

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	XI
<i>Abstract</i> .....	XII
<i>BAB I</i> .....	13
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Identifikasi Masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Batasan Masalah .....	15
1.5 Tujuan Penelitian .....	16
1.6 Manfaat Penelitian .....	16
1.7 Metodologi Penelitian .....	16
1.8 Sistematika Penulisan .....	17
<i>BAB II</i> .....	19
2.1 Pengertian Desain .....	19
2.2 Prinsip Desain .....	19
2.3 <i>Tekstil</i> .....	19
2.3.1 <i>Structure</i> Tekstil .....	22
2.3.2 <i>Surface</i> Tekstil .....	22
2.4 Busana .....	25
2.4.1 Klasifikasi Busana Berdasarkan Produk Atau Jenis Artikel .....	26
2.4.2 Klasifikasi Busana Berdasarkan Tujuan Produk .....	28
2.5 <i>Traveling</i> .....	35
2.6 <i>Flashpacker</i> .....	38
2.7 <i>Leisure Economy</i> .....	40
2.9 Peluang Bisnis .....	41
2.9.1 <i>Business Model canvas</i> .....	42
<i>BAB III</i> .....	45
3.1 Latar Belakang Perancangan .....	45
3.1.1 Data Lapangan .....	45
A. Observasi dan Wawancara Brand Pembanding .....	45
B. Observasi dan Wawancara Mengenai Pewarna Alam .....	49
D. Wawancara Mengenai <i>Flashpacker</i> .....	52
3.1.2 Data Ekplorasi Awal .....	53
3.1.3 Analisa Perancangan .....	58
3.2 Konsep Perancangan .....	60
3.2.1 Analisa Brand Pembanding .....	60
A. Imaji Studio .....	60

B. Suku Home.....	62
C. COS.....	64
3.2.2 Deskripsi Konsep Perancangan.....	66
3.2.3 Konsep Perancangan.....	71
3.2.4 Konsep <i>Imageboard</i> .....	72
3.2.5 Konsep Lifestyleboard.....	73
3.2.6 Metode <i>Scamper</i> .....	74
3.3 Hasil Ekplorasi.....	75
3.3.1 Ekplorasi Lanjutan.....	75
3.4 Desain Produk.....	77
3.4.1 Sketsa Produk.....	77
3.4.2 Proses Produksi.....	83
A. Perancangan Desain.....	83
3.4.1.1 <i>Worksheet</i> Desain.....	88
3.4.3 <i>Konsep Merchandise Brand</i> .....	93
3.5 Produk Akhir.....	97
3.6 Perancangan Bisnis Menggunakan <i>Business Model Canvas</i> .....	102
1. <i>Customer Segment</i> (Segmentasi Pelanggan).....	102
2. <i>Value Proporsition</i> (Proporsi Nilai).....	103
3. <i>Channels</i> (Saluran Proses Komunikasi).....	103
4. <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan).....	103
5. <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan).....	103
6. <i>Key Resource</i> (Sumber Daya Utama).....	104
7. <i>Key Activies</i> (Aktivitas Kunci).....	104
8. <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Kunci).....	104
9. <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya).....	104
BAB IV.....	105
4.1 <i>Kesimpulan dan Saran</i> .....	105
4.1.1 <i>Kesimpulan</i> .....	105
4.1.2 <i>Saran</i> .....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	109