

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Perkembangan tren *fashion* berubah dengan cepat sehingga hal ini membuat sebagian masyarakat merasa tidak ingin melewatkan untuk mengikuti tren pakaian dengan model terbaru. Hal ini didukung oleh *trend forecast* 2019- 2020 yang dikeluarkan oleh ISPO Textile Trend. Perihal *trend forecast* tersebut terdapat *trend report* “Mega Trends” yang memiliki *sub-trend* dengan judul “Moment” yang membahas mengenai generasi milenial yang semakin sadar akan banyaknya barang atau hal yang dapat digunakan sebagai objek yang dapat ditunjukkan di sosial media sebagai citra atau gambaran kepribadian. Salah satu bentuk perilakunya adalah aktivitas ketika menggunakan pakaian *activewear* untuk memenuhi kegiatan seperti berolahraga. Aktivitas dan pengalaman pengguna *activewear* dianggap menarik untuk dibagikan di sosial media. Hal ini dibuktikan dengan adanya survei yang dilakukan oleh Golf Support pada Juli 2017, yaitu terdapat sebanyak 1,3 juta orang mengunggah foto pada sosial media khususnya Instagram dengan menggunakan hastag *activewear* (golfsupport.com, 2017).

Activewear merupakan pakaian yang mengacu pada kenyamanan, fungsi dan material serta gaya hidup pemakainya yang ditunjukkan dalam minat, opini dan aktivitas khususnya yang berkaitan dengan citra diri. Pada dasarnya *activewear* dirancang secara khusus dengan pilihan material, *cutting*, serta siluet yang lebih menekankan pada segi fungsi serta dengan sengaja diciptakan seringan mungkin demi kenyamanan para pemakainya (Charlotte & Tortora, 2003). Lebih lanjut, *activewear* merupakan pakaian yang secara *styling* dan material dapat mengakomodasi aktivitas fisik dalam berkegiatan sehari-hari. Seperti olahraga ringan yaitu *jogging*, *push-up*, *sit-up* dan jalan cepat.

Activewear berkembang menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dari gaya hidup *sehat masyarakat* modern. Tren *activewear* mulai masuk di Indonesia ketika sebagian

masyarakatnya mengadaptasi perkembangan *fashion* yang berpatok kepada tren global yang dianggap sebagai *style basic* bagi setiap orang (Widjaja, 2016). Dalam perkembangannya, masuknya tren pakaian *activewear* ke Indonesia dilatarbelakangi oleh kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat, dimana masyarakat Indonesia mulai menyadari bahwa kesehatan adalah aset yang penting. Lebih lanjut hal ini ditandai dengan semakin maraknya catering makanan dan minuman sehat, pusat kebugaran seperti *gym* dan fasilitas olahraga lainnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini dilakukan dengan melakukan survei perihal minat atau ketertarikan masyarakat terhadap pakaian *activewear*. Kemudian akan dilakukan proses eksplorasi variasi desain pada pakaian *activewear* sesuai dengan batasan desain yang diperoleh dengan metode survei yang kemudian dikembangkan melalui teknik SCAMPER. Lebih lanjut akan dilakukan eksplorasi terhadap desain pada pakaian *activewear* sehingga dapat memperoleh desain yang signifikan. Hasil dari eksplorasi ini diharapkan dapat menambah variasi busana *activewear* sesuai dengan minat dan ketertarikan masyarakat Indonesia dan memberikan inspirasi atau masukan terutama bagi para pelaku bisnis di bidang industri *fashion* untuk menambah variasi dari desain pakaian *activewear*.

I.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tadi, adapun masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Perlunya penyesuaian *sub-trend* dengan judul “*Moment*” dari *trend forecast* ISPO Textile Trend 2019-2020 dengan minat dan ketertarikan masyarakat terhadap produk *activewear*.
2. Belum ditemukan bagaimana cara menginterpretasi tren dan menghubungkan dengan konsumen pakaian *activewear* wanita di Indonesia.

I.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, adapun masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menginterpretasi *sub-trend* dengan judul “*Moment*” dari *trend forecast* ISPO Textile Trend 2019-2020 sesuai dengan preferensi konsumen *activewear* di Indonesia?
2. Bagaimana metode perancangan yang tepat untuk desain pakaian *activewear* wanita yang sesuai dengan keinginan konsumen di Indonesia?
3. Bagaimana proses eksplorasi perancangan desain pakaian *activewear*?

I.4 Batasan Masalah

Adapun batasan dari penelitian ini adalah:

1. Produk pakaian *activewear* yang akan dihasilkan adalah pakaian *activewear* berdasarkan *sub-trend* dengan judul “*Moment*” dari *trend forecast* ISPO Textile Trend 2019-2020 yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat konsumen di Indonesia.
2. Metode perancangan pakaian *activewear* yaitu dengan melakukan survei terhadap masyarakat Indonesia mengenai minat dan ketertarikan terhadap pakaian *activewear*.
3. Proses eksplorasi perancangan desain pakaian *activewear* berdasarkan data survei yang didapat untuk kemudian dikembangkan dengan menggunakan teknik SCAMPER agar mendapat desain pakaian *activewear* yang signifikan dan dengan menggunakan material *non-woven* sesuai karakteristik pakaian *activewear*.

I.5 Tujuan Penelitian

Memberikan variasi desain pada pakaian *activewear* berdasarkan preferensi konsumen wanita yang berusia 20 – 35 tahun di Indonesia dan berdasarkan *sub-trend*

dengan judul “*Moment*” dari *trend forecast ISPO Textile Trend 2019-2020* melalui proses pengumpulan data yang diperoleh dari hasil survei dan menggunakan teknik SCAMPER untuk mendapatkan hasil eksplorasi desain pada pakaian *activewear* yang signifikan.

I.6 Manfaat Penelitian

1. Menambah variasi busana *activewear* sesuai dengan minat dan ketertarikan masyarakat Indonesia.
2. Memberikan inspirasi atau masukan terutama bagi para pelaku bisnis di bidang industri *fashion* untuk menambah variasi dari desain pakaian *activewear*.

I.7 Metodologi Penelitian

1. Studi Pustaka

Melakukan pengumpulan data dengan referensi yang diperoleh dari artikel, buku dan jurnal.

2. Observasi

Mengetahui kondisi pasar maupun pelaku bisnis yang sebenarnya dibidang *fashion* khususnya *activewear* dengan melakukan observasi pada beberapa *store brand* yang menjual *activewear*.

3. Survei

Melakukan survei yang ditujukan kepada masyarakat yang ada disalah satu kota besar di Indonesia, yaitu Bandung. Survei yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui minat dan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap produk pakaian *activewear*.

4. Eksplorasi

Melakukan eksplorasi manipulasi garis rancang busana dan *teknik surface* desain pada beberapa material untuk pakaian *activewear*. Langkah Eksplorasi dimulai dari:

- Perancangan Konsep.
- Analisa Target Market dan *Brand* Kompetitor.
- Pembuatan *Moodboard* dan *Lifestyle*.

- Pembuatan SCAMPER.
- Pembuatan Desain.
- Pembuatan Pola dan Pecah Pola.
- Proses Produksi Busana.

I.8 Sistematika Penulisan

Susunan dalam penulisan laporan ini terdiri dari empat bab utama, antara lain :

BAB 1: Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan berisikan tentang latar belakang pemilihan judul dan topik pembahasan mengenai *activewear*. Pembahasan tersebut dimulai dari segi fenomena, masalah dan solusi yang ditawarkan dari penelitian ini.

BAB 2: Studi Literatur

Pada bagian dasar teori berisikan tentang penjelasan mengenai Busana, Fashion, *Trend Forecasting*, *Activewear* Pola.

BAB 3: Konsep dan Proses Berkarya

Pada bagian konsep dan proses berkarya ini akan berisikan tentang bagaimana cara pengaplikasian material dan variasi desain pakaian *activewear*. Dengan cara melakukan eksplorasi SCAMPER dan desain untuk memperoleh variasi pada garis rancang busana pada pakaian *activewear*.

BAB 4: Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini berisikan tentang hasil dari tujuan perancangan yang telah dilakukan.