

Lampiran 1: Wawancara dengan 5 Target Market Terkait Preferensi *Fashion* dan Cerita Rakyat**WAWANCARA**

Wawancara dilakukan pada Jumat, 27 September 2024 - Jumat, 4 Oktober 2024, dengan mewawancarai 5 orang sebagai acuan dalam perancangan busana *fashion* yang mengangkat cerita rakyat, sesuai dengan selera generasi muda.

Data Diri

Narasumber 1

- Nama: Rachel Winata
- Umur: 23 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa dan pekerja
- Pengeluaran: 1-2 juta/ bulan
- Domisili: Surabaya

Narasumber 2

- Nama: Emily Evelyne
- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa
- Pengeluaran: 1-1.8 juta/ bulan
- Domisili: Surabaya

Narasumber 3

- Nama: Isabella Dea Rengelia

- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa
- Pengeluaran: 2jt/ bulan
- Domisili: Surabaya
Narasumber 4
- Nama: Octaviana
- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa
- Pengeluaran: 900k-1jt/ bulan
- Domisili: Surabaya
Narasumber 5
- Nama: Michelle Natasya
- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa
- Pengeluaran: 2-3jt
- Domisili: Jakarta

Pertanyaan mengenai gaya hidup, gaya berbusana, dan preferensi *fashion* pribadi narasumber:

1. Seberapa sering Anda membeli pakaian (bulanan, setiap beberapa bulan, hanya saat diperlukan)?
 - Rachel: Setiap beberapa bulan saja
 - Emily: Sangat sering selama sedang *travelling*, diluar itu mungkin setiap 2 bulan membeli 1-2 baju, tergantung apakah ada promo atau diskon
 - Isabella: setiap satu bulan sekali

- Octaviana: biasanya membeli hanya saat diperlukan, setahun mungkin sekitar 4-5 kali
 - Michelle: Dulu cukup sering, namun karena memperhitungkan prioritas, sekarang jadi sekitar beberapa bulan sekali. Mungkin setahun bisa 2-3 kali, tergantung kebutuhan
2. Apakah Anda sering berbelanja pakaian secara *online* atau di toko fisik? Biasanya platform *online* apa yang paling sering Anda gunakan untuk berbelanja pakaian?
- Rachel: *Online*, biasanya melalui situs web resmi, Shopee, atau Tokopedia
 - Emily: Lebih sering toko fisik, jika *online* melalui Shopee dan situs web resmi
 - Isabella: Sering dua-duanya, jika melalui *online* biasanya di Shopee dan situs web resmi
 - Octaviana: *Online*, terkadang ikut PO. Biasanya melalui Shopee dan Instagram
 - Michelle: Keduanya sering, biasanya kalau *online* melalui Shopee, instagram untuk yang PO, dan web resmi toko
3. Bagaimana Anda mendeskripsikan gaya *fashion* sehari-hari Anda?
- Rachel: *Athleisure* dan *smart casual*
 - Emily: Saya biasanya memilih baju yang *girly*, *k-fashion*, dengan warna-warna pastel dan lucu. Tapi terkadang saya juga menggunakan *edgy style*
 - Isabella: Kasual, feminin, nyaman
 - Octaviana: Biasanya saya lebih ke kasual dan semiformal, saya suka memakai *loose pants/jeans* dengan atasan kaos polos dan kemeja (*crop*, *outer*). Saya tidak suka memakai baju dengan banyak corak/bergambar/*pattern* karena terkesan terlalu ramai
 - Michelle: *Korean casual looks* sih karena banyak terinspirasi dari sana. Akhir-akhir ini banyak menggunakan warna *monochrome*, dulu banyak pastel and *colorful*
4. Bagaimana gaya hidup Anda mempengaruhi pilihan busana sehari-hari (misalnya, gaya hidup yang aktif, banyak menghadiri acara formal atau kasual)?
- Rachel: Menyesuaikan dengan aktivitas sehari-hari (seperti olahraga atau acara kasual)

- Emily: Saat ini karena sedang magang, saya lebih sering menggunakan baju semi formal untuk pergi ke perusahaan. Tetapi saat *weekend* dan jalan jalan, saya akan memilih baju yang lebih *fashionable* dan kasual
 - Isabella: karena seringnya ke kampus jadi lebih sering memilih yang kasual dengan *style* yang feminin
 - Octaviana: Lebih ke baju formal dan kasual, karena aktivitas sehari-hari pergi kampus dan magang
 - Michelle: Sangat mempengaruhi, contohnya sekarang saya sedang magang jadi saya cari baju yang bisa dipakai untuk ke kantor. Lalu karena saya juga sering olahraga jadi beli baju lebih *sporty* seperti *jersey* yang bisa dipakai untuk olahraga dan jalan-jalan.
5. Apakah Anda sering mengikuti perkembangan tren fashion terbaru? Jika ya, dari mana Anda biasanya mendapatkan informasi tren tersebut?
- Rachel: Ya, biasanya dari sosial media dan selebriti/selebritas
 - Emily: Iya, dari Tiktok dan Instagram
 - Isabella: Iya pasti, dari Instagram dan Tiktok
 - Octaviana: Iya mengikuti, biasanya dari Instagram dan TikTok, dari para *influencer*
 - Michelle: Tidak terlalu mengikuti sih, tapi biasanya kalau ada yang sedang *trend* dan saya suka baru biasanya saya cari. Biasa banyak dapat informasi melalui Instagram *reels* & Youtube *shorts*
6. Dalam keseharian, apakah Anda merasa perlu memiliki pakaian yang multifungsi, misalnya bisa digunakan dalam situasi formal maupun casual?
- Rachel: Perlu
 - Emily: Iya biasanya saya mempertimbangkan hal tersebut. Baju yang saya beli harus bisa digunakan di beberapa *style*, dalam situasi formal maupun non formal
 - Isabella: Sangat perlu, karena pilihan baju saya kebanyakan terlalu kasual jadi terkadang bingung pakai baju apa ketika hendak datang ke acara formal
 - Octaviana: Iya perlu, karena menurut saya jadi lebih menghemat dan tidak ribet
 - Michelle: Perlu karena bisa lebih menghemat, jika bisa multifungsi kenapa tidak
7. Seberapa penting kualitas material dalam keputusan Anda untuk membeli pakaian?

- Rachel: Cukup penting
 - Emily: Dari 1-10 mungkin sekitar 7, karena saya sendiri lebih suka dengan model dan *design* yang lucu unik dibandingkan kenyamanan
 - Isabella: Sangat penting
 - Octaviana: Sangat penting karena untuk kenyamanan saat memakainya
 - Michelle: Lumayan penting, tapi menurut saya pribadi lebih penting model sih
8. Segi apa saja yang Anda cari ketika memilih pakaian?
- Rachel: Fungsionalitas, kecocokan dengan bentuk tubuh, keserasian dengan citra diri
 - Emily: Dari segi model, harga , dan yang terakhir kenyamanan
 - Isabella: model baju, kain, potongannya yg sesuai dengan bentuk tubuh
 - Octaviana: *Cutting* dan bahan, terutama *cutting* karena *cutting*-an baju yang bagus membuat baju terlihat lebih *on point* saat dipakai dan proporsional
 - Michelle: segi model nomor satu (apakah cocok atau tidak), terus dari segi fungsionalitas (bisa dipakai kemana), baru sisanya harga, bahan, kualitas dll.

Pertanyaan mengenai budaya Indonesia, secara khusus pada perpaduannya di dalam *fashion* untuk mengetahui selera narasumber:

9. Apakah Anda tertarik pada *fashion* yang terinspirasi dari budaya Indonesia? Jika ya, seberapa penting aspek tersebut dalam keputusan Anda untuk membeli?
- Rachel: Ya, cukup penting
 - Emily: Ya, bagi saya cukup penting jika baju tersebut bisa dipadukan dengan desain modern
 - Isabella: Tertarik, karena ini sesuatu yang baru, unik, dan sampai sekarang baju saya yang ada unsur budayanya cuma batik, kalau ada yang mengangkat unsur budaya Indonesia yang lainnya saya tertarik buat beli

- Octaviana: Sangat tertarik, dengan memakai baju tersebut tentu menjadi kebanggaan sendiri karena bisa memamerkan budaya Indonesia melalui baju
 - Michelle: Tertarik sih tapi belum terlalu ada gambaran. Baju saya biasanya lebih ke arah *casual look*, biasanya kurang cocok kalo sama budaya Indonesia yg kaya batik, kebaya. Jadi untuk membeli, masih melihat dulu modelnya
10. Bagaimana pendapat Anda tentang pakaian yang menggabungkan elemen budaya dengan desain modern?
- Rachel: Mode pakaian ini bisa berguna untuk pelestarian budaya sekaligus *fit in* dengan keadaan zaman saat ini.
 - Emily: Menurut saya itu sangat kreatif, mengingat banyak remaja sekarang yang mulai meninggalkan budaya Indonesia. Jadi kalau ada pakaian yang bisa menggabungkan elemen budaya Indonesia, itu sangat keren.
 - Isabella: MENARIK
 - Octaviana: Sangat inovatif sekali, penggabungan dua hal tersebut tentu menarik perhatian para anak muda
 - Michelle: Bagus karena melestarikan budaya indonesia, dan kreatif juga idenya.
11. Apakah Anda lebih suka jika elemen tradisional dalam busana terlihat jelas atau lebih tersirat dalam desain modern? Mengapa demikian?
- Rachel: 50:50, karena jika terlihat terlalu jelas, bisa membuat seseorang terlihat seperti tertinggal di masa lampau dan tidak *modest*. Sedangkan jika terlalu modern, orang lain tidak dapat melihat elemen tradisional tersebut.
 - Emily: Saya pribadi lebih suka tersirat dalam desain modern karena terkesan lebih misterius dan unik. Sehingga bisa membuat orang lain penasaran dengan pakaian tersebut.
 - Isabella: Yang tersirat supaya kelihatan lebih modern tapi saat org lain lihat elemen itu, mereka masih dapat mengenali bahwa itu elemen tradisional
 - Octaviana: Kalau berkaitan dengan budaya lebih baik terlihat jelas bukan tersirat, karena pesan/payet/gambar lebih terlihat jelas dan memperlihatkan ciri khas dari budaya tersebut tanpa adanya perubahan elemen yang signifikan. Elemen yang jelas juga jadi *point* utama, jadi buat apa kalau dibentuk secara modern? Unsur tradisionalnya dapat hilang, dan juga takut menimbulkan kesalahpahaman/kontroversi di

kalangan masyarakat apabila elemen dibuat terlalu modern, mungkin model baju seperti cutting/*style* nya saja yang modern tapi elemen tetap mempertahankan ciri khas nya.

- Michelle: Tergantung juga sih bajunya baju pesta atau baju untuk *daily*. Kalo untuk *daily* menurut saya bagus yang tersirat, kalo untuk pesta lebih baik yang terlihat jelas. Karena menurut saya kalau terlalu terlihat jelas cuma bakal dipake di *ocasion* tertentu aja. Dan saya pribadi kan *Chinese*, kalo kondangan juga *mostly* ga menggunakan busana yang kebaya gitu, jadi menurut saya pribadi lebih baik tersirat. Cuma kalo peruntukannya untuk *fashion show* ya terlihat jelas bagus sih.

Pertanyaan mengenai cerita rakyat Indonesia, untuk mengetahui bagaimana pengetahuan dan pandangan narasumber mengenai budaya cerita rakyat:

12. Seberapa besar ketertarikan Anda pada cerita rakyat budaya Indonesia?

- Rachel: Cukup tertarik, banyak mendengar cerita-cerita rakyat Indonesia.
- Emily: 10 , saya sangat tertarik
- Isabella: Sangat tertarik!
- Octaviana: Dari kecil saya sangat suka sekali cerita rakyat Indonesia, selain seru dan asik menurut saya banyak sekali pesan moral yang terkandung.
- Michelle: Cukup tertarik, suka baca dan mau cari tau

13. Apakah selama ini Anda banyak mengetahui atau mengikuti cerita-cerita rakyat Indonesia? Tolong sebutkan beberapa yang Anda ketahui.

- Rachel: Ya. Cerita Malin Kundang, Asal-usul Danau Toba, Timun Mas, Keong Mas, Nyi Roro Kidul, Roro Jonggrang, Muasal Danau Batur, Si Pitung, Sangkuriang, Jaka Tarub.
- Emily: Tau beberapa, seperti Timun Mas, Bawang Merah dan Putih, Ande Ande Lumut, Putri Tandampalik.
- Isabella: Tau yang terkenal Malin Kundang, Jaka Tarub, Joko Bodo, Joko Kendil
- Octaviana: Ya, favorit saya Bawang Putih Bawang Merah, Timun Mas, Danau Toba, Keong Mas

- Michelle: Dulu suka baca-baca dan nonton versi film di indosiar, beberapa yang saya ketahui: Maling Kundang, Candi Borobudur, Jaka Tarub, Sangkuriang, Danau Toba, Pesut Mahakam, Timun Mas, dll

14. Apakah menurut Anda cerita rakyat di Indonesia ramai dibicarakan oleh generasi muda? Apa alasannya?

- Rachel: Iya tapi yang terkenal secara umum seperti Malin Kundang, karena cerita rakyat ini banyak dimasukan ke dalam pelajaran sastra sewaktu SD dan pesan moralnya sangat kuat mengenai orang tua.
- Emily: Tidak terlalu ramai, tetapi jika cerita tersebut bisa diangkat menjadi *trending* (seperti kisah percintaan) maka saya yakin bisa dibicarakan banyak generasi muda.
- Isabella: Sebenarnya cerita rakyat sudah mulai jarang dibicarakan oleh generasi muda, tapi ini bisa jadi peluang buat bisnis baru
- Octaviana: Masih dibicarakan tapi jarang, dibahas saat ada cerita yang memang *relate* (pesan moral) dengan percakapan yang dibahas
- Michelle: Beberapa yang terkenal saja yang banyak dibicarakan, karena sering disebut oleh orang tua dan guru di sekolah

Pertanyaan mengenai cerita rakyat Indonesia yang dituangkan dalam *fashion*, untuk melihat bagaimana referensi dari narasumber:

15. Apakah Anda merasa produk *fashion* dengan sentuhan budaya dan cerita rakyat memiliki nilai tambah dibandingkan produk lainnya? Jika ya, bagaimana Anda mendefinisikan nilai tambah tersebut?

- Rachel: Ya, memberikan nilai tambah dalam kontribusi cinta Tanah Air, serta menambah nilai budaya dalam melestarikan produk lokal dan tradisional.
- Emily: Iya karena ada peran filosofi cerita rakyat dibelakangnya, ditambah dengan keunikannya
- Isabella: TENTU IYA, kan di setiap baju itu punya ceritanya masing-masing apalagi kalau ada sentuhan budaya dan cerita rakyatnya, kalau suatu barang punya konsep yang kuat pasti punya nilai tinggi

- Octaviana: Tentu saja, pakaian yang biasanya hanya dipakai namun karena adanya sentuhan budaya dan cerita rakyat membuat pakaian memiliki nilai tersendiri, berkesan, dan punya makna dibanding pakaian biasa lainnya
 - Michelle: Ya, karena bisa membawa budaya Indonesia yang mulai pudar di mata masyarakat. Yang biasanya orang-orang udah lupa
16. Jika sebuah koleksi *fashion* terinspirasi dari cerita rakyat, apa yang menurut Anda paling penting untuk diterjemahkan ke dalam desain: visual (motif, warna), narasi (cerita di balik desain), atau keduanya?
- Rachel: Lebih ke visualnya, karena lebih dapat dimengerti orang.
 - Emily: Keduanya sangat penting
 - Isabella: Keduanya, jadi nantinya di koleksi *fashion* itu ada berbagai motif yang mewakili berbagai cerita
 - Octaviana: Keduanya penting karena saling melengkapi, *balance*
 - Michelle: Sebenarnya pertama pasti visual, karena nampak langsung. Tapi jika ada narasinya menurutku memberikan nilai tambahnya dan menyentuh hati juga sih, nilai jualnya bisa lebih mahal
17. Jika motif yang pada koleksi dibuat khusus untuk menggambarkan cerita rakyat, bagaimana preferensi Anda untuk motif tersebut?
- Rachel: Seperti tipe motif *chinoiserie*, sepertinya kalau dongeng dituangkan dalam bentuk kayak motif tipe ini bagus sih, menarik. Alternatif lain mungkin bisa dijadikan geometris, objek-objek dalam cerita rakyatnya dituangkan dalam bentuk geometris
 - Emily: Dari saya mungkin harus ada keseimbangan antara tradisional dan modern. Warna dan keterkaitan cerita juga sangat penting.
 - Isabella: Ya dibuat yang mewakili cerita rakyat itu aja, motifnya tidak harus yang sama persis sama ceritanya, kalau seperti itu nanti bakal jadi lebih unik dan modern
 - Octaviana: Preferensi saya suka jenis desain dari desainer Christie Basil, saya suka sekali dengan *fashion designer* tersebut dalam membuat gaun pernikahan yang punya banyak cerita di dalamnya, sehingga penuh makna
 - Michelle: Lebih suka yang ada hiasan tapi 1 *tone/* warna saya, bukan yang mencolok. Contoh dihias dengan berlian, *beads*. Kalaupun ada yang beda warna juga bukan yang heboh/norak.

18. Apakah Anda merasa *fashion* yang mengangkat cerita rakyat dapat membantu memperkenalkan berbagai cerita rakyat Indonesia ke generasi muda?

Mengapa demikian?

- Rachel: Tentu, karena tidak semua generasi muda di zaman ini pernah diajarkan atau bahkan mendengar cerita-cerita rakyat Indonesia. Hal itu sudah tergerus perkembangan zaman ditambah minimnya edukasi dari lembaga pendidikan. Dengan dilakukannya hal ini, generasi muda diperkenalkan secara tidak langsung dan mereka jadi bisa mencari tahu lebih.
- Emily: ya karena semua orang yang pakai pasti akan mencari terlebih dahulu pakaian apa yang akan mereka beli, sehingga itu akan membuat mereka tau cerita rakyat Indonesia.
- Isabella: Tentu sangat membantu, karena anak muda sekarang sudah mulai terbuka sama batik jadi semestinya kalau memang ada *fashion* yang mengangkat cerita rakyat dan motifnya dibuat unik, anak muda pasti penasaran, mulai cari tentang cerita rakyat yang diangkat dan tertarik buat beli produknya
- Octaviana: Tentu saja! Menurut saya itu akan menjadi keunikan tersendiri yang membangun gairah untuk belajar lebih banyak tentang cerita rakyat
- Michelle: Pasti dong, saya tidak tahu spesifiknya apakah generasi muda zaman sekarang masih terpapar dengan cerita rakyat. Tapi sepertinya sudah tidak terlalu terutama yang sekolahnya di sekolah swasta/international. Selain itu saat ini kan sudah tidak ada film cerita rakyat di TV, meskipun ada sepertinya anak sekarang tidak akan menonton. Sedangkan jika buku, saat ini Indonesia cenderung darurat literasi

19. Apa yang Anda harapkan dari koleksi pakaian yang terinspirasi dari cerita rakyat Indonesia?

- Rachel: Saya berharap cerita rakyat bisa dituangkan dalam desain yang semenarik mungkin dan menyesuaikan *style* dan preferensi pasar saat ini, baik itu visualnya maupun *style* pakaiannya
- Emily: Dibuat secara tersirat dengan motif unik, jika bisa ditambahkan dengan batik agar bisa digunakan untuk ke kantor juga saat hari batik. Untuk pakaiannya sendiri mungkin bisa dibuat dengan unik seperti *outer* dengan model unik, rok, dll
- Isabella: Motifnya yang unik, mungkin kalau ada sedikit *embellishment*-nya juga bagus untuk menambah tekstur
- Octaviana: Desain yang bagus, narasi, cara pengemasan bentuk cerita ke bordiran/payet-nya

- Michelle: Pengen liat narasi dan cerita dibalik pembuatan baju itu sih. Pengen juga yang modern dan bahannya ga panas supaya bisa dipakai *daily*, tp sekali lihat bisa ada *hint* kecil (besar jg boleh) bahwa ada cerita tersebut di baliknya.
20. Jika ada *brand ready-to-wear* yang mengangkat konsep cerita rakyat, apakah Anda tertarik membelinya?
- Rachel: YES YES
 - Emily: Iya tetapi saya akan mempertimbangkan kembali modelnya
 - Isabella: SANGAT TERTARIK
 - Octaviana: Iya, karena menarik dan ada *value* lebih
 - Michelle: Belum tahu karena belum ada gambaran dapat dipakai kemana, tergantung desainnya jika sesuai iya
21. Berapa *range* harga yang kira-kira Anda mau keluarkan untuk koleksi *ready-to-wear* dengan konsep cerita rakyat? (per pcs)
- Rachel: Rp 400.000,00 - Rp 600.000,00 untuk satuan, Jika set mungkin bisa pada range Rp 600.000,00 - Rp 850.000,00
 - Emily: Rp 400.000,00 - Rp 600.000,00
 - Isabella: Rp 600.000,00 - Rp 850.000,00
 - Octaviana: Rp 400.000,00 - Rp 600.000,00
 - Michelle: Rp 600.000,00 - Rp 850.000,00

Lampiran 2: Wawancara dengan 3 Generasi Muda Terkait Promosi *Brand Fashion*

WAWANCARA

Wawancara dilakukan Jumat, 22 Maret – Minggu, 24 Maret 2025, dengan mewawancarai 3 orang generasi muda di lingkungan sekitar. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan *insight* mengenai preferensi dan kebiasaan mereka dalam menerima promosi dari *brand fashion*, terutama dalam konteks promosi berbasis *storytelling*.

Data Diri

Narasumber 1

- Nama: Audi Wibisono
- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Pekerja
- Domisili: Jakarta

Narasumber 2

- Nama: Michelle Natasya
- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa
- Domisili: Jakarta

Narasumber 3

- Nama: Octaviana
- Umur: 21 tahun
- Kesibukan: Mahasiswa dan *Part Time Job Workers*

- Domisili: Surabaya

Pertanyaan:

1. Media sosial apa yang paling sering kamu gunakan? Biasanya scroll jam berapa aja?
 - Audi: Media sosial yang paling sering saya gunakan saat ini adalah TikTok, Instagram, dan LinkedIn. Secara umum, waktu yang saya habiskan untuk menggunakan media sosial bergantung pada waktu lowong dan volume kegiatan saya, namun secara rata-rata berada pada kisaran 4-5 jam tiap hari pada waktu senggang saya di siang hari (jam istirahat) dan malam sebelum tidur.
 - Michelle: Media sosial yang paling sering saya gunakan saat ini adalah Instagram dan Twitter, biasanya saya mengaksesnya pada sore hingga malam hari, dengan durasi sekitar 1–3 jam per hari.
 - Octaviana: Saya paling sering menggunakan TikTok, sedangkan Instagram biasanya hanya saya buka di siang hari. TikTok hampir selalu saya akses setiap malam.
2. Saat melihat produk *fashion* di media sosial, apa yang membuat kamu tertarik untuk klik atau cari tahu lebih lanjut?
 - Audi: Secara umum, saya selalu menelusuri lebih lanjut suatu produk *fashion* jika sesuai dengan *style* dan estetika yang saya sukai. Selain itu, saya juga akan mencari informasi lebih lanjut apabila produk tersebut dibutuhkan untuk berbagai kegiatan saya atau untuk menyesuaikan dengan *dresscode* dari suatu acara.
 - Michelle: Saya biasanya tertarik untuk mengklik atau mencari tahu lebih lanjut tentang produk *fashion* di media sosial jika *styling* bajunya terlihat *eye-catching* dan cantik.
 - Octaviana: Saya tertarik jika *styling* atau perpaduan outfit-nya terlihat menarik dan estetik. Hal itu membuat saya penasaran, ingin melihat lebih lanjut.
3. Konten seperti apa yang paling kamu suka dari brand *fashion*?
 - Audi: Sebagai seseorang yang masih awam dalam dunia *fashion*, konten paling berkesan dari sebuah *brand fashion* adalah ketika *brand* tersebut dapat terhubung dengan target konsumennya. Dengan demikian, daya tarik konten sangat bergantung pada estetika dan

fungsionalitas dari produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, saya merasa *brand* Kuose sangat menarik perhatian saya melalui iklannya yang berkaitan dengan OOTD dan *Mix & Match Outfit*. Selain itu, keseluruhan set dalam iklan tersebut juga diperhatikan agar sesuai dengan estetika yang diusung oleh *brand*.

- Michelle: Konten dari *brand fashion* yang paling saya sukai adalah OOTD dan *mix & match outfit*, karena bisa memberi inspirasi cara memadupadankan pakaian.
 - Octaviana: Saya paling suka konten OOTD, *mix & match outfit*, dan *storytelling* produk karena membuat *brand* terasa lebih hidup dan dekat.
4. Apakah kamu suka kalau sebuah *brand* menceritakan makna atau cerita di balik desain produknya? Kenapa?
- Audi: Saya pribadi tertarik untuk memahami lebih dalam makna dan cerita di balik sebuah *brand*. Menyelami kisah di balik setiap desain tidak hanya membuat saya lebih menghargainya, tetapi juga membantu saya memahami visi yang ingin disampaikan oleh *brand* tersebut. Dengan pemahaman ini, saya dapat mengapresiasi dan memanfaatkannya secara lebih maksimal.
 - Michelle: Saya suka jika sebuah *brand* menceritakan makna atau cerita di balik desain produknya, karena bisa membantu saya memahami filosofi produk tersebut dan menciptakan koneksi lebih dalam antara konsumen dan produk.
 - Octaviana: Sangat suka, karena *brand* tersebut tidak hanya menjual produk, tapi juga memberikan nilai lebih yang membuat produknya terasa berbeda dari *brand* lain.
5. Cerita seperti apa yang bikin kamu merasa lebih “terhubung” dan tertarik dengan suatu produk *fashion*?
- Audi: Saya selalu tertarik dengan cerita yang mengangkat tema *women empowerment*, kebebasan berekspresi, dan isu sosial, karena ketiga hal tersebut memiliki dampak yang besar dalam kehidupan. *Fashion* bagi saya bukan sekadar tentang berpakaian, tetapi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang mampu mencerminkan kepribadian, nilai, visi misi, serta aspirasi seseorang. Melalui *fashion*, seseorang dapat menyuarakan pesan, menunjukkan identitas, dan berkontribusi terhadap perubahan sosial. Itulah mengapa saya melihat *fashion* sebagai media berekspresi tetapi juga memiliki makna mendalam dan dapat diterapkan secara praktis dalam kehidupan sehari-hari.
 - Michelle: Jenis cerita yang paling membuat saya merasa "nyambung" dengan sebuah produk *fashion* adalah cerita tentang perjalanan hidup, karena terasa lebih relevan dan *relatable*.

- Octaviana: Saya merasa terhubung dengan cerita tentang perempuan kuat, cerita rakyat, dan perjalanan hidup, karena terasa bermakna dan memberi kedalaman pada pakaian yang dikenakan.
6. *Storytelling* dalam bentuk apa yang paling kamu sukai?
- Audi: Sejak kecil, saya lebih suka membaca komik daripada menonton video berdurasi panjang. Karena itu, saya merasa bahwa media *storytelling* yang paling efektif adalah konten berbentuk komik *carousel*. Selain itu, konten di Instagram *Story* karena lebih interaktif, serta memberikan kesempatan bagi audiens untuk berpartisipasi langsung melalui fitur *polling*, Q&A, atau bahkan link yang mengarah ke detail produk. Format tersebut tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memungkinkan penyampaian cerita yang ringkas, padat, dan mudah dipahami.
 - Michelle: Bentuk *storytelling* yang paling saya sukai adalah video pendek, namun *carousel* juga cukup menarik untuk diikuti.
 - Octaviana: Saya lebih suka video pendek karena lebih menarik dan tidak membosankan seperti membaca *caption* panjang.
7. Siapa yang menurut kamu paling menarik untuk menyampaikan cerita dari suatu produk *fashion*? (Desainer langsung / Narasi teks / Lainnya)
- Audi: Saya pribadi itu bergantung pada bentuk dan isi konten yang ingin disampaikan dari suatu produk *fashion*. Bagi saya, efektivitas suatu konten dalam produk *fashion* sangat bergantung pada bentuk dan isi yang disampaikan. Cara penyajian yang tepat dapat membuat sebuah produk lebih menarik dan mudah dipahami. Desainer, narasi teks, model atau bahkan tokoh budaya memiliki peran penting dalam membangun *storytelling* yang kuat. Pemilihan yang sesuai dapat membantu *brand* menyampaikan pesan dengan lebih autentik dan beresonansi dengan audiensnya.
 - Michelle: Menurut saya, yang paling menarik untuk menyampaikan cerita dari suatu produk *fashion* adalah desainer langsung, karena terasa lebih autentik dan personal.
 - Octaviana: Saya paling tertarik jika cerita disampaikan langsung oleh desainer, karena penyampaiannya terasa lebih personal dan tulus dari hati si pembuatnya.
8. Apakah cerita di balik suatu produk bisa bikin kamu jadi lebih yakin untuk beli, walaupun harganya sedikit lebih mahal?

- Audi: Cerita mengenai proses perjalanan dalam membentuk suatu produk, terutama dalam bentuk *snippets*, cenderung membuat saya lebih yakin untuk membeli, bahkan dengan harga yang sedikit lebih mahal. Saya sangat mengapresiasi transparansi dalam proses, terutama jika menyoroti aspek kualitas dan keberlanjutan (*sustainability*). Melalui *storytelling* yang menarik, saya dapat melihat dedikasi di balik setiap detail produk, yang pada akhirnya menambah nilai dan makna dalam keputusan pembelian saya.
 - Michelle: Cerita di balik produk bisa membuat saya lebih yakin untuk membeli, meskipun harganya sedikit lebih mahal, tergantung seberapa kuat ceritanya menyentuh atau relevan.
 - Octaviana: Ya, saya akan semakin tertarik, apalagi jika produknya bersifat *custom*. Itu membuat saya merasa produknya lebih spesial.
9. Apa yang bikin kamu follow dan tetap tertarik dengan konten-konten *brand fashion* di media sosial?
- Audi: Saya tertarik pada sebuah *brand fashion* di media sosial ketika mereka mampu menghadirkan *value* yang bermakna. Bagi saya, *brand* yang dapat membuat setiap penggunanya merasa unik dan bebas berekspresi memiliki daya tarik tersendiri. Namun, saya juga tidak bisa mengabaikan peran konten estetik dan *storytelling* yang menarik dalam membangun kesan yang kuat. Perpaduan antara makna yang mendalam dan visual yang memikat membuat sebuah brand terasa lebih berkesan dan relevan di mata saya.
 - Michelle: Saya mengikuti *brand fashion* di media sosial karena kontennya estetik dan produknya terlihat unik atau cantik. Saya akan tetap mengikuti dan tidak melewatkan kontennya jika *brand* tersebut rutin membagikan produk baru yang estetik, serta aktif memberikan informasi penawaran yang menarik.
 - Octaviana: Saya tertarik jika *brand* memiliki cerita menarik di balik produknya dan desain produknya juga unik. Cara penyajian kontennya dan gaya bajunya juga menjadi penentu saya tetap mengikuti *brand* tersebut.
10. Platform apa yang paling sering kamu pakai untuk belanja baju *online*?
- Audi: Platform yang sering saya gunakan untuk berbelanja baju *online* adalah Shopee, Zalora, dan *Website Brand* itu sendiri.
 - Michelle: Platform yang paling sering saya gunakan untuk belanja baju *online* adalah Shopee, *Website Brand*, dan juga Zalora.
 - Octaviana: Saya paling sering belanja melalui Shopee.
11. Kamu lebih suka lihat promosi lewat apa?

- Audi: Saya lebih suka melihat promosi melalui Reels atau TikTok video karena formatnya yang singkat, dinamis, dan lebih *engaging*. Video semacam ini memungkinkan *brand* untuk menyampaikan cerita dengan cara yang kreatif dan menarik. Selain itu, IG *Story* juga menjadi pilihan favorit karena lebih interaktif, sering menghadirkan *behind-the-scenes*, serta memungkinkan saya untuk berinteraksi langsung. Namun, jika saya ingin melihat detail produk secara lebih mendalam, saya cenderung mencari *postingan feed* yang memberikan informasi lebih lengkap.
 - Michelle: Saya lebih suka melihat promosi melalui *feed post* dan video seperti Reels atau TikTok, karena lebih menarik secara visual.
 - Octaviana: Saya menyukai gaya yang disesuaikan dengan cerita dan konsepnya. Jadi bisa simpel atau ekspresif, tergantung idenya.

12. Kamu lebih suka gaya komunikasi *brand* seperti apa?

- Audi: Saya lebih suka gaya komunikasi *brand* yang santai, autentik, dan tetap informatif. Pendekatan yang ramah namun tetap profesional membuat *brand* terasa lebih dekat dan *relatable*. Selain itu, saya juga menyukai brand yang mampu menyampaikan informasi produk dengan jelas tanpa terasa kaku, serta sesekali menyelipkan elemen kreatif atau humor yang relevan agar komunikasi terasa lebih *engaging*.
- Michelle: Untuk gaya komunikasi *brand*, saya lebih menyukai yang santai dan tenang. Penggunaan bahasa, baik Inggris maupun Indonesia, tidak menjadi masalah bagi saya selama komunikasinya tetap terasa nyaman.
- Octaviana: Saya suka *brand* yang komunikasinya santai dan tenang, dengan narasi yang kuat. Warna atau *tone* video juga penting bagi saya agar terasa selaras dan nyaman dilihat.