jenis badan ini dibutuhkan untuk menonjolkan lekukan pada pinggang. Jenis pakaian yang cocok untuk dikenakan pada bentuk badan ini berupa *jump suit, tailored blazer, jacked, pencil skirts*, dan *wide leg pants*. *Warp dress* akan sangat cocok dikenakan pada bentuk badan ini karena dapat menonjolkan pada area antar pinggang dan pinggul.



2.4.5 Apple

Merupakan bentuk badan yang memiliki tubuh bagian bawah yang ramping dan bervolume pada badan bagian tengah. Pada jenis badan ini akan difokuskan untuk lebih menonjolkan bahu dan kaki. Jenis pakaian yang cocok untuk dikenakan pada bentuk badan ini berupa *steer away form-fitting tops, flowy styles, low rise, straight leg pants, dan shift dress*.

2.5 Silhouette and Line

Gagasan *line* pertama kali muncul dengan koleksi Dior antara tahun 1947-1957. Penggunaan *line* terus digunakan, pada tahun 1960 Pierre Cardin dan Courrèges menggunakan istilah *trapeze line*. Penggunaan kata *line* juga digunakan di Amerika Serikat, di Jepang, dan oleh desainer tertentu di Perancis untuk menggambarkan koleksi mereka (Gerval. O, 2007). *Line* juga berarti kerangka dan struktur pada pakaian. Terdapat beberapa *line* dasar yaitu *A-line*, *H-line*, *I-line / Shift*, *X-line*, *Y-line*, *Curved line*, *Empire line*, dan *Princess line* (Fashionpedia, 2016).

Silhouette merupakan suatu kata yang umum digunakan di dunia *fashion* yang merupakan *outline* dari sebuah pakaian (Hutchinga, n.d). Terdapat berbagai macam *silhouette* pakaian berikut merupakan 5 *silhouette* dasar:

2.5.1 Hourglass Silhouette

Hourglass silhouette memiliki penekanan pada bahu dan pinggang. Memiliki titik terkecil yang terletak pada bagian pinggang. *Silhouette* ini memberi kesan *feminine* pada penampilan dan menekankan pada *feminine curves* yang natural. Pada awal tahun 1900-an untuk mencapai bentuk *silhouette* ini dibantu dengan penggunaan korset.

2.5.2 S-curved Silhouette

S-curved silhouette memiliki penekanan pada bagian bahu dan setengah pada bagian atas tubuh. Memiliki sebuah kesamaan dengan *hourglass silhouette* yang berupa titik terkecil terletak pada pinggang.

2.5.3 Tubular Silhouette

Tubular silhouette merupakan *silhouette* yang paling sederhana. Memiliki kerangka yang lurus dari atas hingga bawah dan tidak terdapat penekanan pada bagian tertentu pada pakaian. Ide dari *tubular silhouette*

merupakan untuk menyederhanakan bentuk pakaian dan membuat garis-garis yang sederhana.

2.5.4 *Inverted Triangle Silhouette*

Inverted Triangle Silhouette memiliki penekanan pada bahu dan memperingan pada bagian pinggang. Ide atau gagasan pada *inverted triangle silhouette* merupakan untuk menawarkan *business-like silhouette* kepada para wanita.

2.5.5 *A-line Silhouette*

A-line silhouette merupakan sebutan lain dari *triangular silhouette*. *Silhouette* ini memiliki penekanan pada setengah bagian bawah pada tubuh, namun memiliki keunikan karena tidak menekankan pada pinggang. *Silhouette* ini sangat cocok untuk para wanita yang memiliki pinggul yang besar.

2.6 Fabrics

Jenis kain yang akan digunakan disesuaikan dengan mobilitas target user dan iklim di mana target user bekerja. Kain yang digunakan merupakan jenis kain yang memiliki sifat dingin dan nyaman untuk dikenakan dalam beraktivitas dengan jangka waktu yang lama. Pada dasarnya jenis kain yang digunakan untuk pakaian kerja terdiri atas:



Kain Katun

Gambar 2.20 Kain Katun



Kain Satin

Gambar 2.21 Kain Satin



Kain Linen

Gambar 2.22 Kain Linen



Kain Lycra

Gambar 2.23 Kain Lycra



Kain Viscose

Gambar 2.24 Kain Viscose



Kain Semi Wool

Gambar 2.25 Kain Semi Wool

Beberapa jenis kain yang digunakan untuk pakaian *hangout* dan untuk menghadiri *event* berupa :



Kain Satin

Gambar 2.26 Kain Satin



Kain Brocade

Gambar 2.27 Kain Brocade



Kain Dutchess

Gambar 2.28 Kain Dutchess



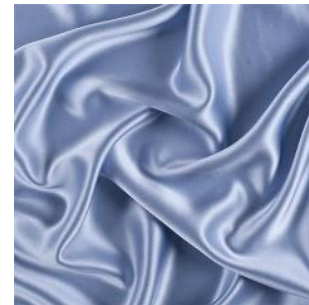
Kain Tulle

Gambar 2.29 Kain Tulle



Kain Lace

Gambar 2.30 Kain Lace



Kain Sutra

Gambar 2.31 Kain Sutra

2.7 Colors

Dalam dunia *textile*, sulit untuk menentukan warna jika tanpa diketahui apakah kain akan diwarnai menggunakan proses celup atau proses cetak. Sifat kain dan benang juga memiliki peran penting didalam pelaksanaan pewarnaan. Sama seperti kain, warna juga dipengaruhi oleh *trend*, *lifestyle evolution*, dan kemajuan teknologi dalam industri *textile*.

Terdapat dua periode penting yang menentukan rencana tahunan untuk perancangan busana yaitu pada bulan Februari – Maret dan September pada saat pameran tekstil besar seperti *Premiere Vision*, *Exprofil le Guir di Paris* dan *Texworld* berlangsung. Pemilihan warna untuk *trend* yang akan datang terjadi pada pameran tekstil besar tersebut.

Penggunaan warna didalam dunia *fashion* mengikuti aturan elemen yang sama seperti desain seni grafis. Tetapi warna yang digunakan didalam *fashion* sangat spesifik. Rentang warna yang indah dalam *fashion* juga disesuaikan dengan jenis pakaian. Sebagai contoh yaitu penggunaan warna pastel mudah untuk diasosiasikan pada *lingerie* dan pakaian bayi, warna gelap yang cocok untuk dikenakan pada musim dingin, warna cerah yang cocok untuk dikenakan pada musim panas dan juga pada pakaian anak-anak, warna metalik dan mengkilap yang cocok untuk dijadikan gaun pesta, dan warna neon yang cocok untuk digunakan pada pakaian olahraga.

Terdapat beberapa warna yang sangat kuat sehingga warna tersebut menjadi identitas suatu *brand*, sebagai contoh yaitu *Lavin's blue* atau *Hermès' orange* (Gerval. O, 2007).

2.8 Analisis Data

2.8.1 Target User

Wanita karir yang memiliki jadwal yang padat dan tidak memiliki waktu untuk pulang dan bersiap diri atau mengganti pakaian untuk acara lain sesuai kantor.

Geografis

- Wilayah : Surabaya
- Koordinat wilayah : 7° 16'S 112° 43'E
- Ukuran Daerah : 326,81 km² (12,618 sq mi)
- Kerapatan : 9.900/km² (26,000 sq mi)
- Iklim : tropis

Demografis

- Jenis Kelamin : Wanita
- Usia : 23-30 tahun
- Status : Belum menikah

- Pendidikan : S1
- Pekerjaan : Wanita karir
- Pendapatan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000,-
- *Social Economy Status* : A-B

Psikografis

- Gaya hidup moderen
- Pola hidup konsumtif dan padat
- Kekinian
- Suka mencoba hal baru

Behavior

- Aktif
- Praktis
- Suka beraktivitas
- Sibuk

Wawancara *target user* dilaksanakan pada tanggal 28 Januari 2020, dengan para narasumber yang merupakan 6 wanita karir di Surabaya yang bergerak di industri desain terutama *fashion*. Kesimpulan yang didapatkan melalui wawancara *target user* merupakan bahwa wanita karir memiliki jadwal yang padat yaitu dengan bekerja di pagi hingga sore hari yang lalu dilanjutkan dengan kegiatan di luar kantor pada sore hingga malam hari yang dapat berupa *hangout*, menghadiri *event-event*, dan sebagainya. Kendala yang dimiliki oleh ke-6 narasumber dapat dikatakan sama yaitu perlu membawa pakaian lebih jika seusai kantor terdapat kegiatan lainnya. *Style* pakaian yang diminati oleh para narasumber juga berbeda-beda yang disesuaikan dengan *image* dan bentuk badan para narasumber. Dengan bahan yang disesuaikan dengan mobilitas para narasumber yang nyaman untuk dikenakan.

2.8.2 Biodata Target User

a. Target User 1

Nama : Chelsea Flo
Tempat / Tanggal Lahir : Semarang / 11 Desember 1993
Usia : 26 tahun
Tempat tinggal : *Apartment*
Pekerjaan :
• *Fashion designer*
• *Beauty blogger*

Geografis

• Wilayah : Surabaya
• Koordinat wilayah : 7° 16'S 112° 43'E
• Ukuran Daerah : 326,81 km² (12,618 sq mi)
• Kerapatan : 9.900/km² (26,000 sq mi)
• Iklim : tropis

Demografis

• Jenis Kelamin : Wanita
• Usia : 26 tahun
• Status : Belum menikah
• Pendidikan : S1
• Pekerjaan : *Fashion designer and beauty blogger*
• Pendapatan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000,-
• Agama : Kristen
• *Social Economy Status* : A-B

Psikografis

- *Lifestyle* :

Sebagai seorang *head designer, PR, dan marketing* didalam perusahaan *fashion* ia dituntut untuk selalu tampil *fresh* dan menarik setiap saat. Didalam menjalankan pekerjaan sehari-hari yang dijalankan pada hari Senin – Jumat yang dimulai pukul 09.00 – 17.00, dan Sabtu yang dimulai pukul 09.00 – 13.00 pekerjaan yang dijalankan tidak hanya pekerjaan yang dikerjakan di kantor saja tetapi juga ada pekerjaan yang dilakukan di luar kantor seperti *meeting*, bertemu klien, dan *store visit*. Seusai kerja ia memiliki kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan sosial yang berupa kegiatan Gereja, *hangout* bersama teman atau keluarga, *meeting*, dan menghadiri *event-event*. Sebagai seorang *beauty blogger dan influencer*, ia juga dituntut untuk mencoba berbagai macam hal baru seperti produk *make up* dan pakaian – pakaian yang sedang menjadi *trend*. Sebagai seorang *influencer*, ia ingin membentuk identitas melalui *signaturenya*, sehingga dapat *menginfluence* banyak orang. Ia menyukai hal – hal yang bersifat baru, kekinian, dan moderen. Ia juga menjalankan *healthy lifestyle* dengan menjaga pola makan dan rajin ke *GYM* setiap hari Senin dan Kamis seusai kegiatan di kantor.

Behavior

- Aktif
- Suka bersosialisasi
- Praktis
- Perfeksionis
- Sibuk
- Ambisius

b. Target User 2

Nama : Anjanette Mimi

Tempat / Tanggal Lahir : Malang / 3 Desember 1995

Usia : 24 tahun
Tempat tinggal : Rumah
Pekerjaan : *Fashion designer*

Geografis

- Wilayah : Surabaya
- Koordinat wilayah : 7° 16'S 112° 43'E
- Ukuran Daerah : 326,81 km² (12,618 sq mi)
- Kerapatan : 9.900/km² (26,000 sq mi)
- Iklim : tropis

Demografis

- Jenis Kelamin : Wanita
- Usia : 24 tahun
- Status : Belum menikah
- Pendidikan : S1
- Pekerjaan : *Fashion designer*
- Pendapatan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000,-
- Agama : Katolik
- *Social Economy Status* : A-B

Psikografis

- *Lifestyle* :

Sebagai seorang *fashion designer* yang bekerja dibidang *design and production* didalam sebuah perusahaan *fashion*, ia memulai pekerjaannya pada hari Senin – Jumat yang dimulai pukul 09.00 – 17.00, dan Sabtu yang dimulai pukul 09.00 – 13.00. Terkadang ia memulai menjalankan pekerjaannya di kantor tetapi terkadang ia memulai pekerjaannya di toko kain atau bertemu penjahit untuk mengecek perkembangan produksi yang sedang dijalankan.

Karena mobilitas kegiatan yang tinggi ia dituntut untuk tetap berpenampilan fresh didalam maupun di luar kantor. Seusai menjalankan hari di kantor ia juga memiliki kehidupan sosial yang dapat berupa bertemu klien, *fitting* pakaian, dan *hangout* bersama keluarga dan teman. Karena ia tinggal di rumah bersama keluarganya, ia merupakan orang yang selalu mengutamakan keluarga terlebih karena ia memiliki adik perempuan yang masi duduk di tingkat SD. Karena mobilitas yang tinggi ia juga mengutamakan *simple and healthy life style*, ia juga akan selalu mencoba untuk perpenampilan menarik semaksimal mungkin agar tetap terlihat *fresh* disetiap kegiatan yang ia jalan kan didalam atau pun di luar kantor dan dalam kegiatan sosialnya tidak peduli jika kegiatan ini hanya berupa *hangout* bersama teman maupun keluarga.

Behavior

- Aktif
- Praktis
- Ambisius
- Sibuk
- Tenang
- Keibuan

c. Target User 3

Nama : Meidi Chandra
Tempat / Tanggal Lahir : Makassar / 11 Oktober 1995
Usia : 24 tahun
Tempat tinggal : *Apartment*
Pekerjaan :

- *Graphic design.*
- *Owner of Eira Beauty.*
- *Freelance designer.*

Geografis

- Wilayah : Surabaya
- Koordinat wilayah : 7° 16'S 112° 43'E
- Ukuran Daerah : 326,81 km² (12,618 sq mi)
- Kerapatan : 9.900/km² (26,000 sq mi)
- Iklim : tropis

Demografis

- Jenis Kelamin : Wanita
- Usia : 24 tahun
- Status : Belum menikah
- Pendidikan : S1
- Pekerjaan : *Graphic and freelance designer, owner of Eira Beauty*
- Pendapatan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000,-
- Agama : Katolik
- *Social Economy Status* : A-B

Psikografis

- *Lifestyle* :

Sebagai seorang *graphic designer* yang bekerja dibidang *social media and promotions* disebuah perusahaan *fashion*, ia menjalankan pekerjaannya pada hari Senin – Jumat yang dimulai pukul 09.00 – 17.00, dan Sabtu yang dimulai pukul 09.00 – 13.00. Sebagian besar pekerjaan ia jalankan didalam kantor, tetapi terkadang ia dituntut untuk menghadiri *meeting* yang dilaksanakan di luar kantor dan juga mengunjungi percetakan untuk memproduksi alat – alat promosi. Ia juga dituntut untuk selalu tampil *fresh* dan menarik setiap saat, karena terkadang terdapat *meeting* dadakan yang dijalankan di luar kantor yang dijalankan bersama pemimpin perusahaan

sehingga ia dituntut untuk perpenampilan rapi dan sopan. Seusai kegiatan di kantor ia juga memiliki kegiatan sosial lainnya seperti bertemu klien karena ia juga merupakan seorang *freelance designer*, *hangout* bersama teman, atau menghadiri *event-event* seperti *wedding*. Ia memiliki kegiatan yang padat setiap harinya. Ia juga selalu meluangkan waktunya pada hari Kamis untuk berolahraga bersama teman – temannya seusai kegiatan di kantor, yang selanjutnya dilanjutkan dengan *hangout*.

Karena merupakan seorang perantau ia tinggal seorang diri di *apartment*. Karena jarak *apartment* dan kantor yang jauh dan perjalanan ke *apartment* yang terhitung lama dan macat maka ia lebih senang untuk bersiap diri di kantor jika memiliki aktivitas lain seusai kegiatan di kantor yang bertujuan untuk menghemat waktu.

Behavior

- Praktis
- Suka beraktivitas
- Suka bergaul
- Mandiri
- Aktif
- Sibuk
- Ambisius

2.8.3 Consumer Journey / Lifestyle

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa wanita karir memiliki jadwal yang padat. Jadwal kerja yang berlangsung dari hari Senin hingga Jum'at atau dengan jadwal kerja yang berlangsung dari hari Senin hingga Sabtu (Pada hari Sabtu berlaku jam kerja setengah hari). Para wanita karir memulai kegiatannya dengan bekerja didalam kantor maupun di luar kantor jika terdapat aktivitas lainnya sebagai contohnya yaitu para wanita karir yang bergerak di

bidang *fashion* di mana wanita karir memiliki aktivitas di luar kantor yang berupa bertemu *klien*, membeli kain, dan mengunjungi penjahit.

Seusai jam kerja para wanita karir memiliki aktivitas lainnya yang dapat berupa bertemu klien di luar jam kerja (Untuk yang *freelance*), *hangout* bersama keluarga atau teman-teman, menghadiri *event-event* yang dapat berupa *wedding* atau *event* lainnya, dan berbagai acara lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa para target user memiliki jiwa yang ambisius dan percaya diri terhadap penampilan mereka di manapun mereka berada. Mereka akan selalu tampil *OOTD* dan menarik untuk dilihat orang lain. Karena dengan gaya atau *style signature* mereka terhadap cara berpakaian sehari-hari dapat membentuk identitas dan dapat *menginfluence* orang disekitar mereka agar percaya diri terhadap penampilan mereka. Dengan membentuk identitas melalui *signature* mereka, juga dapat membantu dalam beraktivitas pada keseharian yang padat di kantor maupun di luar kantor. Dengan *style signature* yang mereka ciptakan dapat membantu dalam menciptakan suatu *style* yang nyaman untuk digunakan dan meningkatkan rasa percaya diri mereka.

Sebagai wanita karir yang bergerak dibidang *fashion design*, tentu para target user mengenal suatu istilah yang berupa *self branding*. *Self branding* ini lah yang membentuk identitas yang berupa *style signature* mereka. Dengan adanya *self branding* ini dapat membantu orang lain untuk mengenali mereka hanya dengan melihat cara berpakaian mereka.

2.8.4 Keunggulan *Multifunctional Clothes*

Keunggulan yang dimiliki oleh *multifunctional clothes* merupakan mempermudah wanita karir dalam mengurangi barang bawaan yang dibawa ke kantor jika seusai kantor terdapat aktivitas lain yang membutuhkan pakaian dengan *style* yang berbeda. Mempermudah dalam proses mengganti pakaian pada saat yang dibutuhkan di mana dan kapan saja.

Multifunctional clothes juga dapat membantu jika terdapat situasi di mana mengenakan pakaian yang sama dengan orang lain, yang dapat membuat

situasi menjadi canggung. Dengan desain yang efisien *target user* dapat mengubah *style* pakaian dengan mudah dan cepat. Keunggulan yang lain berhubungan dengan *laundry*, dengan *multifunctional clothes* dapat mengurangi jumlah pakaian yang perlu untuk dicuci (Jia, 2014).

2.9 Usulan Pemecahan Masalah

Berdasarkan hasil riset dan wawancara kepada enam orang narasumber yang bekerja dibidang desain dan *fashion*, permasalahan dapat diselesaikan dengan menggunakan *multifunctional clothes* yang merupakan gabungan antara dua *style* pakaian atau lebih. Yang dapat berupa *style* pertama yang merupakan *style* pakaian kantor dan *style* kedua dapat digunakan *style* pakaian untuk pesta yang bersifat formal, *hang out*, atau pakaian dengan *style* kantor lagi tetapi dengan *style* yang lebih kasual dari pakaian kantor yang seharusnya.

Penggunaan *multifunctional clothes* dapat membantu para wanita karir untuk berganti pakaian dengan lebih cepat dan juga menjadi efisien karena dapat mengurangi beban barang bawaan ke kantor.

2.10 Kesimpulan

Wanita karir memiliki jadwal yang padat, yang dimulai dengan bekerja dan diakhiri dengan acara seperti *hangout* atau menghadiri *event-event* se usai kerja. Pakaian yang dikenakan juga disesuaikan dengan mobilitas wanita karir dan yang nyaman untuk segala aktivitas dari pagi hingga malam hari. Jenis pakaian yang dikenakan oleh setiap wanita memiliki *style* yang berbeda. *Style* pakaian disesuaikan dengan jenis bentuk badan *user* agar nampak indah pada saat digunakan. Pemilihan bahan yang akan digunakan akan disesuaikan dengan mobilitas dan kebutuhan para *target user* dan juga iklim kota Surabaya. Maka dari itu pemilihan bahan akan berupa kain yang memiliki sifat dingin dan dapat digunakan dalam aktivitas formal maupun non-formal.