

## PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI MOBILE REKOMENDASI *OUTFIT* UNTUK KALANGAN WANITA *PLUS-SIZE*

Geraldo Rosangap Marpaung<sup>1</sup>, Aria Ar Razi<sup>2</sup>, Ananda Risya Triani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257  
[geraldomarpaung@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:geraldomarpaung@student.telkomuniversity.ac.id), [anandarisyatriani@telkomuniversity.ac.id](mailto:anandarisyatriani@telkomuniversity.ac.id),  
[ariaarrazi@telkomuniversity.ac.id](mailto:ariaarrazi@telkomuniversity.ac.id).

### Abstrak

Gaya berpakaian merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang mencerminkan identitas dan kepribadian seseorang. Adanya perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia saat ini memudahkan manusia dalam mencari dan mendapatkan berbagai informasi, salah satunya adalah inspirasi dalam berpakaian. Namun, kemudahan tersebut sayangnya sering sekali tidak didapatkan oleh kalangan wanita dengan tubuh besar (*plus-size*) karena kebanyakan media terlalu berfokus menampilkan inspirasi pakaian untuk wanita dengan bentuk tubuh standar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi *mobile* yang dapat membantu wanita *plus-size* mendapatkan inspirasi berpakaian sesuai trend dan juga kebutuhan acara, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam berpenampilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui studi literatur, observasi, dan wawancara, serta menerapkan metode *design thinking* dalam perancangan aplikasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan matriks perbandingan yang berfokus pada aspek desain tampilan (*User Interface*) dan pengalaman pengguna (*User Experience*). Hasil analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana merancang *prototype* aplikasi *mobile* yang dapat berfungsi secara optimal guna mencapai tujuan utamanya, yaitu memberikan solusi bagi wanita *plus-size* dalam meningkatkan penampilan berpakaian yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter masing-masing. Dengan demikian, diharapkan aplikasi ini dapat menjadi solusi efektif dalam mengatasi berbagai permasalahan bagi wanita *plus size* dalam memilih dan memadukan pakaian.

**Kata Kunci :** Aplikasi *Mobile*, Wanita, *Plus-size*, *Fashion*, *Design Thinking*, UI/UX

### Abstract

*Fashion style is one form of nonverbal communication that reflects a person's identity and personality. The advancement of technology in human life today has made it easier for people to search for and obtain various information, one of which is inspiration for dressing. However, unfortunately, this convenience is often not accessible to plus-size women, as most media tend to focus on showcasing fashion inspiration for women with standard body types. This research aims to design a mobile application that can help plus-size women gain fashion inspiration according to trends and event needs, as well as boost their confidence in their appearance. This study employs a qualitative approach with data collection methods through literature review, observation, and interviews, and applies the design thinking method in the application design. The collected data is then analyzed using a comparison matrix focusing on aspects of interface*

*design (User Interface) and user experience (User Experience). This analysis aims to understand how to produce a mobile application prototype that can function optimally to achieve its main goal, which is to provide a solution for plus-size women in enhancing their dressing style to match their individual character. Thus, it is hoped that this application can become an effective solution in addressing various challenges faced by plus-size women in selecting and coordinating outfits.*

**Keywords :** *Mobile Application, Women, Plus-Size, Fashion, Design Thinking, UI/UX*

## **PENDAHULUAN**

Penampilan merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan oleh banyak individu, terutama wanita. Penampilan tidak hanya mencerminkan citra diri, tetapi juga menjadi sarana komunikasi antarindividu (Winiva, 2021). *Fashion* sebagai bagian dari penampilan berasal dari kata Latin *factio*, yang kemudian diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi "*fashion*", merujuk pada gaya berpakaian seseorang dalam keseharian maupun situasi tertentu (italianfashionschool.id). Selain menunjang penampilan, *fashion* juga dapat menumbuhkan rasa percaya diri serta meningkatkan daya tarik (Universitas Ciputra).

Seiring berkembangnya tren dan kebutuhan sosial, tuntutan untuk tampil sesuai dengan konteks acara menjadi semakin penting. Gaya berpakaian yang tepat dinilai mampu memberikan kesan pertama yang baik, seperti yang disampaikan oleh Utami (2022). Pemilihan pakaian pun tidak terlepas dari karakteristik personal, seperti bentuk tubuh. Bentuk tubuh yang berbeda memerlukan perhatian khusus karena kesalahan dalam memilih pakaian dapat mengakibatkan penampilan menjadi kurang menarik (Utami, 2022). Hal ini membuat sebagian orang, khususnya wanita, mengalami kesulitan dalam memadupadankan pakaian yang sesuai dengan kebutuhan dan bentuk tubuh mereka.

Sementara itu, kemajuan teknologi memberikan kemudahan dalam mencari inspirasi berpakaian melalui media digital seperti *Pinterest*, *TikTok*, dan *Instagram*. *Pinterest*, menjadi *platform* populer untuk mencari ide visual yang relevan dengan minat pengguna. Menurut riset Tailwind.com, hampir 30% pencarian teratas di *Pinterest* pada tahun 2024 adalah topik *fashion*. Namun, aplikasi-aplikasi ini belum sepenuhnya

menjawab kebutuhan wanita *plus-size*, karena referensi yang ditampilkan masih didominasi oleh representasi tubuh standar (Smith & Johnson, 2021).

Wanita *plus-size*, yang umumnya memiliki ukuran tubuh di atas standar umum (dimulai dari ukuran 14 UK atau setara dengan XXL), menghadapi kesulitan dalam menemukan inspirasi outfit yang relevan (Pow et al., 2021). Meski telah hadir *brand fashion* khusus seperti *Bloomchic* dan *Instafab Plus*, fokus utama mereka adalah pada penjualan produk, bukan pemberian referensi gaya berpakaian yang sesuai dengan bentuk tubuh dan preferensi pribadi. Menurut Anderson et al. (2020), sebanyak 70% wanita *plus-size* merasa bahwa platform *fashion* saat ini belum memenuhi kebutuhan mereka dalam hal rekomendasi outfit yang sesuai.

Melihat permasalahan tersebut, pendekatan *Design Thinking* menjadi solusi yang relevan untuk menjawab kebutuhan pengguna. *Design Thinking* merupakan metode berpikir terstruktur yang berfokus pada empati terhadap pengguna dan menghasilkan inovasi berbasis kebutuhan nyata (Razi, 2018). Dalam konteks ini, dibutuhkan sebuah aplikasi mobile yang mampu memberikan inspirasi dan rekomendasi outfit khusus bagi wanita *plus-size*, sesuai dengan bentuk tubuh, preferensi pribadi, dan kebutuhan acara, sehingga mereka dapat tampil lebih percaya diri dalam berbagai situasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan desain *mobile apps* sebagai media yang mampu memberikan kumpulan inspirasi pakaian bagi wanita *plus size* sesuai dengan kebutuhan berpakaian baik secara kepentingan acara maupun karakteristik pribadi sehingga mampu berpenampilan lebih baik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang dilakukan untuk pengumpulan dan analisis data adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh mengenai masalah yang diteliti sehingga mampu memahami dan menjelaskan fenomena dalam konteks sosial. Penelitian ini lebih memperhatikan

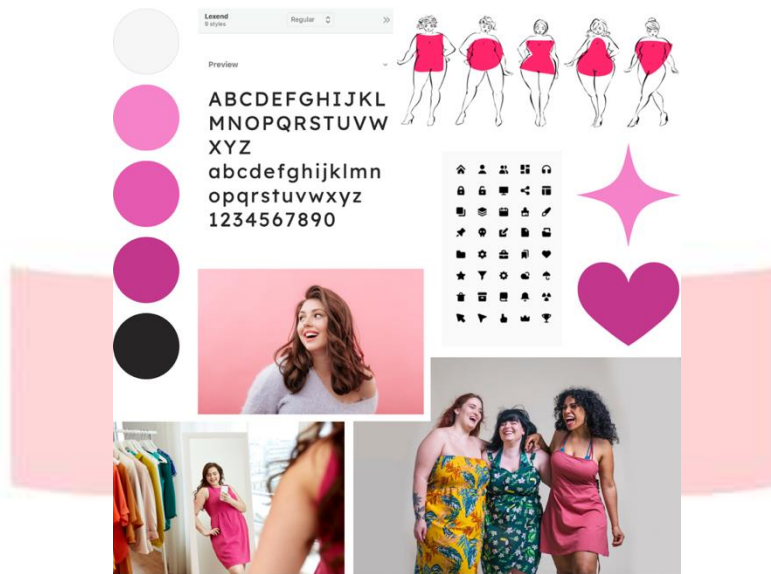
makna, interpretasi, dan hubungan antara berbagai variabel yang kompleks sehingga penelitian ini lebih fokus mendapatkan pemahaman mendalam untuk mengatasi masalah yang dialami oleh individu ataupun kelompok (Tojiri dkk 141 : 2023) Dilengkapi dengan tiga metode pengumpulan data berupa wawancara yang bertujuan untuk menggali gagasan, konsep, pengalaman pribadi, sudut pandang dan cara pandang dari suatu sumber (Soewardikoen, 2019), observasi yang menurut Sugiyono (2018) digunakan untuk mencari titik perbedaan dan ditutup dengan studi pustaka yang dilakukan untuk bertujuan untuk menutupi kekurangan seluruh data yang ada sebelumnya.

## HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka didapatkan *insight* yang menjadi *big idea* dalam konsep perancangan yaitu, menemukan inspirasi *fashion* yang sesuai bagi wanita *plus-size* menjadi sebuah kesulitan sehingga diperlukan wadah yang menyediakan informasi dan layanan khusus mengenai inspirasi berpakaian dan menentukan tipe bentuk tubuh dan warna kulit yang dimiliki oleh wanita *plus-size* berupa aplikasi *mobile* yang informatif dan interaktif dengan tampilan aplikasi yang sederhana.

Oleh karena itu, aplikasi ini dilengkapi dengan fitur utama berupa *personal analyst* yang merupakan sebuah layanan yang dapat memberikan informasi berupa tipe warna kulit dan tipe bentuk tubuh yang sesuai dengan pengguna. Diperlengkap dengan fitur komunitas yang tersedia sebagai tempat sesama pengguna untuk berkumpul dan membagikan pengalaman sesama mereka. Dengan mengutamakan efektivitas dan kemudahan, aplikasi ini diharapkan mampu membantu wanita *plus-size* dalam mencari informasi *fashion* serta membuat mereka merasa dihargai dan diakomodasi

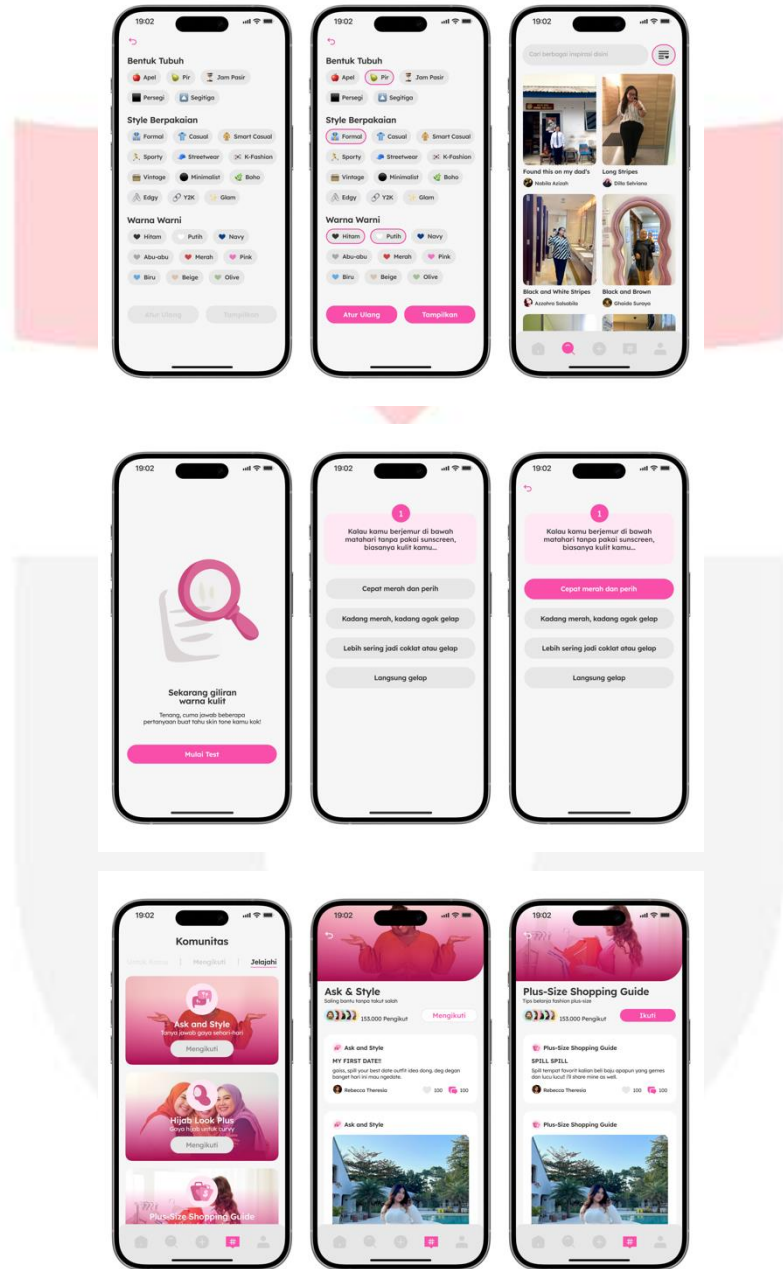
## Konsep Perancangan



Gambar 1 Moodboard Perancangan Aplikasi  
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Moodboard ini dibuat sebagai langkah awal dalam proses perancangan aplikasi inspirasi fashion untuk wanita plus-size. Proses pengerjaannya dimulai dengan mengumpulkan referensi visual yang merepresentasikan suasana, nilai, dan pesan yang ingin disampaikan oleh aplikasi, seperti rasa percaya diri, keberagaman, dan semangat positif. Elemen-elemen visual yang dipilih disesuaikan dengan karakteristik target pengguna agar dapat membangun koneksi emosional yang kuat. Tujuan dari perancangan moodboard ini adalah untuk menjadi panduan visual yang konsisten dalam pengembangan desain aplikasi, sekaligus memperjelas arah estetika dan nilai brand yang ingin dibawa, agar mampu menciptakan pengalaman yang relevan, suportif, dan menyenangkan bagi wanita plus-size. Pada Perancangannya, warna merah muda dipilih menjadi warna utama aplikasi sesuai dengan pendapat Swasty (2017) bahwa warna merah muda dapat melambangkan romansa, dan dikaitkan dengan perasaan cinta. Selain itu gaya huruf sans serif dipilih sebagai gaya huruf dalam perancangan aplikasi karena gaya teks ini sangat mudah dibaca dan sesuai digunakan pada pengaplikasian desain di media elektronik seperti handphone, komputer, dan juga televisi. (Hendratman, 2023).

### Hasil Perancangan

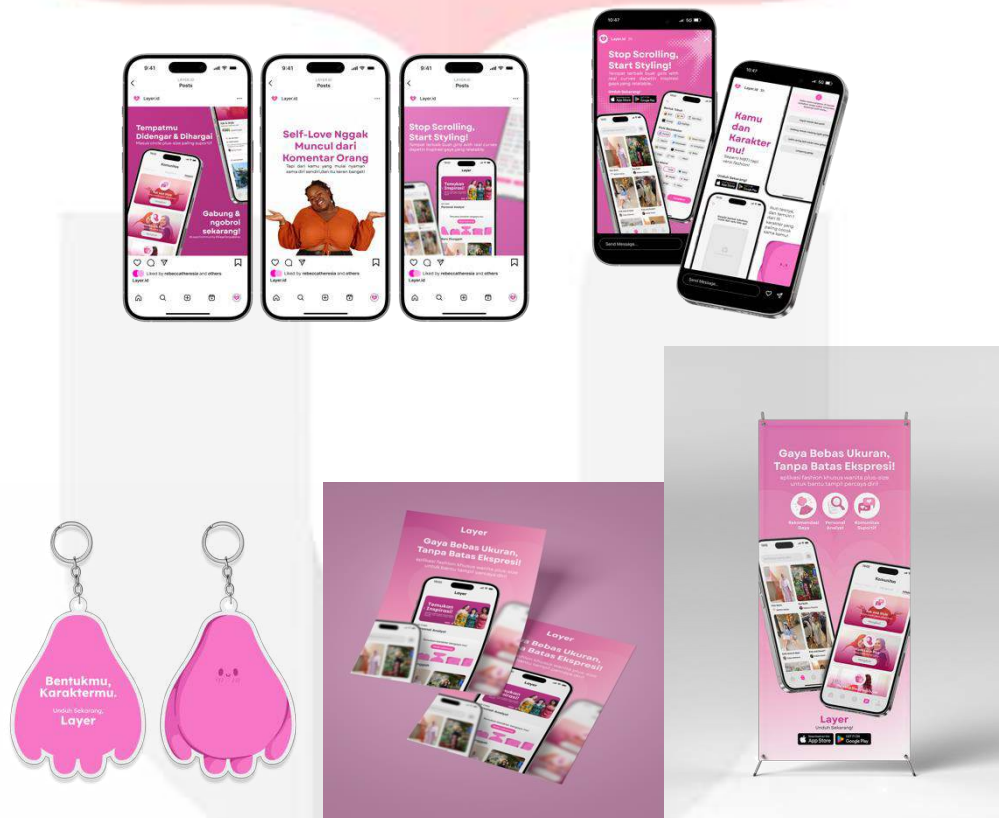


Gambar 2 Hasil Perancangan (Media Utama)

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Media utama berupa perancangan *prototype* akan menggunakan *software* Figma. Perancangan *prototype* aplikasi *mobile* dilakukan dengan mengedepankan

tujuan utama yaitu sebagai wadah yang menyediakan informasi dan layanan khusus mengenai inspirasi berpakaian pada wanita *plus-size*. Prototype aplikasi kemudian dirancang dengan fitur yang terbentuk dari permasalahan pengguna aplikasi sehingga mampu menjadi solusi bagi pengguna. Sebagai contoh, prototype aplikasi dirancang dengan fitur *personal analyst* yang dapat membantu pengguna mengenal karakter bentuk tubuh dan tipe warna kulit mereka serta dilengkapi dengan fitur komunitas sebagai tempat sesama pengguna untuk berkumpul dan membagikan pengalaman sesama mereka



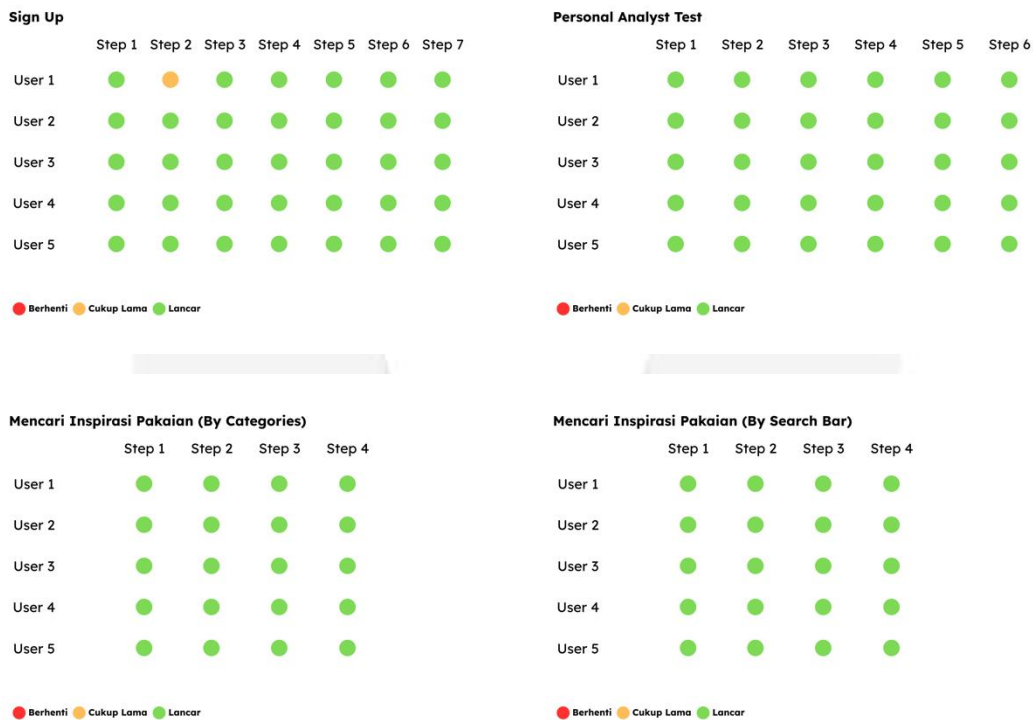
Gambar 3 Hasil Perancangan (Media Pendukung)  
Sumber : Dokumentasi Pribadi

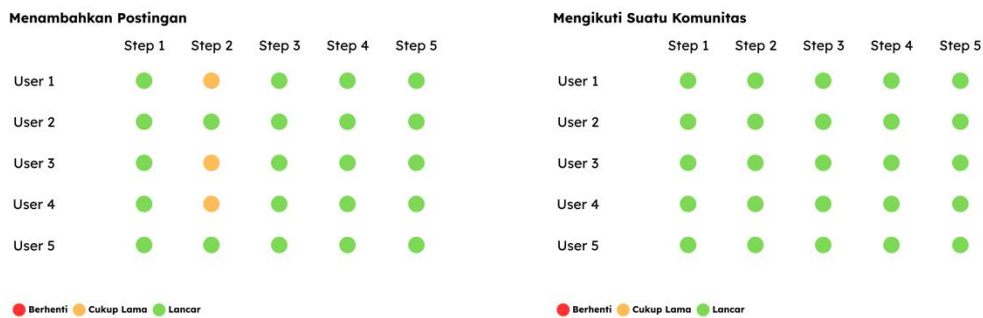
Perancangan media pendukung juga dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* target pengguna sehingga aplikasi dapat lebih dikenal dan diketahui. Perancangan dibagi menjadi dua tipe media yaitu media digital dan media cetak

menyesuaikan dengan fungsional dan kebutuhan masing masing dari setiap jenis media pendukung.

### Usability Testing

Tahap selanjutnya adalah pengujian prototype aplikasi mobile terhadap user. Pengujian difokuskan pada kelancaran alur penggunaan secara menyeluruh, agar tiap langkah yang dilakukan pengguna dapat berjalan intuitif dan mendukung pengalaman yang efisien. Pengujian dilakukan dengan melibatkan 5 partisipan, yang dipilih berdasarkan segmentasi pengguna utama aplikasi dan ditentukan berdasarkan pendekatan dari Jakob Nielsen, yang menyatakan bahwa lima pengguna cukup untuk menemukan hingga 85% masalah kegunaan pada sebuah antarmuka (*Nielsen, 2000*).

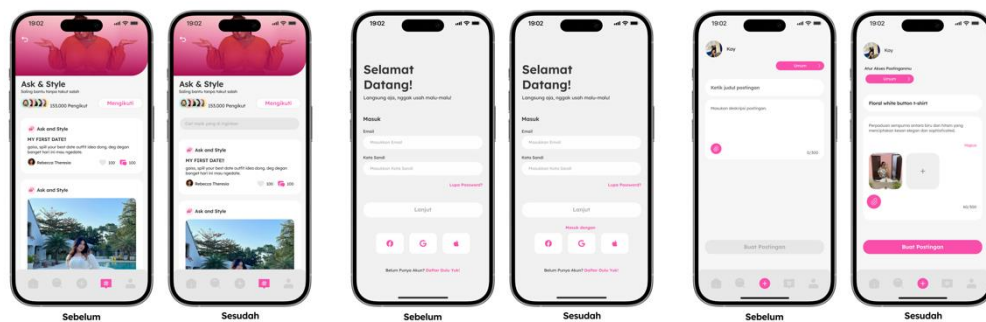




Gambar 4 Hasil Usability Testing  
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Didapati dari hasil pengujian adapun perbaikan yang perlu ditambahkan dalam tampilan aplikasi sehingga dapat memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Adapun beberapa hal yang didapati dan diberikan oleh user saat proses user testing untuk meningkatkan pengalaman pengguna diantaranya adalah,

1. Penambahan *ux writing* pada halaman *log in* atau *sign up*
2. Perubahan tata letak pada pemilihan pembagian postingan pada halaman *add*
3. Menambahkan kolom *search bar* di halaman komunitas sehingga pengguna bisa lebih leluasa mencari topik yang diinginkan.



Gambar 5 Perbaikan Tampilan Aplikasi Setelah Usability Testing  
Sumber : Dokumentasi Pribadi

**KESIMPULAN**

Perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia saat ini, memudahkan manusia terutama pada kaum wanita dalam mencari dan mendapatkan berbagai

informasi, salah satunya adalah inspirasi dalam berpakaian. Namun, setelah data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan studi pustaka, didapati bahwa kemudahan dalam gaya berpakaian sulit dirasakan terhadap wanita *plus-size* karena ketidakpahaman mengenai pemilihan pakaian yang cocok dengan karakteristik seperti bentuk tubuh dan warna kulit yang dimiliki. Tujuan dari perancangan *prototype* aplikasi *mobile Layer* adalah sebagai wadah yang menyediakan informasi dan layanan khusus mengenai inspirasi berpakaian dan menentukan tipe bentuk tubuh dan warna kulit yang dimiliki oleh wanita *plus-size*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alisa Meredith (2025). The Most Popular Pinterest Categories in 2025. Diakses pada <https://www.tailwindapp.com/blog/most-popular-pinterest-categories> (09 Maret 2025, 14.56)
- Anderson, R., et al. (2020). *Plus-Size Fashion: Bridging the Gap Between Consumer Needs and Industry Offerings*.
- Ciputra.ac.id. (2022). Fashion: Pengertian, Fungsi, Macam, dan Manfaat. Diakses pada <https://www.ciputra.ac.id/fdb/fashion-pengertian-fungsi-macam-dan-manfaat/> (09 Maret 2025, 10.12)
- Hendratman, Hendi. (2023). *Tipografi Praktis dan Estetis : Tata Huruf teknik golden ratio, Geometri, Proporsi, Jarak, Transformasi, Hirarki dan aneka Efek*. (Lokasi), Vide Media
- Italianfashionschool.id. (2022). Penjelasan Mendalam Arti Fashion Style. Diakses pada <https://italianfashionschool.id/arti-fashion-style/> (09 Maret 2025, 10.08)

- Nielsen, J. (2000). *Why you only need to test with 5 users*. Nielsen Norman Group.
- Pow, Sandra Tullio, et.al. (2021). *Empowering Women Wearing Plus-Size Clothing Through Co-Design*.
- Razi, Aria Ar, dkk. (2018). *Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer*.
- Smith, A., & Johnson, B. (2021). *The Limitations of Mainstream Fashion Apps for Plus-Size Consumers*
- Soewardikoen, Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta, PT. Kanisius
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swasty, Wirania. (2017). *Serba Serbi Warna Dalam Penerapan Prinsip Desain*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Tojiri, Dr. Yusuf, dkk. (2023). *Dasar metodologi penelitian: Teori, desain, dan analisis data*. Takaza Innovatix Labs.
- Utami, Putri Marganing, dkk. (2022). *Tingkat Preferensi Wanita Obesitas Pada Busana Kerja Berbahan Kain Tradisional Lurik*. Yogyakarta.
- Winiva, Mifthakul Jannah Putri. (2020). *Makna Penggunaan Make Up Sebagai Penampilan Diri Bagi Wanita Profesi Model di SZ Model Management Surabaya*. Surabaya.