

Gambaran Tren Pemakai Kacamata Pada Kalangan Remaja di Optik Garuda Jakarta Tahun 2025

Darmono ¹, Maulana Alaathir ², Deanda Hamida Putri ³, Supriyati ⁴

^{1,2,3,4} Optometri, Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta, Jl. Ciputat Molek Selatan Sel No.1C blok F, Tangerang Selatan, 15419, Indonesia

E-mail: darmono.ok@gmail.com ¹, alfaathir063@gmail.com ², deandahmdaptri@gmail.com ³, etysupri66@gmail.com ⁴

Abstract

The selection of appropriate eyeglass frames is a crucial aspect that must be tailored to individual characteristics, such as face shape, skin tone, frame material, and decorative elements. Among teenagers, fashion trends play a significant role in their decision-making process when choosing eyeglass frames. However, a lack of understanding of these complementary aspects can lead to less suitable choices in terms of both aesthetics and comfort. This study aims to educate teenagers on the importance of selecting eyeglass frames that are not only trendy but also suited to their personal characteristics. The specific objective of this research is to determine the extent to which fashion trends influence teenagers in choosing eyeglass frames. A quantitative approach was employed, involving 100 teenage respondents who are customers of Optik Garuda Eyewear in Jakarta. Data were collected through the distribution of questionnaires and direct observation. The results indicate that the most commonly chosen frame shape is oval/round, preferred by 57 respondents (57%). The most dominant frame color is gray (39%), and the most popular material is plastic/transparent (84%). Oval/round frames were chosen by 21 male and 30 female respondents. Black frames were selected by 12 male and 37 female respondents, while plastic/transparent materials were chosen by 15 males and 42 females.

Keywords: Eyeglass, Trends, Teenagers.

Article history:

PUBLISHED BY:

Jurnal Optometri

Address:

Jl. Ciputat Molek Selatan Sel No. 1C, Pisangan - Kec. Ciputat
Kota Tangerang Selatan - Banten Indonesia

Email:

lppm@aroleprindo.ac.id

Submitted 06 Oktober 2025

Accepted 05 Desember 2025

Published 15 Desember 2025

Abstrak

Pemilihan bingkai kacamata yang sesuai merupakan aspek penting yang perlu disesuaikan dengan karakteristik individu, seperti bentuk wajah, warna kulit, material bingkai, serta elemen aksesori yang menyertainya. Di kalangan remaja, tren kacamata menjadi salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan saat memilih bingkai. Namun, kurangnya pemahaman terhadap aspek-aspek penunjang lainnya dapat menyebabkan pemilihan bingkai yang kurang tepat, baik dari segi estetika maupun kenyamanan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya pemilihan bingkai kacamata yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memperhatikan kesesuaian dengan karakteristik personal pengguna. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tren terhadap pemilihan bingkai kacamata di kalangan remaja. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang remaja yang merupakan pelanggan Optik Garuda Eyewear, Jakarta. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk bingkai yang paling banyak dipilih adalah oval/bulat sebanyak 57 responden (57%). Warna bingkai yang paling dominan adalah abu-abu sebanyak 39 responden (39%), dan bahan bingkai yang paling diminati adalah plastik/transparan sebesar 84 responden (84%). Bingkai oval/bulat dipilih oleh 21 laki-laki dan 30 perempuan. Warna hitam dipilih oleh 12 laki-laki dan 37 perempuan. Sementara itu, bahan plastik/transparan dipilih oleh 15 laki-laki dan 42 perempuan.

Kata Kunci: Tren, Kacamata, Remaja.

*Penulis Korespondensi:

Nama, email: Darmono, darmono.ok@gmail.com



This is an open access article under the CC-BY license

PENDAHULUAN

Penggunaan kacamata pada awalnya hanya difokuskan sebagai alat koreksi penglihatan untuk membantu individu mengatasi kelainan refraksi, seperti rabun jauh, rabun dekat, atau astigmatisme, namun seiring perkembangan zaman, fungsinya telah berkembang menjadi salah satu elemen penting dalam penampilan dan gaya hidup individu, terutama di kalangan remaja yang berada pada masa transisi menuju kedewasaan dan pembentukan identitas diri. Peran kacamata dalam konteks sosial tidak lagi semata-mata bersifat fungsional, melainkan juga simbol status, mode, dan ekspresi diri, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, budaya, dan estetika. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa preferensi terhadap penggunaan kacamata sangat dipengaruhi oleh latar belakang etnis, gaya hidup, dan persepsi visual terhadap diri sendiri maupun orang lain di sekitarnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan di Yordania terhadap mahasiswa etnis Arab menunjukkan adanya perbedaan persepsi terhadap penampilan visual, di mana peserta yang menggunakan kacamata cenderung menilai gambar yang menampilkan figur berkacamata lebih positif, sementara peserta yang tidak menggunakan kacamata tidak menunjukkan preferensi serupa terhadap gambar tanpa kacamata [1].

Penelitian lain di Nigeria melibatkan 214 responden pengguna kacamata yang memperlihatkan bahwa keputusan dalam memilih dan merawat kacamata bervariasi, mulai dari penggunaan kacamata untuk membaca atau melihat jarak jauh, hingga kecenderungan dalam berkonsultasi dengan penjual atau memilih frame sendiri, serta tingkat pemeliharaan kacamata seperti penggunaan cairan pembersih atau kotak pelindung [2]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek sosial, kebiasaan, dan pengetahuan mengenai perawatan kacamata turut memengaruhi kepuasan dan pengalaman pengguna, selain faktor estetika dan kesesuaian terhadap identitas pribadi. Selain fungsi korektif, kacamata saat ini telah bertransformasi menjadi aksesori fashion yang mencerminkan gaya pribadi dan karakteristik individu, sehingga pemilihan frame menjadi salah satu aspek krusial yang memengaruhi penampilan keseluruhan [3]. Beberapa faktor yang menentukan preferensi pemakaian kacamata meliputi bentuk wajah, warna kulit, jenis bahan frame, dan tren fashion yang sedang populer [4] [5].

Bentuk frame seperti bulat, kotak, oval, hingga variasi bahan dari plastik, logam, kayu, atau kombinasi, memberikan dampak berbeda terhadap visual dan estetika pengguna, sehingga konsumen membutuhkan pemahaman yang cukup agar frame yang dipilih tidak hanya nyaman digunakan tetapi juga menonjolkan daya tarik estetika. Fenomena ini terlihat pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang tidak hanya memakai kacamata sebagai alat bantu penglihatan, tetapi juga sebagai bagian dari penampilan dan gaya hidup mereka, dengan memperhatikan tren fashion dan identitas diri yang ingin ditampilkan [6]. Di sisi industri optik, pemilihan frame dan lensa menjadi elemen penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, di mana optik tidak hanya menyediakan berbagai desain frame dan jenis lensa, tetapi juga mengevaluasi kualitas produk dan preferensi konsumen untuk meningkatkan pelayanan, memaksimalkan kenyamanan, dan memenangkan persaingan pasar [7].

Dengan demikian, pemahaman mengenai tren pemakaian kacamata dan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi individu menjadi sangat penting baik dari perspektif konsumen maupun produsen, khususnya dalam konteks remaja yang cenderung mengikuti mode dan tren terkini. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis tren pemakaian frame kacamata di kalangan remaja yang mengunjungi Optik Garuda Jakarta pada tahun 2025, dengan fokus pada pertimbangan antara tren yang sedang populer dan kesesuaian dengan penampilan pribadi pengguna. Rumusan masalah penelitian mencakup: pertama, apakah ketertarikan remaja lebih dipengaruhi oleh tren frame kacamata atau kesesuaian dengan penampilan pribadi dan kedua, bagaimana perbandingan persentase pilihan antara kedua faktor tersebut [8]. Penelitian dibatasi pada remaja yang datang ke Optik Garuda Jakarta, dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan survei sebagai instrumen pengumpulan data numerik mengenai preferensi frame. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dengan memperkaya literatur dalam bidang optometri, pemasaran optik, dan studi perilaku konsumen remaja, serta manfaat praktis bagi Optik Garuda dalam menentukan stok, desain, dan strategi pemasaran frame kacamata. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik meneliti interaksi antara tren, estetika, dan preferensi konsumen, sekaligus memberikan panduan bagi remaja atau konsumen umum dalam memilih frame kacamata yang sesuai dengan karakter pribadi dan kebutuhan visual mereka [9].

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan tren pemilihan frameacamata di kalangan remaja yang menjadi pelanggan Optik Garuda Jakarta, dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan pengamatan langsung terhadap bentuk, warna, dan bahan bingkaiacamata yang dipilih, sehingga memungkinkan analisis statistik deskriptif berupa rata-rata, standar deviasi, dan persentase untuk melihat kecenderungan data, serta uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan korelasi item-total dan Cronbach's Alpha $\geq 0,6$, kemudian diolah dengan SPSS atau Excel agar hasilnya akurat dan sistematis [10] penelitian dilaksanakan di Optik Garuda Senen Jaya Blok 4 Lt. 1 No. 13 Jakarta Pusat selama tiga bulan, mulai 15 Februari hingga 15 Mei 2025, dengan populasi seluruh remaja berusia 10–19 tahun dan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih secara accidental sampling, di mana responden yang hadir dan memenuhi kriteria inklusi bersedia mengisi kuesioner, sementara yang menolak termasuk kriteria eksklusi; sumber data terdiri dari data primer dari kuesioner dan data sekunder dari literatur serta penelitian terdahulu; definisi operasional variabel tren pemakaianacamata mencakup bentuk bingkai (persegi panjang, oval, bulat, cat eye, aviator, wayfarer), warna bingkai (hitam, silver, coklat, merah, bening, gold), bahan bingkai (plastik, logam, kombinasi), dan jenis lensa (kaca, high index, trivex, polikarbonat, plastil), yang diukur dengan kuisisioner menggunakan skala nominal Guttman, sementara alur penelitian mengikuti prosedur pengumpulan data, pengolahan statistik deskriptif, dan analisis hasil untuk memberikan gambaran tren pemilihan frameacamata di Optik Garuda serta faktor yang paling memengaruhi preferensi remaja, baik dari sisi tren maupun kesesuaian dengan penampilan pribadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Distrtribusi frekuensi Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	33	33%
2	Perempuan	67	67%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Total responden berjumlah 100 dengan responden terbanyak adalah berjenis kelamin Perempuan dengan jumlah 67 responden (67%) sementara laki-laki berjumlah 33 responden (33%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Usia Responden

Usia	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
	Laki-laki	Perempuan		
10 Tahun	1	0	1	1%
11 Tahun	0	1	1	1%
12 Tahun	0	1	1	1%
13 Tahun	0	2	2	2%
14 Tahun	0	1	1	1%
15 Tahun	0	2	2	2%
16 Tahun	2	5	7	7%
17 Tahun	6	9	15	15%
18 Tahun	8	16	24	24%
19 Tahun	16	30	46	46%
Jumlah	33	67	100	100%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Total responden dengan jenis kelamin laki-laki berusia 10 tahun 1 (1%), usia 11 tahun, 12 tahun, 13 tahun, 14 tahun, 15 tahun 0 (0%), usia 16 tahun 2 (2%), 17 tahun 6 (6%), 18 tahun 8 (8%), 19 tahun 16 (16%). Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berusia 10 tahun 0 (0%), 11 tahun 1 (1%), 12 tahun 1 (1%), 13 tahun 2 (2%), 14 tahun 1 (1%), 15 tahun 2 (2%), 16 tahun 5 (5%), 17 tahun 9 (9%), 18 tahun 16 (16%), 19 tahun 30 (30%).

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Bentuk Bingkai Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Pertanyaan 1			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	24	24%	9	9%
2	Perempuan	67	42	42%	25	25%
	Total	100	66	66%	34	34%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 3 hasil kuesioner terhadap 100 responden, mayoritas memilih jawaban “Ya” dalam pertanyaan mengenai pertimbangan bentuk bingkai berdasarkan

penampilan (bentuk wajah). Sebanyak 66 responden (24 laki-laki dan 42 perempuan) atau 66% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan. Sementara itu, 34 responden (9 laki-laki dan 25 perempuan) atau 34% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Bentuk Bingkai Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Penilaian 1			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	22	22%	11	11%
2	Perempuan	67	42	42%	25	25%
	Total	100	64	64%	36	36%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 bentuk bingkai mempertimbangkan penampilan (bentuk wajah) atau tren (tren saat ini). Berdasarkan hasil wawancara terhadap 100 responden, mayoritas memilih jawaban “Ya” dalam penilaian mengenai pertimbangan bentuk bingkai berdasarkan penampilan (bentuk wajah). Sebanyak 64 responden (24 laki-laki dan 42 perempuan) atau 64% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan. Sementara itu, 36 responden (11 laki-laki dan 25 perempuan) atau 36% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Warna Bingkai Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Pertanyaan 2			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	24	24%	9	9%
2	Perempuan	67	51	51%	16	16%
	Total	100	75	75%	25	25%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 6 hasil kuesioner terhadap 100 responden, mayoritas memilih jawaban “Ya” dalam pertanyaan mengenai pertimbangan warna bingkai berdasarkan penampilan (riasan wajah, warna kulit dan pakaian). Sebanyak 66 responden (24 laki-laki dan 51 perempuan) atau 75% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan. Sementara itu, 25 responden (9 laki-laki dan 16 perempuan) atau 25% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Warna Bingkai Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Penilaian 2			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	15	15%	18	18%
2	Perempuan	67	30	30%	37	37%
Total		100	45	45%	55	55%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 7 warna bingkai mempertimbangkan penampilan (riasan wajah, warna kulit, pakaian) atau tren (tren saat ini). Berdasarkan hasil wawancara terhadap 100 responden, mayoritas memilih jawaban “Tidak” dalam penilaian mengenai pertimbangan warna bingkai berdasarkan tren (tren saat ini). Sebanyak 55 responden (18 laki-laki dan 37 perempuan) atau 55% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang. sementara itu, 45 responden (15 laki-laki dan 30 perempuan) atau 45% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan.

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Bahan Bingkai Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Pertanyaan 3			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	24	24%	9	9%
2	Perempuan	67	37	37%	30	30%
Total		100	61	61%	39	39%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 8 hasil kuesioner terhadap 100 responden, mayoritas memilih jawaban “Ya” dalam pertanyaan mengenai pertimbangan bahan bingkai berdasarkan penampilan (bentuk wajah). Sebanyak 61 responden (24 laki-laki dan 37 perempuan) atau 61% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan. Sementara itu, 39 responden (9 laki-laki dan 30 perempuan) atau 39% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Bahan Bingkai Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Penilaian 3			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	2	2%	31	31%
2	Perempuan	67	17	17%	50	50%
Total		100	19	19%	81	81%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 9 bahan bingkai mempertimbangkan penampilan (kuat, tebal) atau tren (tren saat ini). Berdasarkan hasil wawancara terhadap 100 responden, mayoritas

memilih jawaban “Tidak” dalam penilaian mengenai pertimbangan bahan bingkai berdasarkan tren (tren saat ini). Sebanyak 81 responden (31 laki-laki dan 50 perempuan) atau 81% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang. sementara itu, 19 responden (2 laki-laki dan 17 perempuan) atau 19% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan.

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Jenis Lensa Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Pertanyaan 4			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	17	17%	15	15%
2	Perempuan	67	44	44%	24	24%
	Total	100	61	61%	39	39%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 10 hasil kuesioner terhadap 100 responden, mayoritas memilih jawaban “Ya” dalam pertanyaan mengenai pertimbangan jenis lensa berdasarkan penampilan (bentuk wajah). Sebanyak 61 responden (17 laki-laki dan 44 perempuan) atau 61% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan. Sementara itu, 39 responden (15 laki-laki dan 24 perempuan) atau 39% menjawab “Tidak”, yang berarti memilih berdasarkan tren yang sedang berkembang.

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Jenis Lensa Mempertimbangkan Penampilan Atau Tren

No	Jenis Kelamin		Penilaian 4			
			Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Laki-laki	33	2	2%	31	31%
2	Perempuan	67	20	20%	47	47%
	Total	100	22	22%	78	78%

Sumber: Data Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel 11 mengenai pertimbangan pemilihan jenis lensa berdasarkan penampilan atau tren, hasil wawancara terhadap 100 responden menunjukkan mayoritas memilih jawaban “Tidak”, yang berarti mereka tidak mempertimbangkan tren saat ini dalam pemilihan lensa, melainkan faktor lain yang lebih relevan dengan kebutuhan pribadi atau kesesuaian penglihatan. Sebanyak 78 responden, terdiri dari 31 laki-laki dan 47 perempuan atau 78%, menjawab “Tidak”, sementara 22 responden (2 laki-laki dan 20 perempuan) atau 22% menjawab “Ya”, yang berarti mempertimbangkan penampilan. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun tren memiliki pengaruh, mayoritas remaja cenderung menempatkan fungsi dan kenyamanan jenis lensa sebagai pertimbangan utama. Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam pemilihan bentuk bingkai kaca, 66% responden memilih berdasarkan penampilan, khususnya kesesuaian dengan bentuk wajah, sedangkan 34% memilih mengikuti tren yang sedang berkembang, menandakan bahwa persepsi remaja terhadap pentingnya penyesuaian bentuk bingkai cukup tinggi [11].

Hal serupa terlihat pada pemilihan warna bingkai, di mana 75% memilih berdasarkan

penampilan seperti kesesuaian dengan riasan wajah, warna kulit, dan pakaian, sementara 25% memilih karena mengikuti tren. Pemilihan bahan bingkai juga dipengaruhi penampilan bagi 61% responden, yang menekankan aspek kekuatan dan desain, sedangkan 39% mengikuti tren. Begitu pula jenis lensa, 61% memilih berdasarkan penampilan untuk menunjang estetika, sedangkan 39% mempertimbangkan tren, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi remaja menempatkan penampilan sebagai dominan dalam sebagian besar aspek pemilihanacamata. Namun, ketika dibandingkan dengan hasil wawancara mengenai praktik aktual pemilihan frame dan lensa, ditemukan adanya beberapa perbedaan antara persepsi dan kenyataan.

Sebanyak 64% responden tetap memilih bentuk bingkai berdasarkan penampilan, dan 36% mengikuti tren, menunjukkan konsistensi antara persepsi dan praktik untuk aspek bentuk bingkai. Sebaliknya, dalam pemilihan warna bingkai, 55% memilih berdasarkan tren, sedangkan hanya 45% mempertimbangkan penampilan, menandakan tren lebih dominan dalam praktik. Pilihan bahan bingkai menunjukkan pola yang lebih ekstrem, dengan 81% responden mengikuti tren dan hanya 19% mempertimbangkan penampilan, yang memperlihatkan adanya kontradiksi antara persepsi dan tindakan, di mana pengaruh tren lebih besar daripada keyakinan mereka terhadap pentingnya estetika. Hal serupa terjadi pada jenis lensa, di mana 78% memilih berdasarkan tren dan hanya 22% mempertimbangkan penampilan, menunjukkan bahwa meskipun remaja menilai penampilan penting, keputusan akhir dalam praktik lebih dipengaruhi oleh tren yang sedang populer [12]. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks pemilihanacamata di kalangan remaja, tren memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku aktual, meskipun penampilan tetap menjadi faktor yang diperhitungkan dalam persepsi mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja cenderung memilihacamata berdasarkan aspek penampilan, di mana 66% mempertimbangkan kesesuaian bentuk bingkai dengan bentuk wajah, 75% memilih warna bingkai sesuai dengan penampilan seperti warna kulit dan pakaian, 61% memperhatikan bahan bingkai dari segi tampilan, dan 61% memilih jenis lensa berdasarkan kesan visual, menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap pentingnya kesesuaianacamata dengan penampilan cukup tinggi dibanding mengikuti tren, meskipun hasil wawancara menunjukkan adanya variasi antara persepsi dan praktik, di mana kesesuaian antara persepsi dan praktik tampak pada pemilihan bentuk bingkai (64% memilih berdasarkan penampilan dan 36% mengikuti tren), namun pada aspek lain terjadi pergeseran, misalnya 55% responden memilih warna bingkai karena tren, 81% memilih bahan bingkai berdasarkan tren, dan 78% memilih jenis lensa mengikuti tren, sehingga dalam praktik, tren lebih dominan memengaruhi keputusan pemilihanacamata dibanding pertimbangan penampilan dari temuan ini, saran yang dapat diberikan antara lain bagi Optik Garuda yaitu disarankan untuk lebih adaptif terhadap perkembangan tren modeacamata, terutama pada aspek bahan, warna, dan jenis lensa dengan memperbarui koleksi produk secara berkala, seperti menghadirkan bingkai berbahan ringan dan stylish, lensa tipis berwarna, serta varian dengan fitur tambahan seperti photochromic atau anti-refleksi, namun tetap menyediakan pilihan yang sesuai karakteristik wajah, warna kulit, dan kebutuhan individual agar menjangkau konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan kesesuaian penampilan bagi kampus atau institusi disarankan menambahkan materi tentang tren dan estetika pemilihan bingkaiacamata serta mengadakan pelatihan praktik agar mahasiswa terampil menyesuaikan

bingkai dengan bentuk wajah dan warna kulit, termasuk kerja sama dengan optik atau merek kacamata untuk memberikan pengalaman langsung, sehingga lulusan mampu memberikan rekomendasi bingkai yang nyaman sekaligus menunjang penampilan pelanggan; sedangkan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor-faktor lain seperti kenyamanan pemakaian, pertimbangan harga, pengaruh media sosial, serta saran dari tenaga optik, dan meneliti hubungan antar faktor tersebut agar diperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai alasan remaja dalam memilih kacamata, baik dari sisi tren maupun kesesuaian penampilan, sehingga hasil penelitian dapat menjadi referensi komprehensif bagi praktisi optik, institusi pendidikan, serta studi akademik selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi signifikan dalam terselenggaranya penelitian ini, khususnya kepada pihak Optik Garuda Jakarta sebagai lokasi penelitian dan semua staf yang membantu proses pengumpulan data, serta kepada penyandang dana penelitian yang telah mendukung pelaksanaan penelitian, meskipun belum memenuhi syarat untuk dicantumkan sebagai penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah K, Karimuddin K, Jannah M, et al. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zailani; 2022.
- [2] Alryalat SA, Jumaah M, et al. The Effect of Wearing Eyeglasses on the Perception of Attractiveness, Confidence, and Intelligence. *Journal Cureus*. 2022;2.
- [3] Chen KM, Fang YM, Lin YS. Product Development of the Glasses Design Color Imagery in Eyeglass Frames and Skin Tone. *Journal Researchgate*. 2022;85.
- [4] Hapsari AAR, Gernowo R, Widodo CE. Penggunaan Algoritma CART untuk Pemilihan Bingkai Kacamata dengan Penerapan Model Morfologi Indeks Wajah untuk Identifikasi Bentuk Wajah. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*. 2020;2.
- [5] Harahap MA, Adeni S. Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*. 2020;13-23.
- [6] Hidayatullah MT, Mardiyantoro N, Hiday M. Sistem Identifikasi Bentuk Wajah untuk Pemilihan Frame Kacamata Menggunakan Metode Transfer Learning. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*. 2022;70-78.
- [7] Leo FRM, Manafe LA. Implikasi Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kacamata pada Optik Nice. *Jurnal Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development*. 2021;35-44.
- [8] Mulyapradana A, Anjarini AD, Khamidah L, Elshifa A. Implementasi Manajemen Penampilan Diri Melalui Pelatihan Beauty Class Bagi Calon Tenaga Administrasi Perkantoran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022;47-51.
- [9] Oktaviani IN, Gautama MI. Tren Kacamata Bergaya: Studi Fenomenologis pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*. 2020;570-576.
- [10] Pradipta RD, Sari DL, Fikrudin RF. Gambaran Pemilihan Kacamata Terhadap Kepuasan Pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung Tahun 2023. *Jurnal Optometri*. 2023;2-3.
- [11] Ramadhan V, Sardjono MW, et al. Klasifikasi Bentuk Bingkai (Frame) Kacamata Menggunakan CNN dengan Arsitektur Inception V3 dan Augmented Reality Berbasis Android. *Journal of System and Computer Engineering (JSCE)*. 2024;204-217.
- [12] Sakinah N, Nanda DM, Tohiruddin. Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*. 2022;32-38.