

Pola Spasial Pemilihan Tempat Belanja Outfit of The Day (OOTD) Kantor oleh Mbak dan Mas SCBD = Spatial Pattern of Shopping Place Selection for Office Outfit of the Day (OOTD) by Mbak and Mas SCBD

Zefanya Vesya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920575295&lokasi=lokal>

Abstrak

Fenomena viral Mbak dan Mas SCBD di media sosial, yang menyoroti gaya berpakaian Outfit of the Day (OOTD) para pekerja di kawasan SCBD, mencerminkan tingginya perhatian terhadap penampilan serta preferensi dalam memilih pakaian kerja. Perilaku ini dipengaruhi berbagai faktor, seperti karakteristik generasi, pekerjaan, brand consciousness, keterikatan terhadap tren OOTD, serta pertimbangan jarak menuju lokasi belanja. Penelitian ini bertujuan untuk menilai tipologi dan gaya berpakaian Mbak dan Mas SCBD, serta mensintesis pola spasial pemilihan tempat belanja OOTD kantor oleh para pekerja di kawasan tersebut. Metode yang digunakan adalah mixed method dengan strategi sequential explanatory, yakni pengumpulan data kuantitatif terlebih dahulu melalui kuesioner, yang kemudian diperdalam dengan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya berpakaian Mbak dan Mas SCBD dipengaruhi oleh karakteristik generasi, citra tempat kerja yang membentuk standar berpakaian dan tekanan sosial, kesadaran merek, serta keterikatan terhadap tren. Kombinasi faktor-faktor ini membentuk tipologi dengan preferensi gaya berpakaian dan pilihan tempat belanja yang beragam. Mayoritas responden cenderung memilih lokasi belanja yang dekat dengan tempat tinggal atau kantor. Namun, kelompok dengan keterikatan tinggi terhadap tren dan merek tertentu bersedia menempuh jarak yang lebih jauh demi mendapatkan produk yang diinginkan. Dengan demikian, jarak bukanlah satu-satunya faktor penentu dalam pemilihan lokasi belanja, melainkan dipertimbangkan secara bersamaan dengan identitas dan preferensi konsumsi masing-masing individu.

.....The viral emergence of the Mbak and Mas SCBD phenomenon on social media, spotlighting the Outfit of the Day (OOTD) practices among professionals in Jakarta's SCBD (Sudirman Central Business District), reflects a growing cultural emphasis on appearance and individual preferences in selecting workplace attire. This behavioral trend is shaped by multiple intersecting factors, including generational identity, occupational roles, brand consciousness, engagement with fashion trends, and spatial considerations related to shopping locations. This study aims to examine the typologies and fashion styles adopted by Mbak and Mas SCBD, and to synthesize the spatial patterns underlying their choices of OOTD shopping destinations. Employing a mixed-methods approach with a sequential explanatory design, the research began with quantitative data collection via structured questionnaires, which was subsequently enriched by semi-structured qualitative interviews to provide deeper insight. The findings indicate that fashion choices among SCBD professionals are influenced by generational traits, the socio-cultural image of the workplace, manifested through formal or informal dress codes and peer pressure, along with brand awareness and trend affiliation. These dynamics collectively shape distinct style typologies and diverse patterns in shopping behavior. While the majority of respondents prefer shopping locations in close proximity to their residences or offices, individuals with stronger ties to current trends and branded fashion are more likely to travel farther distances in pursuit of specific products. Consequently, distance is not an isolated determinant of

shopping behavior; rather, it operates in conjunction with identity construction and individualized consumption preferences.