

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
Bab I Pendahuluan	
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 Metodologi	4
I.7.1 Wawancara	4
I.7.2 Studi Literatur	4
I.7.3 Observasi Lapangan	4
I.7.4 Eksperimentatif	4
I.8 Sistematika penulisan	5
Bab II StudiLiteratur	
II.1 Teori Rupa Dasar	6
II.1.1 Unsur Rupa Dasar	6
II.1.2 Prinsip Rupa Dasar	10
II.2 Textile.....	14
II.3 <i>Surface</i> Textile	16
II.3.1 Zat Warna Alam	16
II.3.1 Sulam	17
II.4 Busana	18
II.4.1 Pengertian Busana	18
II.4.2 Tipe Perancangan Busana	18
II.4.3 Fungsi Busana	19
II.4.4 Klasifikasi Busana	20
II.5 <i>Outerwear</i>	31
II.6 <i>Travelling</i>	34
II.6.1 Pengertian <i>Travelling</i>	34
II.6.2 Klasifikasi <i>Travelling</i>	34
II.6.3 Perkembangan <i>Travelling</i> Saat Ini.....	35
II.7 <i>Flashpacker</i>	35
II.8 Peluang Usaha.....	36

II.8.1 Business Model Canvas	36
Bab III Proses Perancangan	
III.1 Latar Belakang Perancangan	39
III.1.1 Data Lapangan	39
III.1.2 Data Eksplorasi Awal	42
III.1.3 Analisa Perancangan	46
III.2 Konsep Perancangan	47
III.2.1 Analisa <i>Brand</i> Peminggiran.....	47
III.2.2 Deskripsi Konsep.....	50
III.2.3 Konsep <i>Imageboard</i>	51
III.2.4 Konsep <i>Lifestyle Board</i>	52
III.2.5 Scamper	53
III.3 Hasil Eksplorasi	54
III.3.1 Eksplorasi Lanjutan	54
III.3.2 Eksplorasi Terpilih	56
III.4 Desain Produk	58
III.4.1 Sketsa Produk	58
III.4.2 Proses Produksi	59
III.4.3 Konsep <i>Merchandise</i>	61
III.5 Peluang Bisnis	66
III.5.1 <i>Business Model Canvas</i>	66
III.6 Produk Akhir	71
III.6.1 Visualisasi Produk	71
III.6.2 Visualisasi <i>Merchandise</i>	72
Bab IV Kesimpulan dan Saran	
IV.1 Kesimpulan	74
IV.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78