

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PENYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I. 1 Latar Belakang.....	1
I. 2 Identifikasi Masalah	2
I. 3 Rumusan Masalah	3
I. 4 Batasan Masalah.....	3
I. 5 Tujuan Penelitian.....	3
I. 6 Manfaat Penelitian.....	4
I. 7 Metode Penelitian.....	4
I. 8 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II STUDI LITERATUR.....	7
II. 1 Pewarna Alami Tekstil.....	7
II. 1. 1 Sejarah Pewarna Alami Tekstil	8
II. 1. 2 Klasifikasi Pewarna Alami Tekstil	8
II. 1. 3 Pigmen Zat Pewarna Alami Tekstil.....	11
II. 2 Soga.....	12
II. 2. 1 Tanaman Soga	12
II. 2. 2 Soga Tinggi (<i>Ceriops Tagal</i>).....	15
II. 3 Metode Pewarnaan Zat Alami Tekstil	16
II. 3. 1 Ekstraksi Pewarna Alam.....	16
II. 3. 2 Mordanting	17
II. 3. 3 Pencelupan Pewarna Alam	17
II. 3. 4 Fiksasi.....	18
II. 4 Mordan	18

II. 4. 1 Pengertian Mordan	18
II. 4. 2 Klasifikasi Mordan Berdasarkan Sumbernya	19
II. 4. 3 Klasifikasi Mordan Berdasarkan Tahapannya.....	20
II. 5 Perintang.....	21
II. 5. 1 Pengertian Perintang.....	21
II. 5. 2 Jenis - Jenis Perintang	21
II. 5. 3 Jenis - Jenis Tepung.....	26
II. 6 Batik	33
II. 6. 2 Pengertian Batik	33
II. 6. 2 Klasifikasi Batik	34
II. 6. 3 Batik <i>Remekan</i>	35
II. 6. 4 Perkembangan Batik <i>Remekan</i>	36
II. 7 Produk <i>Fashion</i>	37
II. 7. 1 Pengertian <i>Fashion</i>	37
II. 7. 2 Klasifikasi <i>Fashion</i>	38
II. 7. 3 Perkembangan <i>Fashion</i> dengan Pewarna Alami	42
BAB III PROSES PERANCANGAN.....	46
III. 1 Latar Belakang Perancangan	46
III. 1. 1 Data Lapangan	46
III. 1. 2 Data Eksplorasi Awal.....	50
III. 1. 3 Analisa Perancangan	67
III. 2 Konsep Perancangan.....	67
III. 2. 1 Analisa Brand Pemandang.....	68
III. 2. 2 Deskripsi Konsep	71
III. 2. 3 Konsep <i>Image Board</i>	72
III. 2. 4 Target Market (<i>Costumer Profile</i>)	74
III. 2. 5 Konsep Lifestyle Board.....	77
III.3 Hasil Eksplorasi	77
III. 3. 1 Eksplorasi Lanjutan.....	78
III. 3. 2 Eksplorasi Terpilih.....	97
III.4 Desain Produk	101
III. 4. 1 Sketsa Produk.....	101
III. 4. 2 Proses Produksi.....	103

III. 4. 3 Konsep Merchandise	116
III. 5 Produk Akhir	118
III.5. 1 Visualisasi Produk	118
III.5. 2 Visualisasi Merchandise	120
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	122
IV.1 Kesimpulan :	122
IV.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124