

# Perancangan Produk *Casual Outdoor Wear* Untuk Pria

Patrick Hugo Ary Ginting<sup>1</sup>, Rima Febriani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi S1 Kriya, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, Bandung

<sup>2</sup>Program Studi S1 Kriya, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, Bandung

patrickhugo.students@telkomuniversity.ac.id (Patrick Hugo Ary Ginting.),

mori.telkomuniversity@gmail.com (Rima Febriani)

**Abstrak** Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang mempunyai daya tarik pariwisata tinggi baik dari wisata budaya alam, budaya, dan buatan. Bindelle dan Larissa (2013), mengklasifikasikan kegiatan wisata alam ke dalam empat kelas yang berbeda yaitu: ekowisata, wisata minat khusus / wisata margasatwa, *hard adventure* dan *soft adventure*. Salah satu kegiatan *soft adventure* yakni berkemah.wisata. Dengan adanya fenomena kemah wisata tersebut, penulis menangkap peluang untuk menciptakan busana yang *versatile* yang dapat dipakai dalam kehidupan sehari-hari serta berkegiatan kemah wisata. Penelitian ini bertujuan untuk merancang busana *casual outdoor wear* yang lebih menawarkan sisi desain dan material yang lebih variatif untuk menciptakan strategi bisnis. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, serta pengumpulan data dengan observasi brand pbanding, survey target market, studi literatur pada buku dan jurnal untuk mendukung teori penelitian, serta eksplorasi pembuatan motif pada tekstil. Penulis melihat peluang bisnis yang ada dengan menggunakan *business model canvas* untuk mendukung perancangan busana *casual outdoor wear* untuk pria dengan inspirasi bumi perkemahan Ranca Upas dan Rusa Timor sebagai fauna yang dilakukan dilindungi di kawasan Ranca Upas.

**Kata Kunci** *Soft Adventure*, Berkemah, *Casual Outdoor Wear*, Stilasi, Bordir.

## 1. Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang mempunyai daya tarik pariwisata tinggi baik dari wisata budaya alam, budaya, dan buatan. Hal tersebut didukung oleh naiknya angka indeks daya saing pariwisata Indonesia naik dilansir dari World Economic Forum (WEF). WEF menaikkan dua peringkat Indonesia dalam kategori Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) pada 2019. Dilansir dari katalog BPS (2017) banyaknya persentase daya tarik sektor wisata alam di Indonesia sebanyak 17,95%, dimana wisata tirta menduduki peringkat pertama yakni 55,15% menunjukkan peringkat kedua sebanyak 55,15%.

Bindelle dan Larissa (2013) mengklasifikasikan kegiatan wisata alam ke dalam empat kelas yang berbeda yaitu: ekowisata, wisata minat khusus / wisata margasatwa, *hard adventure* dan *soft adventure*. Aktivitas ini berkisar dari 'aktivitas lembut' hingga 'yang sulit'. Beberapa kegiatan *soft adventure* meliputi: mengamati burung, berkemah, dan melihat bintang, safari, memancing, fotografi alam, memetik bunga dan jamur, dan berburu, sedangkan kegiatan berbasis *hard adventure* meliputi panjat tebing, hiking gunung, trekking, arung jeram, kayak, alam Tur sepeda menuruni bukit, menunggang kuda, dan mengunjungi kemah hutan belantara. (Pariwisata New South Wales : 2012).

Salah satu wisata alam yang menyediakan lingkungan perkemahan yakni di Rancaupas, Ciwidey, Bandung. Pengelola objek wisata Rancaupas yakni Aji Sulaeman (2016)

menyatakan bahwa pada penghujung 2016, wisatawan melebihi target dari 70 ribu pengunjung menjadi 74 ribu pengunjung.

Dengan adanya kegiatan kemah wisata tersebut, banyak *brand-brand* lokal yang menangkap peluang usaha tersebut, diantaranya Humblezing, *Save My Monday*, dan *Traveology*. *Brand-brand* tersebut merupakan produk yang dimana penggunaannya adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata alam, salah satunya berkemah. Adanya hal tersebut merupakan peluang bagi penulis untuk merancang sebuah produk yang memiliki nilai guna yang sama dengan inovasi melalui stilasi motif sebagai inovasi pada produk.

*nature-based downhill bicycle tours, horse-riding, and visiting a wilderness camp.*

Dari fenomena yang telah dipaparkan, penulis menangkap peluang untuk perancangan *ready-to wear* berupa *casual-outdoor-wear* yang cocok untuk dipakai dalam kegiatan berkemah dengan nilai estetika yang lebih unggul untuk pria. Dimana pada produk yang penulis buat, tetap memerhatikan kriteria dari produk *outdoor* dari jurnal *Clothing System for Outdoor Activities* oleh Morissey dan Rossi (2013). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan produk *casual outdoor wear* untuk pria atas dasar fenomena tren kemah wisata dan perancangan peluang bisnis dari perancangan produk *casual outdoor wear*.

## 2. Landasan Teori

### 2.1. Unsur Rupa

berada di sekeliling. Semakin baik pengenalan terhadap unsur-unsur visual tersebut akan semakin baik pula pengamatan terhadap segala yang dilihat di sekeliling. Unsur-unsur seni rupa tersebut antara lain: garis, raut, ruang, tekstur, warna dan, gelap-terang

### 2.2. Prinsip Rupa

Suparta (2010) mendefinisikan prinsip seni rupa sebagai sebuah cara menyusun, mengatur unsur-unsur rupa sehingga tercipta sebuah karya seni. Prinsip seni rupa bisa disebut juga sebagai asas seni rupa, yang meliputi prinsip seperti; kesatuan, keseimbangan, irama, penekanan, proporsi dan keselarasan.

### 2.3. Motif

Suhersono (2005) mendefinisikan motif sebagai dasain yang dibuat dari bagian-bagian bentuk, variasi garis atau elemen, yang kadang begitu kuat dipengaruhi oleh bentuk stilasi alam benda, yang memiliki gaya dan ciri khasnya tersendiri. Motif terdiri atas beragam bentuk dasar atau berbagai macam garis. Kight (2011) mengklasifikasikan motif menjadi tiga yakni : *geometric, novelty dan floral* .

Jhon dan Surya (2018) mendefinisikan sebagai pengayaan bentuk atau atau penggambaran dari bentuk alami menjadi sebuah bentuk ornamental atau ragam hias dengan melakukan penyederhanaan obyek. Gambar bisa dikatakan stilasi apabila bangun hias yang menggambarkan sesuatu kemudian disusun kembali pada bidang hias yang baru. Adapun tujuan dari stilasi yakni untuk menciptakan karya yang lebih menarik daripada obyek aslinya. Hasil dari stilasi lebih bersifat terapan yang lebih memfokuskan pada nilai fungsi.

### 2.4. Desain Tekstil

Desain tekstil merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai produk , terutama produk tekstil, agar memiliki nilai estetis dan ekonomis yang lebih tinggi (Winata, Tri Hartono : 2010)

Desain permukaan tekstil merupakan desain yang sifatnya memperkaya corak pada permukaan kain. (Budiyono dkk : 2018). Bentuk desain bisa diambil dari benda-benda yang terdapat di sekeliling atau bentuk-bentuk yang bersifat abstrak. Contoh teknik penerapan desain permukaan seperti batik, *printing*, sulam, bordir dan songket.

Desain struktur adalah desain yang terbentuk dari konstruksi tekstil itu sendiri, baik yang berwujud polos maupun tekstil corak. Pada tekstil corak, pembuatan dilakukan bersamaan dengan proses pembuatan tekstilnya. Desain struktur tekstil meliputi tekstil yang dibuat dari benang, tekstil yang dibuat tidak dari benang, dan tekstil yang dibuat tanpa serat benang maupun dengan serat benang.

### 2.5. Fashion

Brenninkmeyer (1963) mendefinisikan fashion sebagai penggunaan yang berlaku baik dari pakaian yang diadopsi oleh masyarakat pada zaman ini, dimana fashion merupakan hasil penerimaan dari nilai-nilai budaya tertentu, yang semuanya terbuka terhadap pengaruh perubahan yang berputar relative cepat. Finkelstein (1996) mendefinisikan fashion sebagai

Sobandi (2006) memaparkan Unsur-unsur fisik yang terdapat dalam sebuah karya seni rupa pada dasarnya mencakup segala unsur fisik yang terdapat pada sebuah benda. Dengan demikian pengamatan terhadap unsur-unsur pada karya seni rupa tidak berbeda dengan pengamatan terhadap benda yang

konsep yakni fashion sebagai konsep berarti sesuatu yang lebih dari istilah yang dibahas di atas karena itu menandakan nilai-nilai tambahan dan memikat yang melekat pada pakaian, yang menarik bagi konsumen fashion.

### 2.6. Casual Outdoor Wear

*Casual outdoor wear* yang dimaksud merujuk pada pakaian yang memiliki kelebihan untuk mendukung aktivitas di luar ruangan seperti mampu menghangatkan di saat suhu luar ruangan cenderung ekstrem, yang tentunya sengaja didesain untuk dapat digunakan pada acara non-formal sehingga tetap memiliki kesan nyaman dipakai dan mampu menjadi identitas seseorang tanpa mengesampingkan kriteria pakaian *outdoor* itu sendiri.

### 2.7 Wisata Alam

Kegiatan wisata alam dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelas yang berbeda yaitu: *ecotourism, special interest tourism/wildlife tourism, hard adventure and soft adventure*. Aktivitas berbasis alam adalah aktivitas yang berlangsung di udara terbuka ,di taman, gunung dan hutan.

*Soft Adventure* merupakan bentuk wisata alam yang melibatkan sedikit atau tanpa pengalaman fisik yang kurang berat dan biasanya memiliki tingkat risiko yang rendah. Wisatawan yang mempraktikkan jenis pariwisata ini seringkali memerlukan penggunaan pihak ketiga atau transportasi mekanis yang merupakan mobil dan sepeda, ditambah dengan fasilitas akomodasi yang nyaman.

### 2.8 Peluang Usaha Baru

Hendro (2011) memaparkan bahwa pulang bisnis berasal dari ide, inspirasi atau kesempatan yang ada kemudian dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam berbisnis. Jadi, peluang bisnis merupakan kesempatan atau waktu yang tepat yang sebaiknya dimanfaatkan bagi seseorang untuk mendapatkan laba. Begitu banyak peluang yang ada namun disia-siakan, sehingga peluang yang ada berlalu karena tidak semua orang dapat menganalisis peluang yang ada dan jika ada seseorang yang melihatnya pun belum memiliki keberanian yang cukup untuk memanfaatkannya.

## 3. Proses Perancangan

Untuk mencari *target market* , penulis melakukan observasi melalui *instagram* Humblezing, Traveology dan Save My Monday, penulis menemukan beberapa kecenderungan bahwa pemakai dari produk Humblezing menyukai kegiatan *soft adventure* seperti, *city tour*, berkunjung ke taman nasional, curug, hutan pinus, dan berkemah wisata.

Selain melalui *instagram*, penulis juga melakukan observasi melalui website dari ketiga *brand* tersebut. Adapun observasi dilakukan untuk mengetahui visual produk, jenis busana yang diproduksi, material yang biasa digunakan dan juga cara *brand* tersebut mengemas produknya dalam konten digital.

### 3.1. Data Lapangan

Pada brand perbandingan *busana casual outdoor wear*, memiliki busana dari atasan hingga bawahan, Atasan yang biasanya terdiri dari kemeja, *t-shirt* dan juga *sweatshirt*. Untuk bawahannya didominasi oleh celana kargo. Dan untuk luarannya/*outerwear* lebih variatif yakni terdapat parka, *windbreaker*, *bomber jacket*, dan juga jaket taslan lainnya

Untuk dekoratifnya, menggunakan stilasi motif dengan teknik *screen printing* pada item busana. Dan untuk warna-warna yang digunakan pada busana cenderung mengarah ke warna *earthy* seperti *olive*, *khaki*, *terracota*, dan warna gradasi lainnya.

### 3.2. Deskripsi Konsep

Penulis merancang busana kasual dengan kesan pakaian *outdoor*, untuk pria yang menyukai kegiatan berkemah dan memiliki mobilitas padat dengan memanfaatkan kombinasi material untuk menambah durabilitas pada pakaian. Dengan mengaplikasikan bordir sebagai elemen dekoratif pada busana dan pembeda dari produk yang ditawarkan *brand* perbandingan.



Gambar 1. Imageboard

Pada pembuatan konsep *imageboard* mengambil inspirasi dari kegiatan perkemahan dan Rusa Timor sebagai hewan yang dilindungi di kawasan bumi perkemahan Ranca Upas. Pada *imageboard*, saya mengambil inspirasi warna tanah seperti gradasi warna cokelat, gradasi warna hijau dan gradasi warna merah. Untuk pengayaan, saya mengambil gaya *citywear* dengan inspirasi gaya *military looks*. Dengan penggunaan material seperti *twill*, *taslan*, *corduroy* dan *fleece*.

### 3.3. Hasil Eksplorasi

Menurut hasil survey kemeja yang paling diminati ialah opsi 1, dengan persentase 46,8 dari 47 responden, untuk opsi 2 sebanyak 27,7%, untuk opsi 3 sebanyak 12,8% dan untuk opsi 4 sebanyak 12,8%

Menurut hasil survey kemeja yang paling diminati ialah opsi 1, dengan persentase 53,2% dari 47 responden, untuk opsi 2 sebanyak 14,9% dan untuk opsi 3 sebanyak 31,9%. Menurut hasil survey *outerwear* yang paling diminati ialah opsi 2, dengan persentase 29,8% dari 47 responden, untuk opsi 1 sebanyak 21,3%, untuk opsi 3 sebanyak 23,4% dan untuk opsi 4 sebanyak 25,5%.

Menurut hasil survey *outerwear* yang paling diminati ialah opsi 2, dengan persentase 53,2 dari 47 responden dan untuk opsi 1 sebanyak 46,8%.

Menurut hasil survey *cargo pants* yang paling diminati ialah opsi 2, dengan persentase 53,2% dari 47 responden dan untuk opsi 1 sebanyak 46,8%.

Menurut hasil survey *pants* yang paling diminati ialah opsi

1, dengan persentase 68,1%, untuk opsi 2 sebanyak 12,8% dan untuk opsi 3 sebanyak 19,1%.



Gambar 2. Rancangan Terpilih Berdasarkan Survei

Dari eksplorasi motif, terpilih empat motif untuk diolah yaitu:



Gambar 3. Motif Terpilih

Penulis memilih 4 *pattern* di atas berdasarkan teknik dan fokus utama *pattern* yang berbeda-beda. Pada ilustrasi 1 penulis membuat motif dengan jenis motif *novelty*. Penulis menyederhanakan bentuk elang hitam dimana elang hitam merupakan salah satu aves yang hidup di daerah perkemahan Ranca Upas, disederhanakan dengan menggunakan dominasi unsur garis pada setiap obyek yang ada pada motif. Penulis menambahkan obyek kayu dan matahari untuk menambahkan kesan keseimbangan.

Pada ilustrasi 2, penulis membuat motif dengan jenis motif *novelty*. Penulis menyederhanakan bentuk rusa timor. Pada obyek motif ini, penulis menggunakan dominasi unsur garis karena bordir akan dilakukan pada bagian *outline* nya saja. Penulis menggunakan dominasi warna hijau dan coklat pada motif. Dalam mengkomposisikan obyek, penulis menambahkan isen-isen berupa obyek rumput dan jamur yang distilasi untuk mencapai prinsip keseimbangan.

Pada ilustrasi 3, penulis membuat motif menggunakan jenis motif *novelty*. Penulis mengambil bentuk kepala rusa timor dimana rusa timor merupakan fauna yang dilindungi di daerah Ranca Upas. Penulis menyederhanakan visual kepala dan leher Rusa Timor dengan menambahkan unsur-unsur bentuk dan garis pada bagian leher rusa timor. Penulis juga hanya menampilkan satu warna supaya motif dapat dibuat sesederhana mungkin. Penulis membuat obyek lingkaran pada bagian luar motif rusa timor sebagai penekanan pada motif tersebut.

Pada ilustrasi 4, penulis membuat motif dengan jenis motif *novelty*. Penulis menyederhanakan bentuk burung keruk kerbau dimana keruk kerbau merupakan salah satu aves yang

hidup di daerah perkemahan Ranca Upas. Penulis menggunakan dominasi unsur garis untuk menciptakan *outline* yang akan dibordir. Penulis juga menggunakan dua keruk kerbai pada motif untuk menciptakan prinsip keseimbangan ditambah dengan isen berupa garis spiral yang berada di sekitar burung keruk kerbau.

**3.4. Peluang Bisnis**

*1. Customer Segments*

*Target market* yang dituju yakni pria, dengan usia 24-30 tahun bertempat tinggal di kota urban seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya dengan psikografis mandiri, percaya diri, berjiwa petualang, dan menyukai hal baru.

*2. Value Propositions*

*Value* yang ditawarkan adalah, sebuah *brand* dengan *output* produk berupa busana *casual outdoor* yang menggunakan material dengan durabilitas yang baik, penggunaan inspirasi Ranca Upas sebagai wawasan nusantara diproduksi. Selain itu busana diaplikasikan teknik bordir, dimana produk *brand* perbandingan dominan menggunakan teknik sablon.

*3. Channels*

Untuk komunikasi kepada pelanggan, *brand* ini memanfaatkan *digital marketing* dan penjualan online melalui *Instagram* dan *Website*. Untuk perencanaan kedepannya, *brand* ini akan memanfaatkan penjualan melalui beberapa *e-commerce* untuk mempermudah kegiatan transaksi. Serta melakukan penjualan secara offline melalui acara bazar *brand* lokal seperti Trademark dan Brightspot. Proses distribusi untuk customer di dekat area *warehouse* bisa melalui jasa pengiriman ojek *online*, sedangkan untuk pengiriman di luar kota menggunakan jasa ekspedisi seperti, Sicepat, JNE, dll.

*4. Revenue Stream*

	Harga Modal	Harga Jual	Profit (80%)
<i>Shirt</i>	Rp 226.000	Rp 350.000	Rp 125.000
<i>Sweatshirt</i>	Rp 179.000	Rp 360.000	Rp 181.000
<i>Coach Jacket</i>	Rp 339.000	Rp 50.000	Rp 171.195
<i>Parka</i>	Rp 384.000	Rp 580.000	Rp 196.000
<i>Cargo Pants</i>	Rp 261.000	Rp 450.000	Rp 195.000
<i>Twill Pants</i>	Rp 265.000	Rp 450.000	Rp 185.000

Tabel I. Pricing

**3.5 Visualisasi Produk**



Gambar 4. Hasil Produk Busana Casual Outdoor Wear

**3.6 Visualisasi Merchandise**



Gambar 5. Logo



Gambar 6. Packaging dan Merchandising

## 4. Kesimpulan

Pada produk *casual outdoor wear* pada umumnya memiliki desain yang memiliki durabilitas yang baik, dimana pakaian *casual outdoor* memerhatikan tingkat ketahanan terhadap suatu kondisi seperti cuaca maupun suhu dimana pakaian tersebut dipakai. Warna yang mendominasi pada pakaian *casual outdoor* seperti warna-warna tanah yang netral sehingga terlihat sederhana dan mudah dipadu-padankan dengan *item* fashion lainnya. Dari itu, busana *casual outdoor* yang penulis rancang memerhatikan material yang dipakai dan warna yang diterapkan dalam busana.

Penulis melakukan pengolahan motif yang terinspirasi dari Perkemahan Ranca Upas, serta satwa dan flora yang ada di dalamnya. Dimana penulis melakukan teknik stilasi dan menggunakan unsur garis sebagai unsur dominan pada eksplorasi. Obyek yang dihasilkan diolah menjadi sebuah komposisi motif yang diterapkan pada desain busan terpilih, dimana penulis menerapkan teknik bordir sebagai bentuk penerapan di atas busana. Dalam tahapn eksplorasi, penulis menggunakan unsur desain seperti, unsur titik, unsur garis, unsur bentuk, dan unsur warna. Selain unsur desain, eksplorasi ini juga mengacu pada beberapa prinsip desain seperti, proporsi, harmoni, dan kesatuan. Berdasarkan beberapa aspek tersebut, penulis menggunakan teknik bordir sebagai bentuk kesatuan dari material benang yang berbahan polyester adapun materialnya seperti kanvas, *corduroy*, *twill*, *taslan* dan juga *fleece*. Pemilihan warna pada benang menggunakan warna – warna yang kontras terhadap warna kain, dimana bordir dapat menjadi *point of interest* pada busana. Adapun pertimbangan teknik terhadap material yakni bordir tidak rusak ketika dicuci, tidak merusak struktur kain dan tidak rusak ketika berada di kondisi/ cuaca pada luar ruangan.

Produk *casual outdoor wear* ini memiliki bentuk perancangan bisnis yang telah dipaparkan pada *Bussiness Model Canvas*. Selain itu, busana ini memiliki potensi bisnis yang cukup baik karena adanya diferensiasi yang diciptakan oleh produk berupa penggabungan konsep busana *casual* dan busana *outdoor* yang menghadirkan busana yang *versatile* dan juga eksploratif

## 5. Saran

Dalam perancangan produk *casual outdoor wear* untuk pria terdapat banyak hal yang dapat dikembangkan dalam konsep perancangannya. Inspirasi, material, pembuatan konsep pada pakaian *casual outdoor wear* dapat memberikan varian produk yang beragam. Hal ini perlu dikembangkan lebih lanjut untuk meningkatkan eksistensi produk ini.

Secara material, dapat dilakukan *research* lebih luas, sehingga mungkin dapat ditemukan material yang lebih sesuai dan memiliki *looks* yang diinginkan. Untuk visual, penting untuk menciptakan sebuah ciri khas dalam terutama jika diproduksi secara massal, sehingga visual tersebut dapat menjadi identitas produk yang dapat dikenali oleh khalayak umum terutama *target market*. Oleh karena itu, masih ada berbagai peluang visual yang dapat diterapkan dalam perancangan, dan dilakukan eksplorasi lebih lanjut. Untuk teknik bordir, mungkin bisa diterapkan hanya untuk pemberian aksent-aksent detail atau hanya di beberapa material yang sesuai, karena ada beberapa material yang mengkerut apabila dibordir, mungkin untuk ukuran bordir bisa disesuaikan kembali. Mungkin bisa menggunakan teknik *printing* dengan penambahan aksent bordir untuk memberi tekstur, atau penambahan variasi teknik lainnya yang sudah dipelajari.

Untuk proses pengembangan usaha, mungkin bisa menggunakan bahan baku atau jasa pembuatan yang lebih ekonomis, hal tersebut ditujukan agar profit yang didapat lebih bertambah namun tetap menyesuaikan dengan harga yang cocok dengan *target market*.

## Daftar Pustaka

- [1] Agustina, Dina. (2012) Prinsip – Prinsip Desain Busana .Artikel online, <http://dinaagustina09.blogspot.sg/2012/06/prinsip-prinsip-desain-busana.html> diakses pada 16 November 2019 , jam (18:20)
- [2] Bindelle, Engama dan Larissa (2013). *Camping As A Form Of Nature Tourism Case Study: Svanen / Joutsen Camping* , Centria University Of Applied Sciences
- [3] Barnard, Malcolm (1996), *Fashion as Communication*, London: Routledge.
- [4] Bismark, dkk (2011) *Sinsetis Hasil-Hasil Litbang : Pengembangan Penangkaran Rusa Tmor*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kehutanan. Jakarta
- [5] Bergfreunde.co.eu (2019) *Outdoor Wear Definition* (bergfreunde.co.eu) diakses pada 13 Februari 2020 jam 02.17
- [6] Brenninkmeyer, Ingrid (1963), *The Sociology of Fashion*, Koln-Opladen: Westdeutscher Verlag.
- [7] Budiyo, dkk (2018) *Kriya Tekstil Untuk Sekolah Menengah Kejuruan Jilid 2*, TIM, Jakarta
- [8] Budiyo, dkk (2018) *Kriya Tekstil Untuk Sekolah Menengah Kejuruan Jilid 3*, TIM, Jakarta
- [9] Bunka (2010) *Bunka Fashion Series : The Fundamental Principles Of Making and Sewing In Fashion Design* (8<sup>th</sup> Edition), Bunka Fashion College, Japan
- [10] Emeritus, dkk (2003) *Small Business Management: An Entrepreneurs Guide Book*, Mc-Graw Hill/ Irwin,, United States
- [11] Fadhilah, Salma (2017) *Perancangan Busana Ready to Wear Menggunakan Teknik Engineered Print dengan Inspirasi Motif dari Icon Kota Bekasi*, Tugas Akhir Program Sarjana, Universitas Telkom, Bandung
- [12] Febriyanto (2002) *Pengelolaan Penangkaran Rusa Timor (Cervus Timorensis De Blainville)* di Ranca Upas KPH Bandung Selatan PT. PERHUTANI Unit III Jawa Barat, Tugas Akhir, Jurusan Konservasi Sumber Daya Hutan, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- [13] Finkelstein, Joanne (1996), *After a Fashion*, Carlton: Melbourne University Press.
- [14] G Sevila, Consevelo (1993) *Pengantar Metode Penelitian*. Tery Alirumuddin Tuwu, Universitas Indonesia, Jakarta
- [15] Hartono, Tri Winata (2010) *Pengembangan Desain Motif Dengan Teknik Slashquilt Untuk Pakaian*

- Kasual Remaja Putri, Jurusan Kriya, Seni Tekstil, Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- [16] Hendro (2011) Dasar- Dasar Kewirausahaan, Erlangga, Jakarta.
- [17] Jalaluddin, Rahmat (1984) Metode Penelitian Komunikasi , Remaja Rosda Karya , Bandung
- [18] Joppe, Marion & Brooker, Ed. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality— An international review. *Tourism Analysis*. 3-4. 1-6. 10.1016/j.jort.2013.04.005. University Of Guelp, Sheridan College
- [19] Junie, Candra (2012) Pengertian, Manfaat dan Tujuan Berkemah, Indonesia, (<https://www.candrajunie.com/2012/06/berkemah.html>) diakses pada 12 Oktober 2019, jam (21.19)
- [20] Katerina (2018) 5 Aktivitas Yang Bisa Anda Lakukan Saat Berkemah, Indonesia (<https://www.travelerien.com/2018/12/5-aktivitas-yang-bisa-anda-lakukan-saat-berkemah.html>) diakses pada 12 Oktober 2019, jam (21.23)
- [21] Kawamura, Yuniya (2005) Fashion-ology. Berg. New York
- [22] Kight, Kimberly. 2018. A Field Guide To Fabric Design. California: C&T Publishing
- [23] Koentjaraningrat (1994) Metode Penelitian Masyarakat, Gramedia,, Jakarta
- [24] Koester, Ardis dan Bryant (1991). Fashion Terms and Styles For Women Garments, Oregon State University Extention Service, United States
- [25] Marlina dan Karmila (2010) Bahan Perkuliahan Kriya Tekstil, Program Studi Pendidikan Tata Busana, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung
- [26] Morrisey, Matthew & Rossi, René. (2013). Clothing systems for outdoor activities. *Textile Progress*. 45. 10.1080/00405167.2013.845540. Swiss Federal Laboratories for Materials Science and Technology, Laboratory for Protection and Physiology, Lerchenfeldstrasse 5, CH-9014 St. Gall, Switzerland
- [27] Osterwalder, Alexander. Pigneur, Yves. (2010) Business Model Generation, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- [28] Poespo, Goet. (2009) A to Z Istilah Fashion. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Pusat
- [29] Prodjo, Wahyu Adityo (5 September 2019) Dikutip 27 September 2019 dari Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia Tahun 2019 Naik : <https://travel.kompas.com/read/2019/09/05/173751627/indeks-daya-saing-pariwisata-indonesia-tahun-2019-naik?page=all>
- [30] Rezkisari, Indira (2017) Objek Wisata di Bandung Selatan Masih Dipadati Wisatawan , Indonesia, (<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/17/01/05/ojb0m3328-objek-wisata-di-bandung-selatan-masih-dipadati-wisatawan>) diakses pada 12 Oktober 2019 jam (21.14)
- [31] Safwan. (2015). Apa Aja Ada .Artikel online, <http://safwanruslan.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-bentuk-desain-prinsip-dan.html> diakses pada 16 November 2019 , jam (16:53)
- [32] Schroder, T.O (1976) Deer In Indonesia. Agricultural University Wegeningen Netherland Nature Conservation Department, Wegeningnen.
- [33] Subdirektorat Statistik Pariwisata (2017) Statistik Daya Tarik Obyek Wisata 2017, Badan Pusat Statistik, Jakarta
- [34] Sudrajat, Akhmad (2012) Scamper Untuk Pembelajaran Kreatif dan Inovatif. Artikel Online. <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2012/08/28/scamper-untuk-pembelajaran-kreatif-dan-inovatif/> diakses pada 12 Juni 2020, jam (20.49)
- [35] Suhersono Hery (2004). Desain bordir motif flora dan dekoratif. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [36] Sukma, Mestika Nawang (2018). Pengolahan Motif yang Terinspirasi dari Gambar Penderita Depresi yang Diaplikasikan Pada Busana *Ready- ToWear*, Program Studi Kriya, Tekstil dan Mode, Universitas Telkom, Bandung
- [37] Sukidin dan Basrowi (2002) Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro, Insan Cendekia, Surabaya
- [38] Sobandi, Bandi (2010) Seni Rupa Dasar Modul 2: Unsur-Unsur dan Prinsip-Prinsip Dasar Seni Rupa. 197206131999031. Jurusan Pendidikan Seni Rupa. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- [39] Suparta, I Made (2010) Prinsip Seni Rupa : <https://www.isi-dps.ac.id/berita/prinsip-seni-rupa/> Diakses pada 17 Februari 2020, jam 3.15
- [40] Weaver, D, B. (2001) The encyclopedia of ecotourism. CABI Publishing, New York
- [41] Why do you need ‘Casual’? (2020), United States ([blacksocks.com/en/casual/](https://blacksocks.com/en/casual/)), diakses pada 17 Juli 2020 pukul 10.01
- [42] Zhang, Zhimming et-all (2002) Casual Wear Product Attributes : A Chinsese Consumers Perspective. Institute of textiles and Clothing, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong.
- [43] Z. Vokac, V. Kopke and P. Keul, *Text. Res. J.* 43(8) (1973) p.474.