

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penulisan laporan Tugas Akhir dengan baik dan lancar. Penulisan ini dilkakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Kriya Tekstil dan Fashion di Telkom University. Dalam melaksanakan laporan dan karya Tugas Akhir ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT. yang telah memberikan Kesehatan jiwa dan pikiran, sehingga penulis mampu menyusun laporan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kepada Mamik dan Mama selaku orang tua atas dedikasi, dukungan dan semua hal terbaik yang telah kalian berikan selama ini.
3. Ibu Rima Febriani, S. I. Kom., M. A. B selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Citra Puspitasari, S. Ds., M. Ds. selaku dosen pembimbing 2 yang telah berkontribusi meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran bagi penulis dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu Faradillah Nursari, B. Des., M. Ds. selaku dosen penguji 1 dan Ibu Gina Shobiro Takao, S. Sn., M. Ds. selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan dan saran sehingga penulisan tugas akhir ini menjadi lebih baik.
5. Narasumber selaku target market potensial yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kepada seluruh rekan-rekan mahasiswa Kriya Tekstil dan Fashion Telkom University angkatan 2019.
7. Kepada Khofifah dan Hikmah selaku partner kelompok dan keluarga besar Tepok Bulu yang telah berkerjasama dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dukungan, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya kepada mereka semua.

Bandung, 31 Juli 2023

(Baiq Safrina Rahmadiyah)

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
ABSTRACT.....	II
LEMBAR PERNYATAAN.....	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
PEDOMAN PENGGUNAAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR LAMPIRAN.....	IX
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
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 Kerangka Penelitian.....	5
I.9 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II STUDI LITERATUR.....	7
II.1 Pengertian Busana <i>Ready to Wear</i>.....	7
II.2 Fenomena <i>Subculture</i> Dan Imitasi Fashion dan Musik.....	8
II.3 Gaya Busana <i>Cottage Core</i>.....	14
II.4 <i>SCAMPER</i>.....	15
II.5 Reka Latar / <i>Surface Textile Design</i>.....	17
II.5.1 <i>Bordir</i>	17
II.5.2 <i>Manipulating Fabric</i>	18
II.6 Perencanaan Bisnis Model Canvas.....	19
2.6.1 <i>Perencanaan Bisnis (Business Plan)</i>	19
2.6.2 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	20
BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN.....	22
III.1 Data Primer.....	22
III.1.1 Profile Musisi Nadin Amizah.....	22
III.1.2 Wawancara.....	23
III.1.3 Kuesioner Online Tahap Pertama.....	24
III.2 Data Sekunder.....	36
III.3 Analisa Perancangan.....	37
III.3.1 <i>Style Cottage Core Terhadap Musik</i>	37
III.3.2 <i>Data Eksplorasi Awal Referensi Produk</i>	40
III.3.3 <i>Data Eksplorasi Awal Perancangan Produk Awal</i>	44
III.3.4 <i>Analisa Perancangan</i>	51
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	53
IV.1 Konsep Perancangan.....	53
IV.1.1 <i>Analisa Brand Pemandangan</i>	53
IV.1.2 <i>Deskripsi Konsep Perancangan Produk</i>	62
IV.1.3 <i>Konsep Moodboard</i>	64
IV.1.4 <i>Lifestyleboard</i>	65
IV.2 Eksplorasi Lanjutan.....	66

IV.2.2	Desain Lanjutan.....	66
IV.2.2	Eksplorasi Elemen Dekoratif Bordir	67
IV.2.3	Kuesioner Online Tahap 2.....	71
IV.3	Design Produk Akhir.....	79
IV.3.1	Sketsa Desain Produk Akhir.....	79
IV.3.2	Proses Produksi.....	84
IV.3.3	Konsep Merchandise.....	86
IV.4	Perencanaan Bisnis.....	89
IV.4.1	Business Model Canvas.....	89
IV.4.2	Rencana Pasar.....	94
IV.5	Produk Akhir.....	95
IV.5.1	Visualisasi Produk.....	95
IV.5.2	Visualisasi Merchandise.....	98
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
V.1	Kesimpulan.....	99
V.2	Saran.....	100
	DAFTAR PUSTAKA	102
	LAMPIRAN.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bagan Skema Perancangan.....	104
Lampiran 2 Wawancara bersama Narasumber Potensial.....	105
Lampiran 3 Kuesioner Awal	101
Lampiran 4 Eksplorasi Teknik Kriya Tekstil Pada Material	106
Lampiran 5 <i>Alpha Customer Test</i>	113
Lampiran 6 <i>Business Model Canvas</i>	109
Lampiran 7 <i>Revenue Streams & Cost Structure</i>	110

DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI

Gambar II.1 Contoh Busana <i>Ready to Wear</i>	8
Gambar II.2 Busana Kolaborasi Nadin Amizah dan Brand byHening.	13
Gambar II.3 Busana dengan <i>Style Cottage Core</i> Oleh Brand Lacemadeficial ..	15
Gambar II.4 Contoh Penerapan Teknik Bordir Pada Busana	17
Gambar II. 5 Contoh Teknik <i>Ruffles</i> Pada Busana	18
Gambar II.6 Contoh Teknik <i>Shirring</i> Pada Kain	18
Gambar II.7 Contoh Penerapan Teknik <i>Pleat</i> Pada Busana	19
Gambar II.8 Tabel <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	20
Gambar III.1 Nadin Amizah	22
Gambar III.2 Foto Narasumber bersama Nadin Amizah	23
Gambar III.4 Gambar Nadin Amizah Pada Survey Pertama	25
Gambar III.5 Gambar Busana Nadin Amizah Pada Survei Pertama	27
Gambar III.7 Gambar Busana Nadin Amizah Pada Survey Pertama	28
Gambar III.8 Gambar Busana Nadin Amizah Pada Survey Pertama	29
Gambar III.9 Gambar Pengaplikasian Bordir Pada Survey Pertama	30
Gambar III.10 Gambar Pengaplikasian Teknik <i>Pleats</i> Pada Survey Pertama	31
Gambar III.11 Gambar Pengaplikasian Teknik <i>Ruffles</i> Pada Survey Pertama	32
Gambar III.12 Gambar Pengaplikasian Teknik <i>Shirring</i> Pada Survey Pertama	33
Gambar III.13 Gambar <i>Color Pallet</i> Busana Pada Survey Pertama	34
Gambar III.14 Gambar Tekstur Kain <i>Chiffon Lose</i> Pada Survey	35
Gambar III.15 <i>Style Board</i>	45
Gambar III.16 <i>Moodboard</i>	46
Gambar III.17 Stilasi Motif Bordir Awal.....	46
Gambar III.18 Eksplorasi Awal Sketsa Desain Busana	49
Gambar III.19 Material Busana Yang Digunakan	50
Gambar III.20 Bagan Skema Analisa Perancangan.	51
Gambar IV.1 Web Profile i.am starry	53
Gambar IV.2 Koleksi Produk Pada Web Profile i.am starry	54
Gambar IV.3 Halaman Web Profile Masou Atelier	54
Gambar IV.4 Koleksi Produk Pada Web Profile Masou Atelier	55
Gambar IV.5 Halaman Web Profile Laurencia Irena.....	56
Gambar IV.6 Koleksi Produk Pada Web Profile Laurencia Irena	57
Gambar IV.7 Profile Instagram Dear Soesan Instagram.....	57
Gambar IV.8 Koleksi Produk Busana Brand Dear Soesan	58
Gambar IV.9 <i>Moodbord</i>	64
Gambar IV.10 <i>Lifestyle Board</i>	65
Gambar IV.11 Ekplorasi Lanjutan Desain Menggunakan Motif 1	66
Gambar IV.12 Ekplorasi Lanjutan Desain Menggunakan Motif 2	66
Gambar IV.13 Ekplorasi Lanjutan Desain Menggunakan Motif 3	67
Gambar IV.14 Material Busana Pada Survey	73
Gambar IV.15 Motif Bordir Pada Survey	74
Gambar IV.16 Komposisi Motif Bordir 1	75
Gambar IV.17 Komposisi Motif Bordir 2	76
Gambar IV.18 Komposisi Motif Bordir 3	77
Gambar IV.19 Komposisi Motif Bordir Terpilih	78
Gambar IV.20 Komposisi Motif dan Desain Terpilih Pada Busana	78

Gambar IV.19 Logo	87
Gambar IV.20 <i>Thank you Card</i> Depan Belakang	88
Gambar IV.21 <i>Hang Tag</i> Depan Belakang	88
Gambar IV.22 <i>Packaging</i>	89
Gambar IV.23 <i>Business Model Canvas</i>	89
Gambar IV.24 Halaman Instagram Brand by Saasf.....	94
Gambar IV.25 Gambar by_saasf <i>Look 1</i>	95
Gambar IV.26 Gambar by_saasf <i>Look 2</i>	96
Gambar IV.27 Gambar by_saasf <i>Look 3</i>	97
Gambar IV.28 Gambar <i>Packaging Brand</i> by Saasf.....	98
Gambar IV.29 Gambar <i>Merch Kit Brand</i> by Saasf.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 <i>Subculture</i> Fashion dan Musik	9
Tabel III.1 Analisa <i>Style Hippie</i> dan <i>Style Cottage Core</i>	38
Tabel III.2 Referensi Produk Inspirasi	40
Tabel III.3 Referensi Produk Musisi Inspirasi Nadin Amizah.....	42
Tabel IV.1 Analisa SWOT Brand Pembanding	59
Tabel IV.3 Eksplorasi Teknik Bordir.....	68
Tabel IV.4 Eksplorasi <i>Manipulation Fabric Shirring</i>	69
Tabel IV.5 Eksplorasi <i>Manipulation Fabric Pleats</i>	70
Tabel IV.6 Table <i>SCAMPER</i> Desain Terpilih.....	80
Tabel IV.7 Proses Produksi.....	84
Tabel IV.8 <i>Fixed Cost</i>	92

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Busana merupakan kebutuhan dasar manusia dimana busana menjadi salah satu bentuk mengkomunikasikan atau mengekspresikan diri bagi penggunanya. (Tri Yulia Trisnawati, 2011). Hal tersebut juga sejalan dengan fenomena musik dan fashion dimana fenomena ini bukanlah fenomena baru di masyarakat, salah satunya adalah kemunculan tren fashion yang dipengaruhi oleh musik pada tahun 1950 yaitu *subculture Mods* di Inggris yang menggambarkan penggemar musisi atau musik dengan *genre Jazz Modern* saat itu dimana mereka menyukai fashion yang terinspirasi dari para musisi *Jazz* terkenal pada saat itu. *Subculture* sendiri merupakan turunan dari kultur induk namun pada umumnya mereka yang menerapkan tren ini memiliki perilaku atau penggayaan yang berbeda dengan subbudaya induknya (Restu, 2017). Dalam teori Simmel memaparkan bahwa perilaku berbusana dan memilih suatu fashion sebagai proses imitasi antara kelompok sosial oleh kelompok sosial di bawahnya. (Simmel, 1957). Menurut disertasi Tyar Ratuannisa (Ratuannisa, 2022) pesohor dunia hiburan seperti aktris, musisi, komedian, *influencer* ataupun penghibur lainnya dapat memberikan pengaruh baru pada gaya busana di Indonesia. Salah satu dampak yang terlihat adalah meningkatnya produsen gaya tersebut dimana dampak ini menunjukkan bahwa gaya tersebut diterima dengan baik oleh masyarakat. Kecenderungan penggemar mengikuti cara berpakaian dari musisi atau musik tertentu berdampak pada kemunculan brand pakaian yang melakukan kerjasama dengan seorang musisi tertentu (Banoë, 2003).

Di Indonesia sendiri salah satu musisi yang menjadi pelopor gaya busana Romantisme adalah Nadin Amizah (Yuna & Co., 2021), seorang musisi muda asal Bandung dengan membawakan musik dengan genre pop *folk*. Berdasarkan observasi online yang dilakukan oleh penulis pada sosial media Nadin Amizah terlihat bahwa selain berbakat dalam bidang musik Nadin Amizah juga memiliki style fashion yang cukup menarik bagi penggemarnya, hal ini terlihat dari penggemar Nadin Amizah yang seringkali mengikuti gaya berpakaian Nadin

Amizah serta adanya brand pakaian yang melakukan kerjasama dengan Nadin Amizah yaitu local brand by Hening yang memiliki karakteristik peng gayaan *style Cottage Core*. *Style Cottage Core* sendiri memiliki karakteristik feminim yang identik dengan gaun santai wanita pedesaan dengan bahan yang nyaman digunakan untuk melakukan aktivitas akan tetapi tetap menampilkan nuansa *modern*. *Style Cottage Core* juga memiliki fashion item yang meyerupai kombinasi elemen dekoratif pada abad ke-18 Victoria dan awal abad ke-20, terlihat dari gaya berpakaian Marie Antoinette. (Fitinline, 2022). Dalam halaman Instagram Nadin Amizah dengan pengikut sebanyak 1,4 M Nadin Amizah juga banyak mengunggah foto dirinya menggunakan pakaian seperti gaun santai berbahan *flowy* dengan element dekorasi seperti *shirring*, *ruffle*, dan bordir. Kemudian terdapat beberapa gaun yang menggunakan motif bunga-bunga dan gingham, dimana peng gayaan Nadin Amizah tersebut senada dengan karakteristik *style Cottage Core* yaitu salah satu style fashion yang terinspirasi dari pedesaan yang sederhana, *romantic*, dengan suasana yang tenang dan damai (Cholby, 2021).

Dari hal tersebut terlihat peluang bisnis yang ada pada fenomena musik dan fashion serta pengaruh pesohor sebagai pelopor gaya serta disisi lain masih belum banyaknya inovasi produk pada lokal brand Indonesia dengan *style Cottage Core*, hal ini terlihat dari hasil observasi online yang penulis lakukan. Maka dengan melihat peluang tersebut penulis terinspirasi untuk merancang busana yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah. Yang diharapkan dari adanya produk fashion bagi para penikmat musisi Nadin Amizah maupun penyuka *style Cottage Core* dapat menjadi sebuah peluang usaha di industri fashion Indonesia.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, identifikasi masalah yang penulis peroleh adalah sebagai berikut :

1. Adanya potensi pengembangan perancangan busana wanita *ready to wear* dengan musisi Nadin Amizah sebagai inspirasi perancangan.
2. Adanya potensi bisnis yang tercipta akibat pengaruh fenomena musik dan fashion

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan produk fashion yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah dengan *style Cottage Core* bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.
2. Bagaimana perencanaan bisnis produk fashion yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah dengan *style Cottage Core* bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.

I.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan musisi Nadin Amizah sebagai musisi yang menginspirasi tugas akhir penulis. Dengan menerapkan *style Cottage Core* sebagai batasan pengayaan pada produk akhir
2. Material yang digunakan senada dengan *style Cottage Core* seperti *chiffon, crepe, brukat*.
3. Lingkup perancangan berpusat pada kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya. Dengan target market yaitu wanita berusia 20 – 25 tahun menyukai *style busana* dari Nadin Amizah atau memiliki *style Cottage Core*.
4. Eksplorasi yang dilakukan menggunakan teknik reka latar yaitu teknik bordir dan *fabric manipulation* seperti *pleats, shirring* dan *ruffle* sebagai elemen dekoratif nbusana yang sederhana.

I.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang produk busana fashion wanita dengan inspirasi musisi Nadin Amizah bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.
2. Merencanakan bisnis produk fashion yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.

I.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Terancangnya produk busana fashion wanita dengan *style Cottage Core* yang terinspirasi oleh musisi Nadin Amizah bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.
2. Terciptanya peluang bisnis berupa produk lokal brand dengan *style Cottage Core* yang terinspirasi oleh musisi Nadin Amizah bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.

I.7 Metode Penelitian

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam pengumpulan datanya, metode ini digunakan untuk memperoleh data dalam melakukan penelitian dengan cara sebagai berikut :

1. Studi Literatur, adalah pengumpulan data melalui buku maupun jurnal, seperti jurnal "*Perancangan Produk Ready to Wear Wanita Penyuka Musik Indie Folk Di Kota Bandung (Riska Awal Fitriani, 2020)*" dan lain-lain sebagai data utama mengenai fenomena, masalah dan landasan teori yang digunakan pada penelitian. Peneliti menggunakan jurnal, artikel, makalah dan penelitian terhadulu untuk mendapatkan data informasi.
2. Observasi adalah kegiatan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Penulis melakukan observasi secara tidak langsung dengan mengunjungi sosial media musisi, sosial media brand pembeding, dan website yang dapat membantu dalam proses pengumpulan data untuk mendukung data lainnya.

3. Wawancara kepada wanita penggemar atau *fanbase* Nadin Amizah yang menyukai gaya berbusana Nadin Amizah atau menyukai style fashion dengan karakteristik style *Cottage Core*.
4. *Survey target market* potensial atau *customer test* dengan menggunakan metode kuesioner yang ditujukan kepada target market potensial yaitu kepada wanita penggemar atau *fanbase* Nadin Amizah yang menyukai gaya berbusana Nadin Amizah atau menyukai style fashion dengan karakteristik style *Cottage Core*.

I.8 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini adalah gambaran konsep pada penelitian ini.



I.9 Sistematika Penelitian

Dibawah ini merupakan susunan dari masing-masing bab pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan dengan topik perancangan produk fashion bagi penikmat musik dengan inspirasi musisi Nadin Amizah dan perencanaan bisnisnya.

BAB II STUDI LITERATUR

Terdiri dari teori-teori dasar yang menjelaskan teori yang akan digunakan dalam merancang produk fashion dalam segi style busana, teknik eksplorasi dan perencanaan bisnisnya yaitu bisnis model canvas. Peneliti menggunakan jurnal, artikel, makalah dan penelitian terdahulu untuk mendapatkan informasi.

BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN

Pemamparan data primer dan sekunder berupa observasi dan survey berupa *customer test* yang digunakan pada penelitian.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pemaparan konsep mengenai produk fashion yang akan dibuat dengan tahapan-tahapan atau proses pengerjaan karya dengan menggunakan metode *SCAMPER*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran hasil dari pengerjaan produk fashion yang akan dipaparkan dan disimpulkan serta adanya saran.

Bab II Studi Literatur

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang merupakan acuan dalam penulisan tugas akhir dimana penjabaran dalam bab ini terbagi menjadi lima bagian, yang pertama adalah pengertian busana *ready to wear*, kedua adalah pengertian *style Cottage Core* dan karakteristiknya, ketiga adalah fenomena subculture fashion & musik dan perilaku imitasi beserta klasifikasinya, keempat adalah pengertian *SCAMPER* dan jenisnya, serta yang kelima adalah Perencanaan Bisnis Model Canvas.

II.1 Pengertian Busana *Ready to Wear*

Busana memiliki arti “pakaian”, berasal dari Bahasa sansekerta dan bahasa populer “bhusana” atau dikenal dengan busana memiliki konotasi “pakaian yang bagus dan indah”, sedangkan pakaian adalah bagian dari busana itu sendiri (Ernawati, 2008). Busana *Ready-to-wear* adalah pakaian yang mudah dikenakan tanpa melakukan pengukuran tubuh dan memesan gambar terlebih dahulu, misalnya saat membuat pakaian atau memesan pakaian dari penjahit. Busana *ready to wear* juga tidak memerlukan penyesuaian apapun untuk menyesuaikan ukuran agar sesuai dengan tubuh pemakainya. *Ready-to-wear* adalah produk siap pakai yang diproduksi secara massal dan dibuat dalam berbagai ukuran serta berbagai warna dari satu model dengan label nama desainer. Pada umumnya pakaian ini menggunakan potongan yang minimalis, pola yang tidak rumit, pemilihan material yang efisien, dan harga yang terjangkau pembeli (Poespo, 2009).

Busana *ready to wear* memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Busana *ready to wear* tidak memiliki ukuran khusus melainkan menggunakan ukuran standar, yaitu S, M, L dan X. Namun produsen memiliki tambahan ukuran khusus seperti XS, XXL, dan XXXL.
- b. Busana *ready to wear* memiliki harga jual yang relative murah, hal ini dikarenakan material bahan serta biaya produksi yang murah sehingga busana *ready to wear* dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

- c. Untuk meminimalisir harga produksi, busana *ready to wear* memiliki desain yang minimalis sehingga dapat menekan harga dan waktu produksi untuk memenuhi target permintaan pasar yang besar atau banyak.
- d. Busana *ready to wear* dapat dengan mudah didapatkan di pusat perbelanjaan, *department store*, *distro*, dan pasar.



Gambar II.1 Contoh Busana *Ready to Wear*
(Sumber: <https://info.forloveandlesmons.com/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

II.2 Fenomena *Subculture* Dan Imitasi Fashion dan Musik

II.2.1 Fenomena *Subculture* Fashion dan Musik

Subculture merupakan turunan dari kultur induk namun pada umumnya mereka yang menerapkan tren ini memiliki perilaku atau peng gayaan yang berbeda dengan subbudaya induknya (Restu, 2017). Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dari perkembangan *subculture* fashion, mulai dari meniru gaya dari seseorang yang dikagumi, alisan yang mewakili dari suatu lapisan tertentu hingga referensi dari internet yang saat ini banyak terjadi. Fashion menjadi salah satu yang dirasa cukup membantu dalam mempresentasikan kepribadian seseorang yang mengenakannya baik dari sisi karakteristik ataupun sesuatu yang ingin di sampaikan melalui fashion. Kini *subculture* fashion kemabli *booming* dan digunakan, salah satunya adalah *subculture* fashion dan musik yang pernah terjadi sebelumnya pada era 70 an.

Dimana fashion pada era 70 an dipengaruhi oleh tren musik yang sedang berkembang saat itu yaitu musik *punk* dan *disco* yang cukup berpengaruh pada gaya busana masyarakat saat itu. *Fashion* yang cukup *booming* saat itu adalah celana pendek, *flare jeans*, rok midi, gaun *maxi* dan *panchos* di ikuti dengan warna serba gelap dengan *makeup bold* mempresentasikan anak *punk* pada saat itu.

Berikut merupakan contoh dari *subculture* fashion dan musik dari masa ke masa yang pernah terjadi.

Tabel II.1 *Subculture* Fashion dan Musik

Gambar	Fashion	Keterangan
	<p><i>Gothic</i></p>	<p><i>Subculture gothic</i> merupakan pengayaan busana yang memiliki representasi melalui warna gelap, misterius, eksotik dan kompleks. Fashion <i>gothic</i> ini ditandai dengan seluruh pakaian yang bernuansa serba hitam, kulit pucat dan makup yang <i>bold</i> dan gelap.</p> <p>Jenis <i>subculture gothic</i> ini erat dengan nuansa musik di era 90 an seperti <i>The Cure</i> dan <i>Bauhaus</i>. <i>Subculture</i> ini pernah <i>booming</i> Kembali pada awal 2000 an melalui grup band <i>My Chemical Romance</i>.</p>

	<p><i>Mods</i></p>	<p><i>Subculture mods</i> merupakan pengayaan cara berpakaian yang mewakili kaum kelas pekerja atau <i>working class</i>. Identik dengan kemeja polos atau bermotif gingham, dengan aksesoris seperti dasi, jas atau jaket parka.</p> <p><i>Mods</i> sendiri berasal dari kata ‘<i>modernis</i>’ yaitu sebuah <i>subculture</i> fashion yang lahir di London, Inggris pada tahun 1960 an. Jenis <i>subculture</i> ini pun erat kaitannya dengan musik <i>jazz modern, soul, blues</i> seperti <i>The Who</i> dan <i>The small Faces</i>. <i>Subculture</i> ini juga identik dengan motor skuter seperti Vespa dan Lambretta.</p>
	<p><i>Hippie</i></p>	<p><i>Subculture hippie</i> merupakan gaya berpakaian bohemian yang dipenunisi dengan motif etnik. <i>Subculture</i> ini juga identik dengan cara berpakaian yang non – konvensional dan <i>artistic</i>.</p> <p><i>Subculture fashion</i> ini lahir di Amerika Serikat pada tahun 1960 an. <i>Hippie</i> sendiri berasal dari kata ‘<i>hipster</i>’ yang berkaitan dengan musik <i>psychedelic</i> yang</p>

		<p>menjadikan Jimi Hendrix, The Doors dan Pink Floys sebagai icon musisi dan musiknya.</p>
	<p><i>Hip-Hop</i></p>	<p><i>Subculture hip-hop booming</i> sejak tahun 1980 hingga 1990 an. <i>Subculture</i> ini diketahui merupakan sebuah gertakan kebudayaan yang tumbuh mulai dari tahun 1970 an yang dikembangkan oleh kalangan Afro – Amerika dan Latin – Amerika.</p> <p>Hip-hop identik dengan kaos <i>oversized</i>, <i>tracksuit</i>, jaket <i>varsity</i>, <i>snapback</i>, <i>sneakers</i>, dan aksesoris <i>boombox</i>.</p> <p>Salah satu <i>icon hip-hop</i> yang cukup mempengaruhi <i>subculture</i> ini seperti Tupac Shakur dan N.W.A</p>

	<p><i>Punk</i></p>	<p><i>Subculture punk</i> pertama kali lahir di Amerika Serikat dan Inggris pada tahun 1970 an didasari oleh bentuk kejenuhan atas bentuk tatanan gaya berpakaian serta musik yang semakin kehilangan esensinya. Bahkan punk sendiri bukan hanya perihal gaya berpakaian, melainkan sebuah sikap dan ideologi.</p> <p><i>Subculture punk</i> identik dengan gaya berpakaian yang terbilang cukup unik. Antara lain adalah gaya rambut <i>mohawk</i> atau pun pelontos, aksesoris jaket kulit dengan <i>patches</i>, gesper, <i>spike</i>, tattoo, sepatu <i>boots</i>, <i>piercing</i> dan tindik.</p> <p><i>Icon</i> dari <i>subculture punk</i> seperti band Sex Pistols dan Rancid.</p>
---	--------------------	--

II.2.2 Imitasi Fashion Dan Musik

Dalam teori penelitian Georg Simmel memaparkan bahwa perilaku berbusana dan memilih style fashion sebagai proses imitasi antara kelompok sosial oleh kelompok sosial di bawahnya (Simmel, 1957). Salah satunya adalah proses imitasi yang melibatkan musik atau musisi tertentu, hal ini masih berhubungan dengan fenomena *subculture*. Pada penulisan ini akan membahas proses imitasi antara musisi dan penggemarnya. Menurut jurnal disertasi Tyar Ratuannisa gaya berbusana di Indonesia seringkali di pengaruhi oleh pesohor seperti aktris, musisi, komedian,

influencer atau penghibur lainnya. Gaya berbusana yang di pengaruhi oleh pesohor tersebut berdampak pada tingginya tingkat produsen dimana hal tersebut mengartikan bahwa gaya berbusana di terima oleh masyarakat dan berbanding lurus dengan berkembangnya produk – produk lokal brand. (Ratuannisa, 2022).



Gambar II.2 Busana Kolaborasi Nadin Amizah dan Brand byHening.
(Sumber: <https://www.instagram.com/byhening/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Salah satu contoh dari kolaborasi brand fashion dengan musisi adalah brand byHening yang melakukan kerjasama dengan musisi Nadin Amizah pada salah satu koleksinya, dimana brand byHening menjadikan Nadin Amizah sebagai inspirasi perancangannya yang bernama Puspa dengan bertemakan bunga. Dalam halaman Instagram byHening menceritakan mengenai kolaborasinya dengan Nadin Amizah yang menggambarkan keindahan dan kerapuhan dalam berharap seperti bunga yang bertahan hidup, setiap elemen yang digunakan pada koleksi ini memiliki makna masing-masing yang menyiratkan emosi, perasaan dan harapan dari puisi yang ditulis oleh Nadin Amizah dan dibordir pada setiap *dress*. Setiap detail yang dibuat secara *custom*, karena ingin memberikan sesuatu yang special dan tidak dapat ditemui di tempat lain. Dimana brand byHening memiliki identitas

style busana yang menggambarkan *style cottage core* hal ini terlihat dari elemen dekoratif yang di terapkan serta siluet dari busananya sendiri.

II.3 Gaya Busana *Cottage Core*

Seperti banyak tren terkini lainnya, *Cottage Core* bukanlah tren baru karena style ini mencerminkan perkembangan penolakan terhadap budaya *hustle culture* pada tahun 2010-an, mirip dengan tren sebelumnya ketika orang pindah ke pedesaan sebagai tempat *retret* dan untuk tenang (Kay, 2022). Dilansir dari Teen Vogue, *style Cottage Core* muncul pertama kali pada tahun 1970 di negara bagian barat. Dimana gaya busana ini memiliki penggayaan yang terinspirasi dari pedesaan yang sederhana, kehidupan yang romantis di pedesaan dengan suasana yang damai dan tenang (Cholby, 2021). *Style Cottage Core* sendiri memiliki karakteristik feminim yang identik dengan gaun santai wanita pedesaan dengan bahan yang nyaman digunakan untuk melakukan aktivitas akan tetapi tetap menampilkan nuansa *modern*. *Style Cottage Core* juga memiliki fashion item yang meyerupai kombinasi elemen dekoratif pada abad ke-18 Victoria dan awal abad ke-20, terlihat dari gaya berpakaian Marie Antoinette. (Fitinline, 2022). *Style Cottage Core* muncul Kembali pada saat masa karantina pandemi di tahun 2019 – 2021 dimana terjadi *lockdown* yang mengharuskan orang-orang berdiam diri dirumah mereka. Saat ini *style Cottage Core* juga dikenal dengan istilah *farmcore* atau *countrycore* yaitu style yang identik estetika seperti *style grunge* di tahun 90-an. *Style Cottage core* berpusat pada kehidupan di pedesaan dengan aktifitas berkebun, bunga dan tanaman hijau, gaun yang jatuh atau *flowy* dengan sentuhan motif bunga dengan lengan *puffsleeve* dan rok *ruffle*. Dapat disimpulkan bahwa *style Cottage Core* adalah interpretasi dari estetika romatis dari kehidupan pedesaan yang sederhana di alam (Pardilla, 2020).

Berikut merupakan karakteristik dari *style cottage core*:

- a. Memiliki konsep penggayaan pedesaan yang sederhana, praktis dan minimalis. Menampilkan kesan romantis dan feminim bagi pemakainnya.
- b. Busana dengan *style Cottage Core* memiliki ciri khas penggunaan *puff sleeves*, *dress* dengan *siluet loose* dan *feminim*.

- c. Motif yang digunakan pada busana dengan *style Cottage Core* yaitu bunga, gingham, dan garis.
- d. Material yang digunakan pada busana dengan *style Cottage Core* yaitu material yang memiliki tekstur *flowy* seperti *linen loose*, *tulle*, dan *chiffon loose*.
- e. Busana dengan *style Cottage Core* juga cenderung menggunakan teknik kriya seperti *shirring*, *ruffle*, *embroidery*, dan bordir.
- f. Busana dengan *style Cottage Core* identik dengan penggunaan warna *earth tone*.



Gambar II.3 Busana dengan *Style Cottage Core* Oleh Brand *Lacemadeficial*
 (Sumber: <https://www.instagram.com/cottagecoredream/>)
 Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

II.4 SCAMPER

SCAMPER adalah proses kreatif yang berfokus pada persiapan, konsentrasi, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi untuk menghasikan inspirasi atau ide-ide kreatif (Serrat, 2017). Berikut adalah tujuh jenis *SCAMPER*:

a. S – *Substitute* (Pengganti)

Mengganti komponen atau proses dari sebuah produk demi mengembangkan kualitas suatu produk mencakup material, proses, ketahanan, dan komponen lainnya yang dapat diganti untuk meningkatkan kualitas sebuah produk.

b. C – *Combine* (Gabungan)

Penggabungan dua atau beberapa komponen dari produk atau prosesnya demi menghasilkan pembaruan atau ide kreatif dari sebuah produk.

c. A – *Adapt* (Menyesuaikan)

Dengan mengadaptasi dari beberapa komponen produk untuk menghasilkan sebuah solusi atau produk yang berbeda dari sebelumnya.

d. M – *Magnify/ Modify* (Memperbesar/ Mengubah)

Proses modifikasi atau mengganti komponen produk atau prosesnya untuk menjadi sesuatu yang baru atau berbeda dari produk sebelumnya.

e. P – *Put to other used* (Kegunaan lainnya)

Menciptakan fungsi lain dari sebuah produk berdasarkan fungsi yang sudah ada sebelumnya.

f. E – *Eliminate* (Menghilangkan)

Menghilangkan/ mengurangi, menyederhanakan komponen sebuah produk atau prosesnya.

g. R – *Rearrange/ Reverse* (Mengatur ulang)

Mengulang proses atau komponen sebuah produk untuk menghasilkan produk baru yang berbeda dari sebelumnya.

II.5 Reka Latar / *Surface Textile Design*

Reka latar atau *surface textile design* merupakan pengolahan tekstil yang dapat digunakan untuk menambah nilai estetika dan nilai jual pada permukaan kain atau benda tekstil. Contoh dari penerapannya adalah bordir, *digital printing*, *manipulation fabric*, batik dan lain sebagainya.

II.5.1 Bordir



Gambar II.4 Contoh Penerapan Teknik Bordir Pada Busana
(Sumber: <https://www.sfera.com/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Istilah bordir lebih dikenal dengan istilah Sulam di Indonesia, sehingga masyarakat mengartikan bordir sebagai salah satu kerajinan hias untuk berbagai asesoris pakaian. Bordir termasuk dalam teknik penjahitan dekoratif pada busana, dengan bantuan mesin jahit bordir berfokus pada keindahan dan komposisi warna benang berbagai bahan kain. Bordir digunakan untuk mempercantik atau memperindah busana (Prihatini, 2019).

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bordir adalah hiasan benang yang dijahit menjadi kain atau disebut juga “bordir” dan dijelaskan pula bahwa bordir sama dengan sulaman.

II.5.2 Manipulating Fabric

Manipulating fabric adalah teknik pengolahan material kain yang digunakan untuk menghias kain dengan memanfaatkan beberapa jenis teknik *manipulating fabric* (Wolff, 1996) Beberapa jenis teknik yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

1) *Ruffles* (Kerutan)



Gambar II. 5 Contoh Teknik *Ruffles* Pada Busana
(Sumber: <https://www.lolitawardrobe.com>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Kerutan yang dihasilkan dari teknik *ruffles* dapat berupa bentuk pengulangan atau *repetition* pada desain busana dengan menggunakan satu unsur desain yang diletakkan pada beberapa bagian desain busana seperti garis, bentuk, tekstur, ruang, dan warna (Puspitawati, 2009)

2) *Shirring*



Gambar II.6 Contoh Teknik *Shirring* Pada Kain
(Sumber: <https://urbansport.com.au>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Teknik jahit dan lipatan yang berbaris (Wolff, 1996). Teknik ini dilakukan dengan membuat pola berbagai arah dengan memperhatikan volume pada kain untuk menghasilkan efek ukuran kain yang besar menjadi lebih kecil, teknik ini dapat dilakukan dengan cara mencubit atau melipat kain dan garis pola menjadi dua kain secara paralel atau diagonal hingga tepi kain akan saling silang atau membentuk pola yang telah ditentukan.

3) *Pleats*



Gambar II.7 Contoh Penerapan Teknik *Pleat* Pada Busana
(Sumber: <https://ajeworld.com.au>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Menurut (Karyaningrum, 2019) teknik *pleats* memanfaatkan kain dengan teknik melipat lipatan kain pada busana dengan tetap memberikan nilai keindahan kemudian dilakukan penjahitan pada lipatan yang telah ditentukan.

II.6 Perencanaan Bisnis Model Canvas

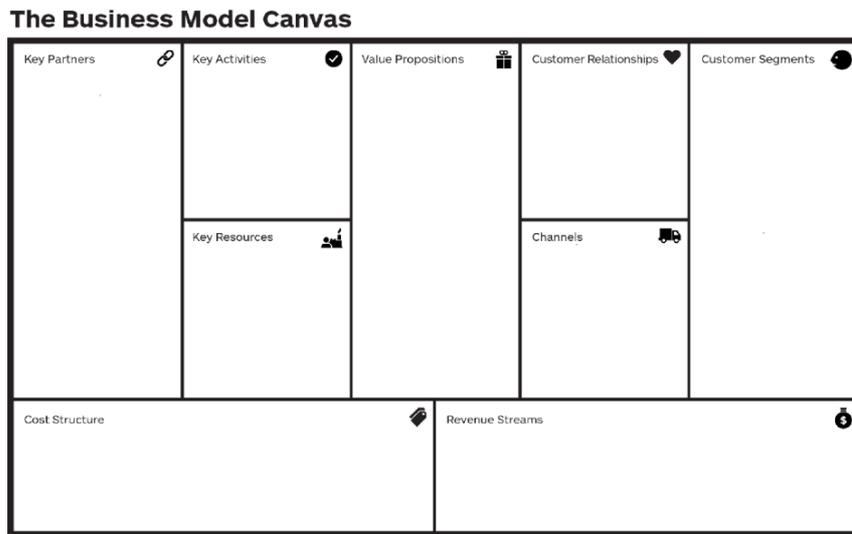
2.6.1 Perencanaan Bisnis (*Business Plan*)

Rencana bisnis adalah rencana tertulis yang menggambarkan bisnis yang akan dikelola, visi dan misi yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau seorang pengusaha dengan perusahaannya dan metode atau strategi untuk mencapainya (Irmayanti, 2021).

Dalam pandangan lain, rencana bisnis (*business planning*) adalah rencana untuk mengubah ide bisnis menjadi peluang nyata (*business opportunity*), menetapkan dan mengelola usaha sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang ingin dicapai

oleh perusahaan. Manfaat menetapkan rencana bisnis adalah memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang ingin dilakukan pengusaha (Setiarini, 2013).

2.6.2 Business Model Canvas (BMC)



Gambar II.8 Tabel *Business Model Canvas* (BMC)
(Sumber: <https://jamboard.google.com>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Perencanaan bisnis dapat dicapai dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan menetapkan model bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan. (Osterwalder, 2012) mengatakan bahwa pembuatan model bisnis yang efisien adalah pembuatan *Business Model Canvas* (BMC). Dengan ditetapkan secara sistematis, BMC dapat digunakan sebagai acuan dalam memahami, mendesain dan menerapkan perencanaan bisnis yang baru. BMC sendiri terdiri dari sembilan elemen, meliputi sebagai berikut :

1) *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen)

Elemen ini bertujuan untuk menjangkau dan mengelompokkan perilaku, kebutuhan, dan gaya hidup dari konsumen.

2) *Value Proposition* (Proporsi Nilai)

Elemen proporsi ini digunakan untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan menetapkan nilai yang akan diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen.

3) *Channels* (Saluran / Sumber)

Elemen ini merupakan *value proposition* yang akan diteruskan kepada konsumen melalui komunikasi, distribusi, dan saluran penjualan. Elemen ini digunakan untuk meningkatkan pembelian produk oleh konsumen.

4) *Customer Relationship* (Hubungan)

Elemen yang dibangun untuk membentuk hubungan antaran konsumen dengan perusahaan untuk meningkatkan pembelian produk oleh konsumen.

5) *Revenue Streams*

Elemen ini mencakup pendapatan yang dihasilkan dari *value proposition* yang telah ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.

6) *Key Resources*

Merupakan aset yang dibutuhkan untuk menawarkan *value proposition* perusahaan kepada konsumen. Element ini mencakup sumber daya utama baik berupa fisik, keuangan, intelektual, dan manusia.

7) *Key Activities*

Merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan dan mempertahankan *value proposition*. Elemen ini mencakup produksi, pemecahan masalah, dan platform atau jaringan agar model bisnis dapat berjalan dengan baik.

8) *Key Partners*

Elemen ini mencakup sumber daya yang diperoleh dari luar perusahaan, diantara lainnya adalah jaringan pemasok atau mitra perusahaan.

9) *Cost Structure*

Menggambarkan semua biaya yang terjadi untuk mendukung berjalannya sebuah perusahaan mulai dari biaya yang dikeluarkan hingga pendapatan.

Bab III Data Dan Analisa Perancangan

III.1 Data Primer

Pada sub bab data primer berisikan data yang diperoleh melalui observasi secara online kepada musisi yang menjadi inspirasi, wawancara kepada salah satu responden potensial dan survey kuesioner tahap pertama yang ditujukan kepada target market potensial lainnya yaitu para penggemar musisi inspirasi Nadin Amizah. Kuesioner tahap pertama diharapkan dapat menghasilkan data yang menjadi acuan dalam melakukan survey kuesioner tahap kedua pada bab selanjutnya.

III.1.1 *Profile* Musisi Nadin Amizah



9Gambar III.1 Nadin Amizah
(Sumber: <https://www.instagram.com/cakecaine/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Nadin Amizah adalah seorang musisi dan penulis lagu berkebangsaan Indonesia. Lahir di kota Bandung 2000 Nadin berhasil meraih penghargaan Award untuk Pendatang Baru Terbaik Terbaik tahun 2019, dan untuk karyanya yang berjudul Rumpang mendapatkan penghargaan sebagai Karya Produksi *Folk/Country/Balada* di tahun yang sama. Selain berbakat dalam bidang musik Nadin Amizah juga

memiliki *style fashion* yang cukup menarik terlihat dari halaman Instagram Nadin Amizah dengan pengikut sebanyak 1,4 M Nadin Amizah banyak mengunggah foto dirinya menggunakan pakaian yang senada dengan *style Cottage Core* yaitu menggunakan material ringan atau *flowy* dengan ornamen dekoratif yang menampilkan karakteristik *style Cottage Core*.

Dilansir dari jurnal YUNA & CO dengan judul *Steal The Look: Romantisme Ala Nadin Amizah* memberikan informasi mengenai *style* ciri khas Nadin Amizah, diantaranya *style Ultrafeminine* dengan gaun putih yang telah menjadi ciri khas Nadin Amizah, *style cute* Nadin Amizah yang sering kali mengenakan busana dengan kerah puritan, dan *style* Nadin Amizah yang bernuansa *romantic* dengan *midi dress* (Yuna & Co., 2021).

III.1.2 Wawancara



Gambar III.2 Foto Narasumber bersama Nadin Amizah
(Sumber: <https://www.instagram.com/irdaysi/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Nama Narasumber: Irdyusi Pratami

Usia Narasumber: 23 tahun

Pekerjaan Narasumber: Wiraswasta

Tanggal Wawancara: 30 April 2023 (online)

Tujuan Wawancara: Mengetahui minat konsumen terhadap busana dengan *style Cottage Core* yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah.

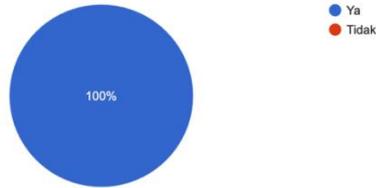
Dalam wawancara, Irdayusi tidak tergabung kedalam anggota *fanbase* Nadin Amizah namun menyukai Nadin Amizah secara personal. Irdayusi sering kali mendatangi konser musik Nadin Amizah. Irdayusi menyukai busana menonton konser yang juga dapat ia gunakan untuk kegiatan sehari-hari seperti *hangout* bersama teman-teman, ia menyukai busana dengan tekstur *flowy* dan nyaman. Dalam wawancara Irdayusi mengatakan ia lebih menyukai *dress* dan *blouse* sebagai atasan dan lebih menyukai rok dibandingkan dengan celana. Irdayusi juga mengatakan bahwa ia biasanya menyesuaikan busana menonton konser yang akan ia gunakan tergantung musisi yang mengisi acara.

III.1.3 Kuesioner *Online* Tahap Pertama

Selain mengumpulkan data melalui wawancara bersama target market, pengumpulan data yang dilakukan juga menggunakan metode kuesioner kepada target market potensial yang dituju agar data yang didapat dapat menjangkau lebih banyak target market secara individu. Selain itu tujuan dari penyebaran kuesioner yang dilakukan agar mendapatkan respon target market terhadap perancangan yang akan dilakukan. Proses penyebaran kuesioner dilakukan secara acak menggunakan metode *purpose sampling*. Berikut merupakan data hasil kuesioner yang terkumpul pada tanggal 1 Mei 2023 pukul 14.06 WITA, sejauh ini terdapat 7 responden potensial yang merupakan anggota dari *fanbase* Nadin Amizah. Kuesioner *purpose sampling* kepada responden potensial ditujukan kepada anggota dari *fanbase* Nadin Amizah dengan karakteristik responden diantaranya wanita dengan kisaran usia 20 – 25 tahun, mengetahui musisi Nadin Amizah, menyukai style busana musisi Nadin Amizah, memiliki sisi feminisme dalam berpakaian. Berikut merupakan hasil kuesioner online terhadap target market dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh penulis sebagai batasan penyebaran kuesioner tahap awal.

1) Sebanyak 100% responden potensial mengenal musisi Nadin Amizah.

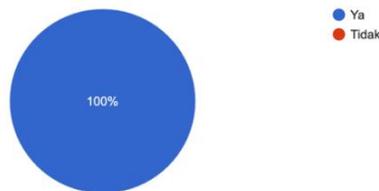
Apakah teman-teman mengenal penyanyi Nadin Amizah?
7 jawaban



Gambar III.4 Gambar Nadin Amizah Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://www.instagram.com/cakecaine/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

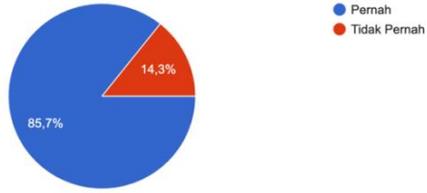
2) Sebanyak 100% responden potensial menyukai style busana dari musisi Nadin Amizah.

Apakah teman-teman menyukai style busana dari penyanyi Nadin Amizah?
7 jawaban



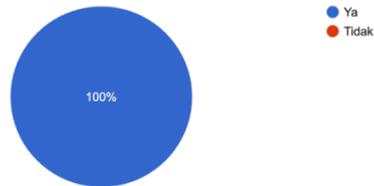
3) Sebanyak 85,7% responden potensial pernah meniru style busana dari musisi Nadin Amizah dan 14,3% responden tidak pernah meniru style dari musisi Nadin Amizah.

Apakah teman-teman pernah meniru style busana dari penyanyi Nadin Amizah?
7 jawaban



4) Sebanyak 100% responden potensial menyukai style busana dari musisi Nadin Amizah di bawah ini.

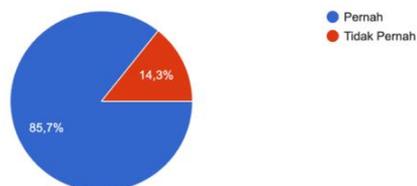
Apakah teman-teman menyukai style busana dari penyanyi Nadin Amizah?
7 jawaban



Gambar III.5 Gambar Busana Nadin Amizah Pada Survei Pertama
(Sumber: <https://www.instagram.com/cakecaine/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

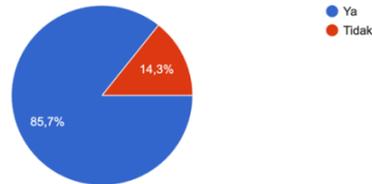
5) Sebanyak 85,7% responden potensial pernah meniru *style* busana dari musisi Nadin Amizah di bawah ini dan 14,3% tidak meniru *style* busana dari musisi Nadin Amizah.

Apakah teman-teman pernah meniru style busana dari penyanyi Nadin Amizah?
7 jawaban



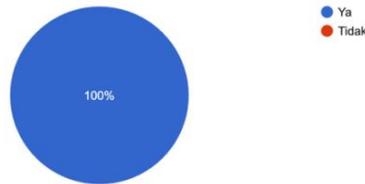
6) Sebanyak 85,7% responden potensial memilih mau menggunakan *style* busana yang mereka sukai berdasarkan foto referensi di bawah ini dan 14,3% memilih tidak.

Apakah teman-teman mau menggunakan style busana seperti pilihan yang teman-teman sukai di atas?
7 jawaban



7) Sebanyak 100% responden potensial menyukai *style* busana dari musisi Nadin Amizah di bawah ini.

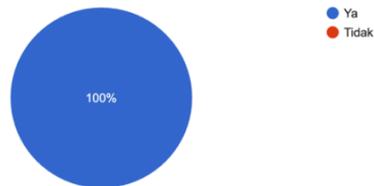
Apakah teman-teman menyukai style busana Nadin Amizah di bawah ini?
7 jawaban



Gambar III.7 Gambar Busana Nadin Amizah Pada Survey Pertama
(Sumber : <https://www.instagram.com/cakecaine/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

8) Dan 100% responden potensial menjawab mau menggunakan *style* busana dari musisi Nadin Amizah di bawah ini.

Apakah teman-teman mau menggunakan style busana seperti pilihan yang teman-teman sukai di atas?
7 jawaban



Gambar III.8 Gambar Busana Nadin Amizah Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://www.instagram.com/cakecaine/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Responden potensial juga dapat menjawab pertanyaan kuesioner menggunakan jawaban singkat, berikut merupakan pertanyaan dan jawaban dari responden potensial:

Jika jawaban teman-teman "Ya" maukah teman-teman memberitahu saya kemana busana tersebut akan teman-teman gunakan?
7 jawaban

Jalan jalan
digunakan untuk jalan jalan santai, dan kerja
Jalan-jalan
sehari hari
untuk foto outfit of the day dan hangout
taman, jalan sore, bioskop
ke kampus, hang out, daily,

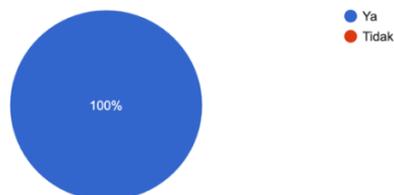
9) Sebanyak 100% responden potensial memilih menyukai busana yang menerapkan teknik sulam / bordir sebagai *embellishment* (hiasan) busana mereka.



Gambar III.9 Gambar Pengaplikasian Bordir Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://fabricut.com/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Apakah teman-teman menyukai busana yang menerapkan teknik sulam / bordir sebagai embellishment (hiasan) busana?

7 jawaban

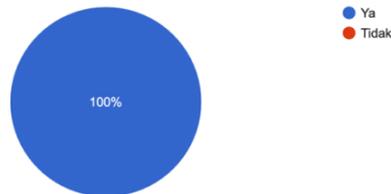


10) Sebanyak 100% responden potensial memilih menyukai busana yang menerapkan teknik *fabric manipulation* berupa *pleats* pada busana mereka.



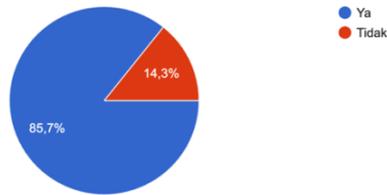
Gambar III.10 Gambar Pengaplikasian Teknik *Pleats* Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://wearvast.com/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

Apakah teman-teman menyukai busana yang menerapkan teknik fabric manipulation berupa pleats pada busana?
7 jawaban



11) Sebanyak 85,7% responden potensial menyukai busana yang menerapkan teknik *fabric manipulation* berupa *ruffles* sebagai *embellishment* (hiasan) busana dan 14,3% memilih tidak menyukai dengan alasan “ untuk aku pribadi itu terlalu *too much* buat dibadan aku “.

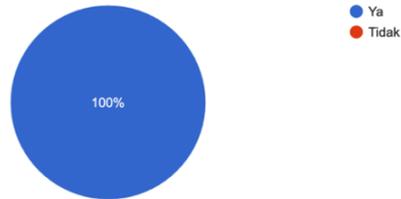
Apakah teman-teman menyukai busana yang menerapkan teknik fabric manipulation berupa ruffles sebagai embellishment (hiasan) busana?
7 jawaban



Gambar III.11 Gambar Pengaplikasian Teknik *Ruffles* Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://www.etsy.com/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

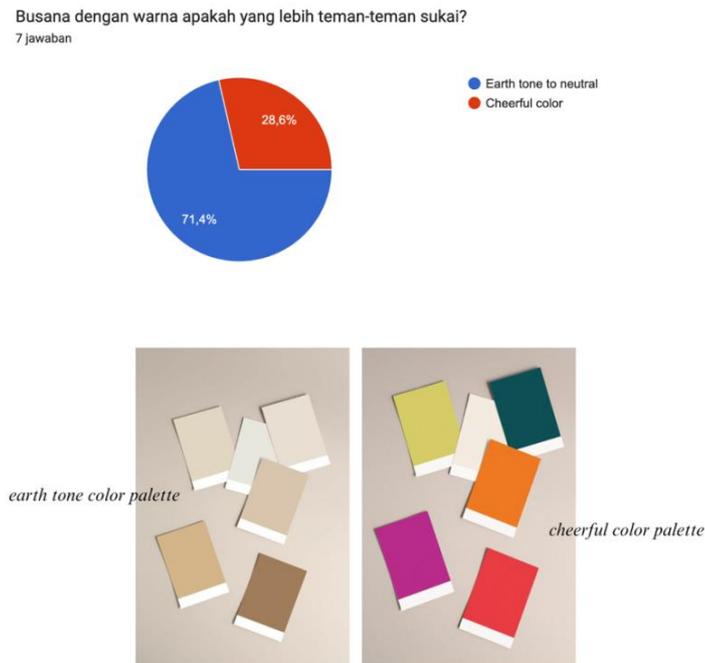
12) Sebanyak 100% responden potensial memilih menyukai busana yang menerapkan teknik *fabric manipulation* berupa *shirring* pada busana mereka.

Apakah teman-teman menyukai busana yang menerapkan teknik fabric manipulation berupa shirring pada busana?
7 jawaban



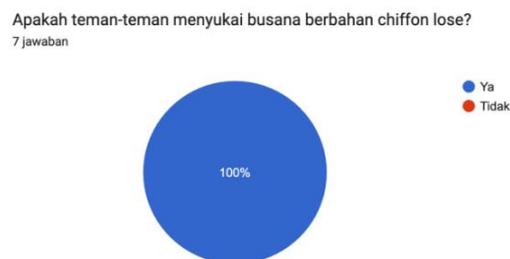
Gambar III.12 Gambar Pengaplikasian Teknik *Shirring* Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://www.etsy.com/>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

- 13) Sebanyak 71,4% responden potensial memilih menyukai warna *cheerfull* untuk pakaian mereka dan 28,6% memilih menyukai warna *earth tone to neutral* untuk pakaian mereka.



Gambar III.13 Gambar *Color Pallet* Busana Pada Survey Pertama
(Sumber: <https://genegonz.com>)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

- 14) Sebanyak 100% responden potensial memilih menyukai busana berbahan *chiffon lose*.

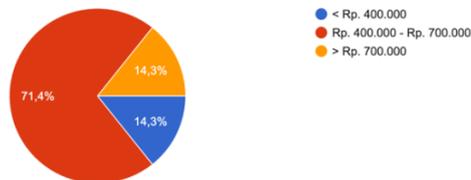




Gambar III.14 Gambar Tekstur Kain *Chiffon Lose* Pada Survey
 (Sumber: <https://www.modaoperandi.com/women>)
 Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

15) Sebanyak 71,4% responden potensial memperkirakan harga jual produk yang akan diproduksi sebesar Rp. 400.000 – 700.000, 14,3% responden memperkirakan harga jual produk yang akan diproduksi kurang dari Rp. 400.000, 14,3% responden potensial memperkirakan harga jual produk yang akan diproduksi di atas Rp. 700.000.

Berapakah perkiraan harga untuk busana yang telah teman-teman sukai berdasarkan pilihan teman-teman di atas?
 7 jawaban



Kesimpulan Hasil Wawancara dan Hasil Kuesioner

Perancangan mengadaptasi berdasarkan data hasil *sampling* kepada target market berusia 20 – 25 tahun dengan berdomisili di Bandung, Jakarta & Jabodetabek hingga luar pulau Jawa. Banyak dari mereka menyukai style busana dari musisi Nadin Amizah dan merespon bahwa mereka pernah meniru style busana dari musisi Nadin Amizah. Mereka menyukai busana dengan menerapkan teknik kriya berupa bordir, *pleats*, *shirring* dan *ruffles* sebagai element dekoratif pada busana. Bagi responden, mereka lebih menyukai busana dengan warna *earth tone to neutral*

dibandingkan dengan warna *cheerfull*. Mereka menyukai busana berbahan *linen lose, tile/tule, dan chiffon*. Responden dengan rata-rata penghasilan Rp. 1.000.000 hingga 5.000.000 perbulannya mengkisarkan harga jual busana yang akan diproduksi Rp. 400.000 hingga Rp. 700.000.

III.2 Data Sekunder

Pada sub bab data sekunder ini berisikan teori-teori dari berbagai sumber seperti jurnal atau artikel yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan tugas akhir ini. Berikut merupakan beberapa kutipan penting dari sumber terkait:

- A. Busana memiliki arti “pakaian”, berasal dari Bahasa sansekerta dan bahasa populer “bhusana” atau dikenal dengan busana memiliki konotasi “pakaian yang bagus dan indah”, sedangkan pakaian adalah bagian dari busana itu sendiri (Ernawati, 2008)
- B. Seperti banyak tren terkini lainnya, *Cottage Core* bukanlah tren baru karena style ini mencerminkan perkembangan penolakan terhadap budaya *hustle culture* pada tahun 2010-an, mirip dengan tren sebelumnya ketika orang pindah ke pedesaan sebagai tempat *retret* dan untuk tenang (Kay, 2022)
- C. Teknik *SCAMPER* adalah proses kreatif yang berfokus pada persiapan, konsentrasi, inkubari, iluminasi, dan verifikasi untuk menghasikan inspirasi atau ide-ide kreatif (Serrat, 2017)
- D. Bordir termasuk dalam teknik penjahitan dekoratif pada busana, dengan bantuan mesin jahit bordir berfokus pada keindahan dan komposisi warna benang berbagai bahan kain. Bordir digunakan untuk mempercantik atau memperindah busana (Prihatini, 2019)
- E. *Manipulating fabric* adalah teknik pengolahan material kain yang digunakan untuk menghias kain dengan memanfaatkan beberapa jenis teknik *manipulating fabric* (Wolff, 1996)
- F. Rencana bisnis adalah rencana tertulis yang menggambarkan bisnis yang akan dikelola, visi dan misi yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau seorang pengusaha dengan perusahaannya dan metode atau strategi untuk mencapainya (Irmayanti, 2021).

III.3 Analisa Perancangan

Pada sub bab analisa perancangan dibagi menjadi tiga bagian yaitu yang pertama akan membahas mengenai pengaruh *style Cottage Core* terhadap musik, yang kedua memaparkan referensi produk yang menginspirasi dan style dari musisi yang menginspirasi sebagai acuan dalam melakukan perancangan produk, dan yang ketiga melakukan eksplorasi awal berdasarkan data sebelumnya.

III.3.1 *Style Cottage Core* Terhadap Musik

Style Cottage Core juga dikenal dengan istilah *farmcore* atau *countrycore* yaitu style yang identik estetika seperti style *grunge* di tahun 90-an. (Zuha, 2023). Dimana *style grunge* sendiri merupakan fashion yang berkembang akibat gerakan hippie oleh *genre* musik pop *folk* atau *folk* dan *rock*. Menampilkan gaya fashion yang bebas produk busana berupa *blouse*, rok panjang dengan daya tarik estetika. Busana dari gerakan *hippie* ini biasa dikenal dengan busana festival pada masanya menampilkan sisi kehidupan sederhana, mengutamakan kenyamanan dan estetika, identik dengan detail *embroidery* atau motif *floral* untuk memberikan kesan feminim bagi penggunannya, identik dengan menggunakan warna *earthtone* (Fitinline, 2022). Karakteristik *style hippie* yang merupakan turunan dari *style grunge* akibat pengaruh musik pop *folk* atau *folk* dan *rock* tersebut memiliki karakteristik yang sama dengan *style Cottage Core*. Berikut merupakan table analisa *style hippie* dengan *style cottage core* berdasarkan karakteristiknya:

Tabel III.1 Analisa *Style Hippie* dan *Style Cottage Core*
Berdasarkan Karakteristiknya

No	Karakteristik	<i>Style Hippie</i>	<i>Style Cottage Core</i>	Busana <i>Style Hippie</i>	Busana <i>Style Cottage Core</i>
1.	Produk fashion identik berupa kemaja, <i>dress</i> , rok, dan <i>blouse</i> .	√	√		
2.	Menampilkan kesan feminim <i>romantic</i> dengan <i>shiluet</i> busana dan motif yang digunakan berupa motif <i>floral</i> .	√	√		
3.	Detail busana terlihat menggunakan <i>puff sleeve</i> pada lengan, menerapkan teknik <i>ruffle</i> dan <i>pleats</i> pada busana, menerapkan	√	√		

	teknik bordir <i>embroidery</i> pada busana.				
4.	Warna yang digunakan identik cenderung <i>earth tone</i> atau <i>pastel tone</i> .	√	√	<i>Earth tone</i>	<i>Earth tone</i>
5.	Material menggunakan bahan dengan tekstur ringan dan <i>flowy</i> sehingga membantu memberikan kesan feminim <i>romantic</i> .	√	√		

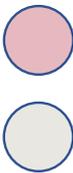
(Sumber: fashion gonoregue.com dan who what wear.com)
Diakses pada 5 Maret 2023, 14.27 WIB

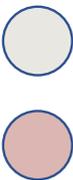
Kesimpulan: Karakteristik pada table analisa *style hippie* dan *style cottage core* berdasarkan analisa yang dilakukan kepada kedua halaman web sumber yaitu fashion gonoregue.com dalam koleksi Chloe Spring dengan *style Hippie* 2023 dan web halaman web sumber who what wear.com dalam koleksi *Cottage Core* 2023, kedua halaman web tersebut memberikan informasi bahwa koleksi mereka mangangkat tema *hippie* dan *cottage core* namun memiliki kesamaan pada karakteristik yang ingin di tunjukan seperti *shiluet*, warna, motif, item produk, dan material.

III.3.2 Data Eksplorasi Awal Referensi Produk

Pada tahap ini penulis melakukan eksplorasi awal dengan mengumpulkan data referensi produk inspirasi dan style busana musisi inspirasi sebagai batasan dalam perancangan yang akan digunakan. Berikut merupakan table referensi berdasarkan data yang telah diperoleh.

Tabel III.2 Referensi Produk Inspirasi

Referensi Produk	Material	Shiluet	Warna	Teknik	Keterangan
	Katun	<p><i>Shiluet T line.</i></p> <p>Busana yang memiliki <i>shiluet T</i> memiliki design yang terlihat dari atas lurus, sehingga dari bagian atas sampai ke bawah sama kecilnya dan terlihat seperti huruf T.</p>		<i>Digital printing</i>	<p>Busana pertama berupa kemeja dress yang terlihat menggunakan bahan katun.</p> <p>Busana kedua berupa vest.</p> <p>Busana ketiga berupa rok yang terlihat menggunakan bahan <i>chiffon</i> dengan menerapkan teknik <i>digital printing</i> untuk menghasilkan motif pada bagian rok.</p>

	<p><i>Chiffon</i> <i>silk, lace</i> / brukat</p>	<p><i>Shiluet T</i> <i>line.</i></p> <p>Busana yang memiliki <i>shiluet</i> huruf T ini memiliki design garis kecil pada bagian leher. Ciri lain dari busana yang memiliki <i>shiluet</i> ini adalah memiliki lengan panjang sedangkan bagian bawah baju adalah rok yang memiliki bentuk kecil.</p>		<p><i>Pleats</i> dan <i>Digital</i> <i>Printing.</i></p>	<p>Busana berupa one set kemeja dan rok yang terlihat menggunakan bahan <i>silk / taffeta silk</i> kemudian berbahan <u><i>pleats</i></u> pada bagian rok.</p>
	<p>Katun, <i>lace</i> / brukat</p>	<p><i>Shiluet A</i> <i>line.</i></p>		<p><i>Ruffle</i> dan <i>Digital</i> <i>printing</i></p>	<p>Busana berupa <i>dress</i> dengan <i>shiluet</i> A line, terdapat detail teknik <i>ruffle</i> pada beberapa bagian <i>dress</i></p>

					seperti pada lengan dan bagian bawah <i>dress</i> .
---	--	--	--	--	---

Gambar: Busana Cottage Core
(Sumber: [instagram.com/lacemadeofficial/](https://www.instagram.com/lacemadeofficial/))

Tabel III.3 Referensi Produk Musisi Inspirasi Nadin Amizah

Referensi Produk	Material	Shiluet	Warna	Teknik	Keterangan
	<i>Pleats</i>	<i>Shiluet A line.</i> Busana dengan <i>shiluet</i> ini biasa ditemukan pada busana yang memiliki bagian atas kecil dan semakin melebar pada bagian bawahnya.		<i>Pleats</i>	Busana berupa <i>dress</i> yang terlihat menggunakan material <i>flowy</i> dengan teknik <i>pleats</i> .

	<p><i>Chiffon</i> dan <i>Pleats</i></p>	<p><i>Shiluet I</i> <i>line.</i></p> <p>Busana yang memiliki <i>shiluet</i> T memiliki design yang terlihat dari atas lurus, sehingga dari bagian atas sampai ke bawah sama kecilnya dan terlihat seperti huruf I.</p>		<p><i>Shirring,</i> <i>Ruffle,</i> dan <i>Pleats</i></p>	<p>Busana berupa <i>dress</i> yang terlihat menggunakan material <i>chiffon</i> dengan teknik <i>pleats</i> dengan penggabungan teknik <i>shirring</i> dan <i>ruffle</i> pada bagian lengan.</p>
---	---	--	---	--	--

 <p>Busana Nadin Amizah (Sumber: .instagram.com/kecaine/)</p>	Katun	<i>Shiluet H line.</i> Busana yang menggunakan unsur <i>shiluet</i> ini biasanya memiliki bentuk bagian atas pakaian yang lurus dengan hiasan tali pada bagian tengah baju, sehingga mirip huruf H.		<i>Digital printing dan Ruffle</i>	Busana berupa <i>dress</i> dan terlihat menggunakan material berbahan katun dengan menerapkan teknik <i>digital printing</i> untuk menghasilkan motif dan menggunakan teknik <i>ruffle</i> pada bagian lengan.
--	-------	--	---	------------------------------------	--

Gambar: Busana Nadin Amizah
(Sumber: .instagram.com/kecaine/)

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil data eksplorasi awal yang dilakukan dengan mengambil referensi *shiluet* busana, warna, material, serta teknik yang berasal dari referensi produk dan referensi produk yang digunakan oleh musisi inspirasi Nadin Amizah menjadi batasan dalam melakukan eksplorasi perancangan yang akan diterapkan pada produk akhir.

III.3.3 Data Eksplorasi Awal Perancangan Produk Awal

Pada sub bab ini penulis melakukan eksplorasi dan sketsa perancangan busana berdasarkan data wawancara, survey, observasi, analisa style dan referensi style yang menginspirasi yang telah dilakukan sebagai salah satu acuan perencanaan dalam pembuatan produk akhir yang akan digunakan sebagai produk akhir. Berikut merupakan data eksplorasi awal perancangan produk:

1) *Styleboard*

Konsep *styleboard* ini dirancang berdasarkan data karakteristik *style Cottage Core*, observasi terhadap musisi inspirasi Nadin Amizah dan *style* referensi, wawancara dan kuesioner *online* yang disebarakan kepada target market potensial. Digunakan sebagai acuan *shiluet* dan detail pada busana.



Gambar III.15 *Style Board*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

2) *Moodboard*

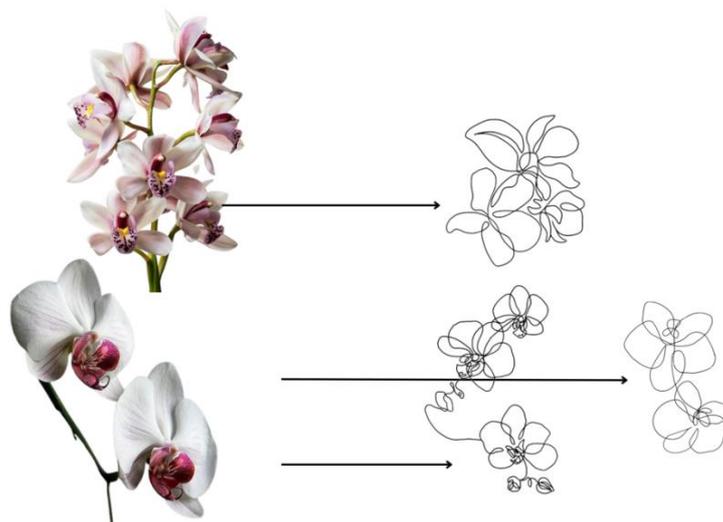
Moodboard digunakan sebagai acuan dalam merancang produk akhir. Acuan tersebut akan menjadi referensi yang menginspirasi dalam perancangan produk. *Moodboard* ini dirancang berdasarkan data karakteristik *style Cottage Core*, observasi terhadap musisi inspirasi Nadin Amizah dan *style* referensi, wawancara dan kuesioner online yang disebarakan kepada target market potensial.



Gambar III.16 *Moodboard*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

3) Stilasi Motif

Proses menentukan motif dan melakukan stilasi motif yang terinspirasi dari bunga angrek untuk menghasilkan motif sesuai inspirasi. Eksplorasi motif dilakukan dengan cara mengembangkan objek bunga angrek dari *moodboard*.



Gambar III.17 *Stilasi Motif Bordir Awal*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

4) Proses Eksplorasi Desain Sketsa Desain Busana Tahap awal

Dalam proses ini desain sketsa awal berupa shiluet busana dan item produk berdasarkan hasil observasi, data literatur, wawancara dan survey kepada target market potensial berdasarkan *moodboard* dan *styleboard* menggunakan metode *scamper* dalam acuan perancangan sehingga menghasilkan rancangan awal sebagai berikut merupakan 8 rancangan *shilluet* awal dan 3 design *scamper* eksplorasi awal:

Tabel III.4 Table *SCAMPER* Eksplorasi Awal

NO	Inspirasi dan Desain	Desain
1.		
<p>LOOK 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Adapt</i>: Mengadaptasi <i>shiluet</i> busana dengan karakteristik <i>feminim cottage core</i> seperti <i>dress flowy</i>, <i>puff sleeve</i>, <i>ruffle</i>, dan <i>pleats</i>. Mengadaptasi pita bagian belakang busana menjadi pita pada bagian depan busana. 2. <i>Combine</i>: Mengkombinasikan teknik kriya bordir dan teknik kriya <i>fabric manipulation</i> berupa <i>ruffle</i> pada busana. Mengkombinasikan material <i>chiffon lose</i> dan <i>maru crepe</i> pada busana. 3. <i>Modify</i>: Memodifikasi rok menjadi lebih variatif sebagai <i>value brand</i>. 4. <i>Put another use</i>: Menambahkan material brukat pada bagian leher, lengan busana. Menambahkan detail pita sebagai variasi pada bagian pinggang rok. 		

2.		
<p>LOOK 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Adapt</i>: Mengadaptasi <i>shiluet</i> busana dengan karakteristik <i>feminim cottage core</i> seperti <i>dress flowy</i>, <i>puff sleeve</i>, <i>ruffle</i>, dan <i>pleats</i>. Mengadaptasi kerutan / <i>ruffle</i> pada bagian kerah dan dada. 2. <i>Combine</i>: Mengkombinasikan teknik kriya bordir dan teknik kriya <i>fabric manipulation</i> berupa <i>ruffle</i> pada busana. Mengkombinasikan material <i>chiffon lose</i> dan <i>maru crepe</i> pada busana. 3. <i>Modify</i>: Memodifikasi <i>dress</i> menjadi lebih memiliki pembeda sebagai <i>value brand</i>. 4. <i>Put another use</i>: Menambahkan material brukat pada bagian lengan busana. Menambahkan detail pita sebagai variasi pada bagian pinggang dress. 		

3.		
<p>LOOK 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Adapt</i>: Mengadaptasi <i>shiluet</i> busana dengan karakteristik <i>feminism cottage core</i> seperti <i>dress flowy, puff sleeve, ruffle</i>, dan <i>pleats</i>. 2. <i>Combine</i>: Mengkombinasikan teknik kriya bordir dan teknik kriya <i>fabric manipulation</i> berupa <i>ruffle</i> pada busana. Mengkombinasikan material <i>chiffon lose</i> dan <i>maru crepe</i> pada busana. 3. <i>Modify</i>: Memodifikasi <i>blouse</i> dan rok menjadi lebih variatif serta memiliki nilai pembeda sebagai <i>value brand</i>. 4. <i>Put another use</i>: Menambahkan material brukat pada bagian leher, lengan busana. 		

(Sumber: Data Pribadi, 2023)



Gambar III.18 Eksplorasi Awal Sketsa Desain Busana
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Kesimpulan: Proses desain busana tahap awal menggunakan metode *scamper* adaptasi, *combine* dan *put another use* dari *moodboard* dan *styleboard* dimana desain mengadaptasi warna putih pada busana lalu mengkombinasikannya dengan warna merah muda pada bunga anggrek, mengadaptasi *shiluet* dan element dekoratif berdasarkan dari karakteristik *style Cottage Core* pada busana yang ada pada *moodboard* dan *styleboard*, mengadaptasi lengan *puffsleeve* pada busana, dan *put another use* kancing vintage pada busana. Proses selanjutnya akan dilakukan dengan penyebaran kuesioner tahap kedua kepada target market potensial yang sama dengan kuesioner tahap awal untuk menentukan komposisi bordir yang diminati. Setelah itu dilanjutkan dengan proses *scamper 3* design terpilih pada design akhir.

5) Material

Material yang dipilih memiliki karakteristik yang *flowy* dan nyaman. Warna dasar material berwarna *earth tone* putih. Penentuan warna dan bahan material utama berdasarkan hasil observasi, data literatur, survey dan wawancara kepada target market potensial sehingga menghasilkan pemilihan material sebagai berikut:



Gambar III.19 Material Busana Yang Digunakan
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

III.3.4 Analisa Perancangan

Pada bagan analisa perancangan akan menjabarkan data literatur, data primer, data sekunder dan eksplorasi sebagai gambaran rancangan dalam proses pembuatan produk akhir. Berikut merupakan analisa perancangan pada penulisan ini:

Gambar III.20 Bagan Skema Analisa Perancangan.

<p>Data Literatur <i>Subculture</i> merupakan turunan dari kultur induk namun pada umumnya mereka yang menerapkan tren ini memiliki perilaku atau gaya yang berbeda dengan subbudaya induknya (Restu, 2017).</p> <p>Dalam teori penelitian Georg Simmel memaparkan bahwa perilaku berbusana dan memilih <i>style fashion</i> sebagai proses imitasi antara kelompok sosial oleh kelompok sosial di bawahnya (Simmel, 1957).</p> <p>Gaya berbusana yang di pengaruhi oleh pesohor tersebut berdampak pada tingginya tingkat produsen dimana hal tersebut mengartikan bahwa gaya berbusana di terima oleh masyarakat dan berbanding lurus dengan berkembangnya produk – produk local brand. (Ratuannisa, 2022).</p> <p>Rencana bisnis adalah rencana tertulis yang menggambarkan bisnis yang akan dikelola, visi dan misi yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau seorang pengusaha dengan perusahaannya dan metode atau strategi untuk mencapainya (Irmayanti, 2021).</p>	<p>Data Primer & Sekunder Data Primer : 1. Melakukan wawancara kepada target market potensial. 2. Melakukan survey kepada target market potensial sebanyak 2 kali.</p> <p>Data Sekunder : Busana memiliki arti “pakaian”, berasal dari Bahasa sansekerta dan bahasa populer “bhusana” atau dikenal dengan busana memiliki konotasi “pakaian yang bagus dan indah”, sedangkan pakaian adalah bagian dari busana itu sendiri (Ernawati, 2008).</p> <p>Dapat disimpulkan bahwa <i>style Cottage Core</i> adalah interpretasi dari estetika romatis dari kehidupan pedesaan yang sederhana di alam (Pardilla, 2020).</p> <p>Teknik <i>SCAMPER</i> adalah proses kreatif yang berfokus pada persiapan, konsentrasi, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi untuk menghasilkan inspirasi atau ide-ide kreatif (Serrat, 2017).</p> <p>Bordir termasuk dalam teknik penjahitan dekoratif pada busana, dengan bantuan mesin jahit bordir berfokus pada keindahan dan komposisi warna benang berbagai bahan kain. Bordir digunakan untuk mempercantik atau memperindah busana (Prihatini, 2019).</p>	<p>Eksplorasi Tahap eksplorasi pada penulisan tugas akhir di bagi menjadi tiga tahap, yaitu :</p> <p>Tahap pertama dimana penulis melakukan pengumpulan data melalui survey target market, mengumpulkan data literatur dan observasi sebagai dasar dalam melakukan eksplorasi awal.</p> <p>Tahap kedua setelah mengumpulkan dan menyimpulkan hasil data tahap pertama di lanjutkan dengan eksplorasi produk dengan menentukan material dan teknik yang akan digunakan. Kemudian menyebarkan hasil eksplorasi awal kepada target market potensial untuk mendapatkan hasil sebagai acuan dalam eksplorasi lanjutan.</p> <p>Tahap ketiga adalah mengumpulkan data dan menyimpulkan rancangan produk akhir dan perencanaan bisnisnya.</p>
<p>Analisa Perancangan Setelah mengumpulkan data, melakukan survey, dan observasi penulis menentukan analisa perancangan pada tugas akhir berupa:</p> <p>Perancangan busana <i>ready to wear</i> bagi target market wanita dengan <i>style cottage core</i> sebagai acuan perancangan, musisi Nadin Amizah sebagai musisi yang menginspirasi gaya. Menghasilkan produk busana <i>ready to wear</i> berupa <i>dress, blouse, dan rok</i> sesuai dengan hasil survey kepada target market potensial yang akan mendukung kegiatan sehari-hari target market atau <i>hangout</i>.</p> <p>Busana akan menggunakan bahan material yang tidak membatasi gerak target market dan memiliki karakteristik <i>style cottage core</i>. Mengkombinasikan teknik reka latar berupa bordir dan <i>fabric manipulation</i>.</p> <p>Serta menerapkan perancangan bisnis dengan menetapkan Business Model Canvas sebagai sistem perusahaan agar dapat berjalan dengan terarah dan baik.</p>		

Kesimpulan:

Perancangan busana pada penulisan tugas akhir ini berdasarkan hasil dari data literatur, data primer, data sekunder menghasilkan analisa perancangan berupa busana *ready to wear* untuk wanita dengan musisi Nadin Amizah sebagai inspirasi pengayaan yang terdiri dari *dress*, *blouse*, dan rok yang akan mendukung busana untuk digunakan pada kegiatan sehari-hari atau *hangout*. Busana akan menggunakan bahan material *lose flowy* seperti *popling*, *tulle* dan *chiffon lose* dan menggunakan teknik kriya bordir, yang akan dikombinasikan dengan *fabric manipulation* seperti *shirring*, *pleats* dan *ruffle* sebagai *embellishment* pada busana. Menerapkan perancangan *Business Model Canvas* agar sistem perusahaan dapat berjalan terarah dengan baik.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

IV.1 Konsep Perancangan

IV.1.1 Analisa Brand Pemanding

Dalam sub bab analisa brand pemanding digunakan sebagai acuan perancangan produk dan perencanaan bisnis yang akan di tetapkan.

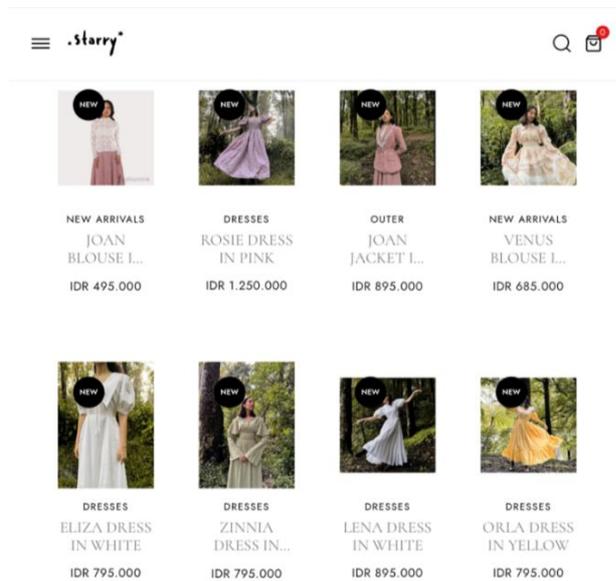
A. i.am.starry



Gambar IV.1 Web Profile i.am starry
Sumber: iamstarry.net/en,
(diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

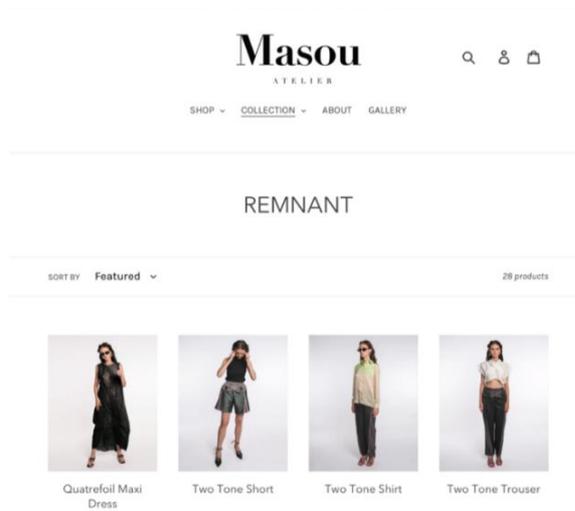
I am starry merupakan brand busana wanita yang berasal dari Jakarta, Indonesia. Brand ini didirikan pada tahun 2018 oleh Juliana Ng yang juga mendirikan Lickstudio. Dilansir dari website I am starry desain dari Juliana dipadukan dengan keyakinan bahwa sehelai kain dapat memberikan hubungan yang indah antara pemakai dan perancangannya. Starry diciptakan sebagai media untuk terhubung dengan jiwa-jiwa cantik yang telah menginspirasi sejak awal.

Starry memiliki kesan feminim di setiap desainnya, mengaplikasikan *shiluet* klasik untuk memberikan kesan *romantic dream*. Brand I am starry ingin menyampaikan cinta dan keceriaan di setiap koleksinya kepada pemakainya.



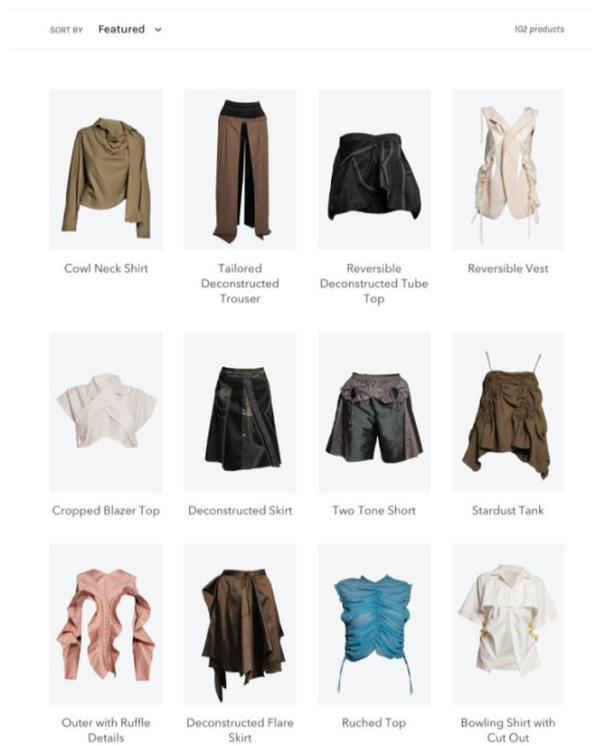
Gambar IV.2 Koleksi Produk Pada Web Profile i.am starry
 Sumber : iamstarry.net/en
 (diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

B. Masou Atelier



Gambar IV.3 Halaman Web Profile Masou Atelier
 Sumber: masouatelier.com
 (diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

Masou Atelier merupakan brand fashion Indonesia yang dikembangkan di London. Masou Atelier didirikan oleh Eldyra Taya, The Label didirikan setelah Eldyra Taya Press Show Exhibition dan lulus dari London College of Fashion dan pengalamannya berkerja dengan rumah mode Chalayan. Di setiap musim Eldyra Taya mengekspresikan koleksinya melalui sudut pandang idealism pribadinya yang memberikan karya untuk dan otentik. Setiap desainnya melalui proses eksplorasi dan eksperimen kain yang diaplikasikan dalam bentuk baru dari karya mode. Setiap detailnya menjunjung tinggi keahlian yang dibuat secara unik oleh pengrajin lokal. Brand ini menggabungkan mode modern dan mewah dengan detail minimalis namun tetap memiliki value unik. Dilansir dari website Masou Atelier brand ini ingin menyampaikan individu yang menggunakan busana mereka mampu memberdayakan diri mereka sendiri.



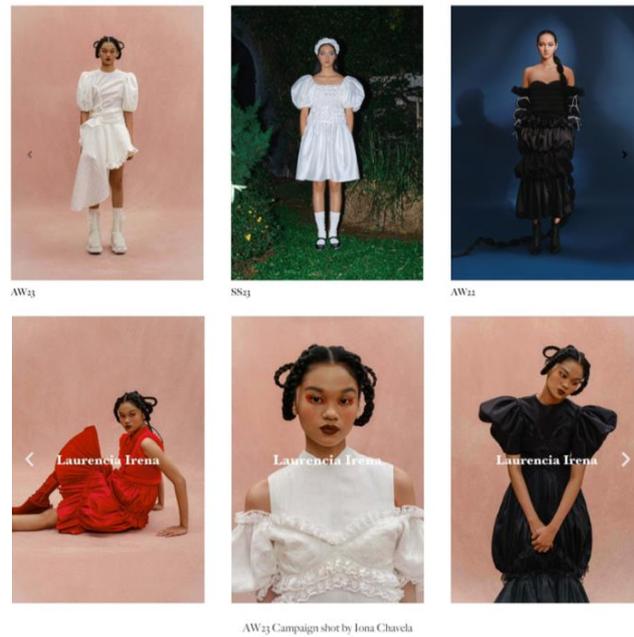
Gambar IV.4 Koleksi Produk Pada Web Profile Masou Atelier
Sumber: masouatelier.com
(diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

C. Laurencia Irena



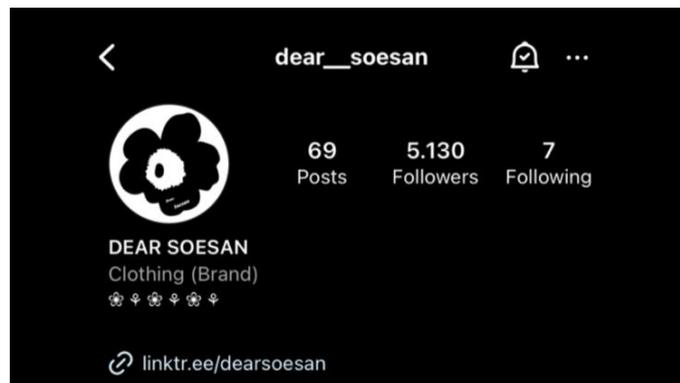
Gambar IV.5 Halaman Web Profile Laurencia Irena
Sumber: laurenciairena.com
(diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

Laurencia Irena merupakan brand yang didirikan oleh Laurencia Irena di Jakarta pada tahun 2020. Desain dari brand Laurencia memiliki kesan femininitas yang kemudian dikembangkan menjadi koleksi yang *variative*, semuanya mengekspresikan sentuhan *romantic* yang mengambil inspirasi bertemakan barat dan timur. Dilansir dari halaman website brand Laurencia mengatakan bahwa di setiap desain Laurencia ingin memberikan kesan era *romantic*, *playfull* dengan menggabungkan detail *gothic* dan abstrak. Logo brand, dan bunga yang sulit diatur mewakili sisi jujur dan mentah dari femininitas. Laurencia Irena sendiri merupakan seorang desainer yang telah selesai menempuh studinya di Tokyo Jepang lalu melanjutkan studinya di Instituto Marangoni London dan kemudian lulus BA dalam desain fashion pada 2019 dan menerima penghargaan sebagai 'Portofolio Terbaik Desain Fashion Tahun Ini'.



Gambar IV.6 Koleksi Produk Pada Web Profile Laurencia Irena
 Sumber : laurenciairena.com
 (diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

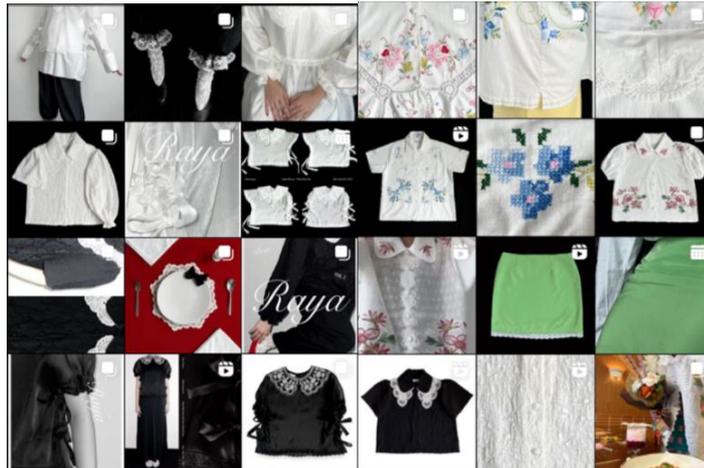
D. Dear Soesan



Gambar IV.7 Profile Instagram Dear Soesan Instagram
 Sumber : laurenciairena.com
 (diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

Dear Soesan merupakan brand busana wanita yang berasal dari Jakarta, Indonesia. *Value* dari brand ini yaitu menggunakan material pembeda berupa *tablecloth* yang

dipadukan dengan material seperti katun, jacquard dan menggunakan elemen dekoratif berupa renda. Brand ini identik dengan produk berupa kemeja dengan kerah rebah atau *flat collar*. Dalam produknya Dear Soesan ingin menyampaikan kesan *happiness* dan *romance* pada setiap desain busanannya dengan mengangkan tema *garden* dan *flower*.



Gambar IV.8 Koleksi Produk Busana Brand Dear Soesan
Sumber : https://www.instagram.com/dear__soesan/
(diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

Tabel IV.1 Analisa SWOT Brand Pemandang

Brand	Strengths	Weakness	Opportunity	Threats
I am starry	<p>Menggunakan material yang umum seperti katun dan linen namun tetap memberikan identitas pembeda dengan pengaplikasian teknik bordir, <i>jacquard</i>, dan <i>emblishment</i> pada busana.</p> <p>Memiliki identitas brand yang kuat yaitu dengan fokus pada siluet busana untuk memberikan kesan klasik <i>romantic</i> feminin.</p> <p>Brand memiliki variasi ukuran S-M dan L-XL.</p>	<p>Tidak memiliki banyak variasi teknik <i>surface</i>.</p> <p>Produk busana memiliki <i>cuttingan</i> yang hamper sama di setiap desainnya.</p> <p>Jenis produk pada brand terbatas.</p>	<p>Busana brand I am starry diperuntukan untuk mendukung kegiatan sehari-hari konsumennya.</p> <p>Konsumen dapat mempercayai brand I am starry memiliki kualitas produk yang sesuai dengan harga yang diperjualkan.</p>	<p>Sudah banyaknya brand yang memberikan <i>shiluet</i> busana yang sama namun dengan harga yang lebih murah.</p>
Masou Atelier	<p>Memiliki desain yang unik</p> <p>Menggunakan bahan material yang berkualitas.</p> <p>Banyak menggunakan variasi teknik <i>surface</i> pada produknya.</p>	<p>Tidak memiliki variasi ukuran.</p> <p>Brand tidak menjangkau banyak target market di masyarakat.</p>	<p>Brand memiliki desain busana yang eksklusif pada setiap koleksinya.</p> <p>Brand menampilkan detail yang memiliki</p>	<p>Persaingan dengan brand yang memiliki <i>shiluet</i> desain tidak jauh beda.</p>

	Brand memiliki identitas yang kuat sebagai pembeda.	Jenis produk pada brand terbatas	ciri khas namun tetap memiliki DNA keseimbangan dengan minimalism.	
Laurencia Irena	Brand mengaplikasikannya teknik <i>surface</i> yang bervariasi. Brand memiliki banyak desain yang bisa menjadi pilihan bagi konsumen. Brand memiliki identitas yang kuat sebagai pembeda.	Tidak memiliki variasi ukuran. Brand tidak menjangkau banyak target market. Brand terhitung brand baru sehingga sudah banyak pesaing yang terlebih dahulu berdiri.	Brand memiliki desain busana yang eksklusif pada setiap koleksinya. Brand memiliki variasi teknik <i>surface</i> . Brand memiliki variasi material.	Persaingan dengan brand yang sudah lebih dahulu berdiri.
Dear Soesan	Brand memiliki DNA atau identitas yang kuat. Brand memiliki variasi pada penggunaan material produknya	Tidak memiliki variasi ukuran. Jenis produk pada brand terbatas. Brand terhitung baru sehingga sudah banyak pesaing yang terlebih dahulu berdiri.	Brand memiliki elemen dekoratif yang eksklusif pada setiap koleksinya. Brand memiliki koleksi yang inovatif. Brand memiliki variasi material.	Persaingan dengan brand yang sudah lebih dahulu berdiri.

Kategori	I am starry	Masou Ateiler	Laurencia Irena	Dear Soesan
Target Market	Wanita	Wanita	Wanita	Wanita
Range Harga	Rp. 500.000 – Rp. 800.000	Rp. 2.000.000 – Rp. 6.000.000	Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	Rp. 200.000 – Rp. 700.000
Warna	Putih, Hitam, Ungu, Kuning, Hijau, Biru, Coklat.	Putih, Hitam, Coklat, Cream, Biru, Merah.	Putih, Hitam, Merah, Cream, <i>Soft Pink</i> .	Putih, Hitam, Merah Muda, Hijau.
Teknik Surface Yang Digunakan	<i>Pleats, Ruffle, Shirring.</i>	<i>Pleats, Shirring, Ruffle, Smocking.</i>	<i>Pleats, Ruffle, Shirring, Smocking.</i>	Bordir, <i>Ruffle</i> .
Detail Pada Desain	Tali, <i>Colar Neck</i> , Saku, Resleting, Pita, Kerah.	Tali, Resleting, Saku, Kerah.	Tali, Resleting, Kancing, Pita	Tali Pita, Resleting, Kancing, Kerah.
Material	Katun, Linen, <i>Chiffon</i> .	<i>Chiffon, Silk, Taffeta Silk</i> , Jeans.	<i>Taffeta Silk, Silk</i> .	<i>Tablecloth</i> , Katun, <i>Jacquard</i> , <i>Chiffon</i> , Rayon.
Jenis Produk	<i>Dress, Blouse, Apron.</i>	<i>Top, Blouse, Celana, Rok, Dress.</i>	<i>Tube Bra, Rok, Celana, Dress, Blouse, Top.</i>	Kemeja, Rok.

(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Kesimpulan:

Dari hasil analisis kepada keempat brand pembanding diatas, penulis dapat membuat kesimpulan bahwa brand pembanding memiliki identitas atau DNA yang kuat sehingga memiliki kepercayaan konsumen. Kemudian brand memiliki produk yang bervariasi baik dalam segi teknik yang digunakan maupun *shiluet* desain sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan jenis produk dalam satu brand yang sama. Kemudian detail yang diterapkan pada produk yang diterapkan selain memiliki nilai estetika juga harus memiliki nilai fungsional. Pada bahan material yang digunakan pada brand pembanding juga memiliki pertimbangan baik dalam segi estetika, kenyamanan, kualitas dan target market. Jenis produk yang banyak diproduksi oleh masing masing brand adalah *top*, *blouse*, *dress* dan rok dengan teknik *surface pleats*, *ruffle*, dan *shirring*. Kesimpulan lainnya adalah sudah banyaknya lokal brand dengan *shiluet* desain *romantic* feminim yang terlebih dahulu ada di pasar, namun belum banyak ditemukan brand dengan identitas *shiluet* *romantic* feminim dengan harga yang mengjangkau lebih banyak target market dan dengan *shiluet* yang dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari atau *hangout* tanpa membatasi gerak target market. Maka brand akan dibuat dengan memproduksi busana berjenis *blouse*, *top*, *dress*, dan rok menggunakan material *lose flowy* yang nyaman digunakan dalam kegiatan sehari-hari kemudian sebagai identitas brand akan mengaplikasikan teknik surface berupa bordir, *pleats*, *shirring* dan *ruffle* pada busana.

IV.1.2 Deskripsi Konsep Perancangan Produk

A. Latar Belakang Konsep Perancangan Produk

Konsep perancangan akan disusun dengan beberapa tahapan setelah menentukan topik pembahasan yang berisikan eksplorasi material awal, pengumpulan data, konsep *style board*, *image board*, dan *lifestyleboard* yang kemudian digunakan sebagai kuesioner kepada target market potensial sebelum dilakukan eksplorasi lanjutan hingga konsep perancangan. Konsep perancangan pada penelitian ini dirancang berdasarkan hasil pengumpulan data wawancara dan kuesioner dari narasumber potensial dan target market potensial, yaitu wanita yang menggemari style busana dari musisi Nadin Amizah dan juga wanita yang

memiliki style feminim, bergaya hidup sehat dan kreatif yang memiliki pekerjaan di industri kreatif. Hal tersebut muncul berdasarkan kebutuhan target market dalam memilih busana wanita yang dapat digunakan pada kegiatan sehari-hari atau *hangout* dengan *shiluet* feminim atau *style Cottage Core* dengan pertimbangan material yang nyaman digunakan, tidak membatasi gerak, dan pengaplikasian teknik *surface* sederhana. Sehingga melihat dari hasil analisa, wawancara, dan kuesioner dapat disimpulkan bahwa, konsep perancangan busana yang akan dilakukan adalah membuat busana dengan *style Cottage Core* feminim untuk menunjang kegiatan sehari-hari atau *hangout* bagi wanita dengan pengaplikasian teknik *surface* berupa bordir, *ruffle*, *shirring*, *pleats* sederhana sebagai *emblishment*. Konsep perancangan dari data tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jenis busana yang diminati oleh target market potensial meliputi, *blouse*, *t-shirt*, *dress* dan rok.
2. Jenis material yang digunakan yaitu berbahan *flowy* dan tidak membatasi gerak target market potensial seperti *maru came*, *chiffon*, dan *brukat*.
3. Teknik pengolahan tekstil yang akan digunakan yaitu *surface tekstile* bordir, *fabric manipulation pleats*, *shirring*, dan *ruffle* yang akan diterapkan pada busana.
4. Warna yang diminati oleh target market potensial yaitu warna *earth tone*, dimana penulis akan menggunakan warna putih kemudian menggabungkan dengan warna merah muda yang akan diterapkan pada teknik bordir.

IV.1.3 Konsep *Moodboard*



Gambar IV.9 *Moodbord*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Mengambil tema berdasarkan *style cottage core* yang menampilkan sisi kesederhanaan dan feminim seorang wanita. Menambahkan objek bunga anggrek sebagai elemen dekorasi dimana bunga anggrek memiliki arti keanggunan, dan martabat seorang wanita sehingga pada tema ini ingin menyampaikan wanita feminim dan sederhana yang memiliki keanggunan dan martabat sebagai wanita.

Pemilihan material berdasarkan keinginan untuk menyampaikan kesan wanita feminim dan sederhana sesuai dengan karakteristik *style cottage core*. Bahan *flowy* merupakan salah satu yang identik dengan sisi feminim sehingga bahan ini dirasa mampu memrepresentasikan kesan feminim seorang wanita.

Elemen dekoratif berupa bordir, *pleats*, *ruffle* dan *shirring* untuk menambah *value* dari busana.

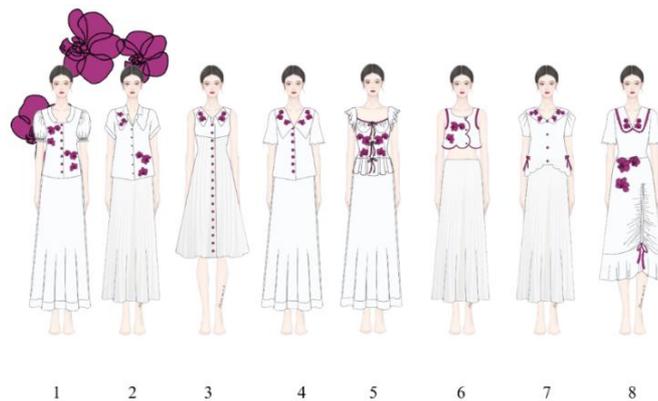
Penggunaan *color palet earth tone* dengan mengambil warna dasar putih untuk mempresentasikan kesederhanaan, di kombinasikan dengan warna elemen

Menyukai hal kreatif dan feminim seperti mendesain sesuatu, melakukan kegiatan kreatif seperti merangkai bunga, atau mendekor.

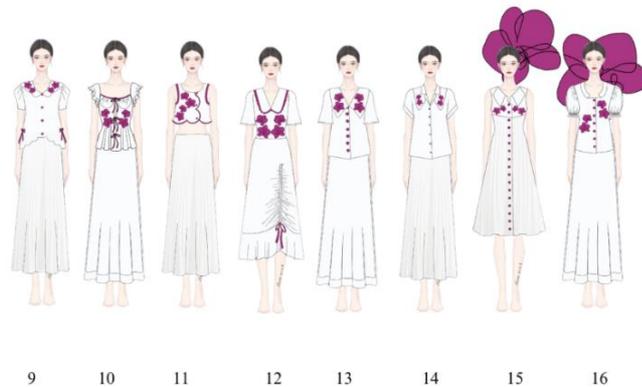
IV.2 Eksplorasi Lanjutan

IV.2.2 Desain Lanjutan

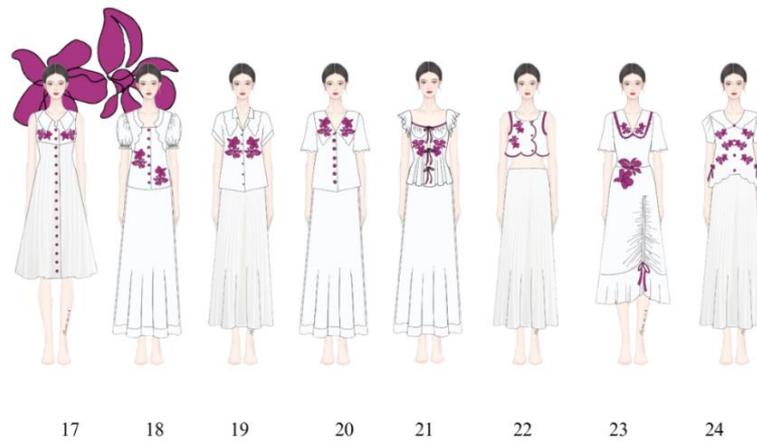
Eksplorasi sketsa lanjutan berupa desain yang akan dipilih oleh target market potensial. Dilakukan dengan mengambil sample dari hasil survey kuesioner online kedua untuk menentukan komposisi motif bordir manakah yang paling banyak disukai dan menentukan desain busana manakah yang paling banyak disukai sebagai acuan dalam melakukan design akhir. Berikut merupakan design dan komposisi motif yang akan di sebar kepada target market potensial menggunakan survey kuesioner online tahap kedua:



Gambar IV.11 Ekplorasi Lanjutan Desain Menggunakan Motif 1
(Sumber: Data Pribadi, 2023)



Gambar IV.12 Ekplorasi Lanjutan Desain Menggunakan Motif 2
(Sumber: Data Pribadi, 2023)



Gambar IV.13 Ekplorasi Lanjutan Desain Menggunakan Motif 3
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.2.2 Eksplorasi Elemen Dekoratif Bordir

Berdasarkan hasil survey wawancara dan kuesioner kepada target market potensial, data sekunder, serta analisa pada brand pembanding menunjukkan bahwa teknik bordir berpotensi digunakan sebagai elemen dekoratif pada busana. Perancangan busana dengan *style Cottage Core* menggunakan material bertekstur *flowy* dan menggunakan teknik bordir sebagai elemen dekoratif sehingga dapat menjadi *value* sebagai identitas atau DNA dari perancangan brand. Ekplorasi lanjutan motif bordir terpilih dilakukan dengan melakukan test bordir pada kain material.

Tabel IV.3 Eksplorasi Teknik Bordir

No	Material	Eksplorasi	Analisa
1.	<i>Maru Creepe</i>		Bordir pada kain <i>maru creepe</i> sedikit merusak kain karena <i>rayon yoryu</i> bertekstur sheer atau tipis.
2.	<i>Tencil Poplin</i>		Bordir pada kain <i>tencil poplin</i> tidak merusak kain karena <i>poplin</i> memiliki tekstur yang tebal.
3.	<i>Spun Poplin</i>		Bordir pada <i>spun poplin</i> bertekstur tidak merusak kain namun merusak karakter tekstur pada kain.
4.	<i>Chiffon Lose</i>		Bordir pada kain <i>chiffon lose</i> merusak kain karena <i>chiffon lose</i> berbahan <i>sheer</i> atau tipis.

(Sumber: Data Pribadi, 2023)

A. *Manipulation Fabric*

Tabel IV.4 Eksplorasi *Manipulation Fabric Shirring*

No	Material	Eksplorasi	Analisa
1.	<i>Maru Creepe</i>		Penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain maru <i>creepe</i> tidak merusak kain. Tekstur kain yang <i>flowy</i> cocok digunakan untuk teknik <i>shirring</i> . Hasil yang diharapkan untuk penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain maru <i>creepe</i> sudah sesuai.
2.	<i>Tencil Poplin</i>		Penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>tencil poplin</i> tidak merusak kain. Tekstur kain yang sedikit kaku dan lebih tebal di bandingkan material lainnya cocok digunakan untuk teknik <i>shirring</i> . Hasil yang diharapkan untuk penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>tencil poplin</i> sudah sesuai.
3.	<i>Spun Poplin</i>		Penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>spun poplin</i> tidak merusak kain. Tekstur kain lebih tebal di bandingkan dengan material lainnya dan kain <i>spun poplin</i> memiliki tekstur pembeda berupa <i>crinkle</i> memberikan hasil <i>shirring</i> yang berbeda. Hasil yang diharapkan untuk penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>spun poplin</i> sudah sesuai.
4.	<i>Chiffon Lose</i>		Peenerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>chiffon lose</i> sedikit merusak kain karna tekstur kain yang <i>sheer</i> atau lebih tipis dibandingkan dengan material lainnya. Penerapakan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>chiffon lose</i> kurang sesuai dengan yang di harapkan.

(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Tabel IV.5 Eksplorasi *Manipulation Fabric Pleats*

No	Material	Eksplorasi	Analisa
1.	<i>Maru Creepe</i>		<p>Penerapan teknik pleats pada kain <i>maru creepe</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>
2.	<i>Tencil Poplin</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>tencil poplin</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>
3.	<i>Spun Poplin</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>spun poplin</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>
4.	<i>Chiffon Lose</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>chiffon lose</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>

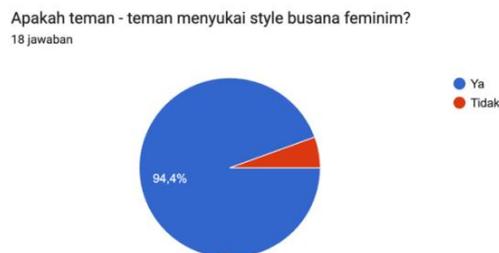
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Kesimpulan:

Berdasarkan eksplorasi teknik bordir dan *fabric manipulation* yaitu *shirring*, dan *pleats*, pada masing-masing material yang akan digunakan menghasilkan gambaran dalam penerapan teknik yang cocok diaplikasikan pada kain menghasilkan kesimpulan penerapan teknik bordir pada kain *chiffon lose* kurang cocok digunakan karena tekstur kain yang tipis sehingga rentan merusak kain namun kain *chiffon lose* cocok menggunakan teknik *fabric manipulation shirring*. Kain *spun poplin* dan *tencil poplin* cocok diterapkan pada semua teknik baik bordir maupun *fabric manipulation* karena tidak merusak kain. Dan kain maru *creepe* cocok menerapkan teknik *fabric manipulation shirring* dan *pleats* namun kurang cocok menerapkan teknik bordir karna tekstur kain yang tipis sehingga rentan merusak kain.

IV.2.3 Kuesioner Online Tahap 2

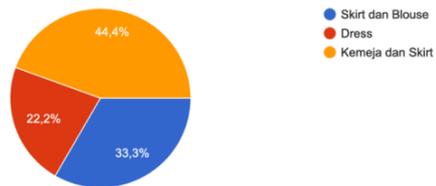
Setelah melakukan survey kuesioner tahap pertama kepada target market potensial yang merupakan anggota dari fanbase Nadin Amizah pada tanggal 1 Mei 2023, penulis melakukan survey kuesioner tahap kedua kepada target market potensial pada tanggal 4 Juli 2023 dan akan dilakukan hingga tanggal 14 Juli 2023. Survey kuesioner yang ditujukan kepada customer dengan kriteria wanita yang menyukai style busana feminim, gemar mengunjungi tempat dengan interior *gardern*, menyukai industri kreatif atau kreatifitas. Kemudian hasil sementara dari kuesioner tahap kedua adalah sebagai berikut :



- 1) Sebanyak 94,4% responden potensial menjawab menyukai style busana feminim. Dimana hasil ini cukup sesuai dengan target market yang diharapkan.

Kombinasi produk busana manakah yang lebih sering teman - teman gunakan untuk menunjang kegiatan sehari - hari seperti hangout?

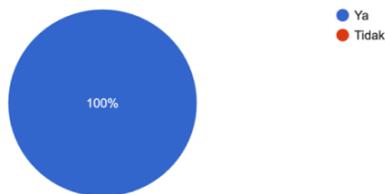
18 jawaban



2) Sebanyak 44,4 % responden menjawab menyukai kombinasi produk busana berupa kemeja dan *skirt*, sebanyak 33,3% responden menjawab menyukai kombinasi produk busana berupa *skirt* dan *blouse*, kemudian sebanyak 22,2% responden menjawab menyukai produk busana berupa *dress*.

Apakah teman - teman menyukai hangout atau mengunjungi tempat dengan interior garden?

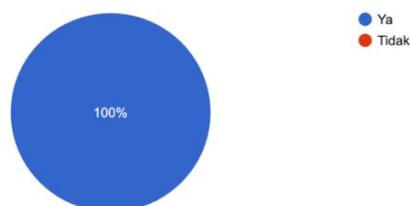
18 jawaban



3) Sebanyak 100% responden menjawab menyukai *hangout* atau mengunjungi tempat dengan interior *garden*, jawaban responden tersebut sesuai dengan target market yang diharapkan.

Apakah teman - teman menyukai hal yang identik dengan kreatifitas?

18 jawaban

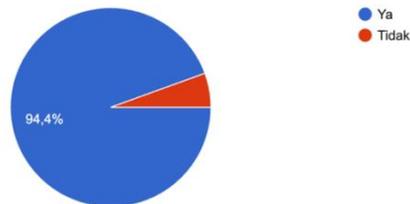


4) Sebanyak 100% reponden menjawab menyukai hal yang identik dengan kreatifitas, jawaban responden tersebut sesuai dengan target market yang diharapkan.

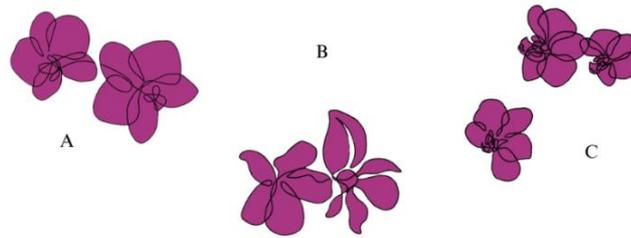


Gambar IV.14 Material Busana Pada Survey
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Apakah teman - teman menyukai busana dengan material seperti gambar?
18 jawaban

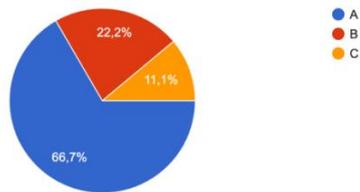


5) Sebanyak 94,4 responden menjawab menyukai busana dengan material seperti digambar.

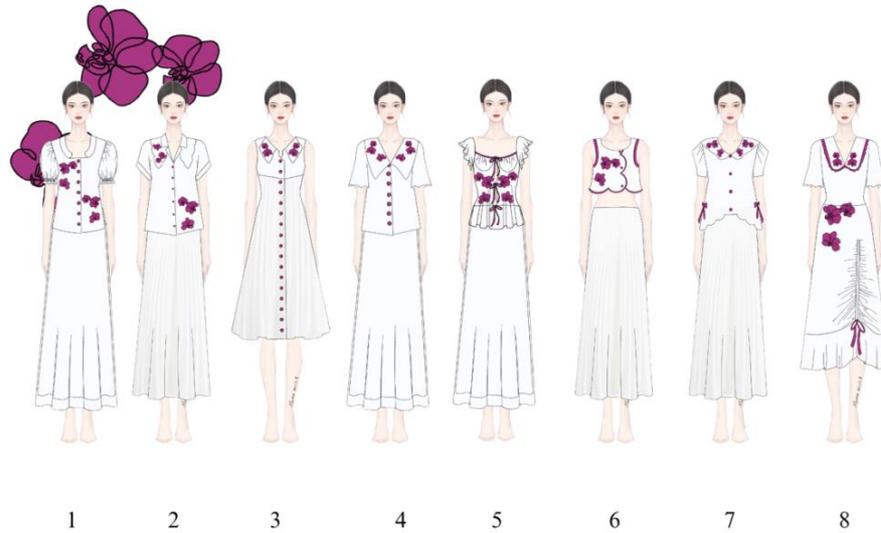


Gambar IV.15 Motif Bordir Pada Survey
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Motif bordir manakah yang lebih menarik untuk di terapkan pada busana?
18 jawaban

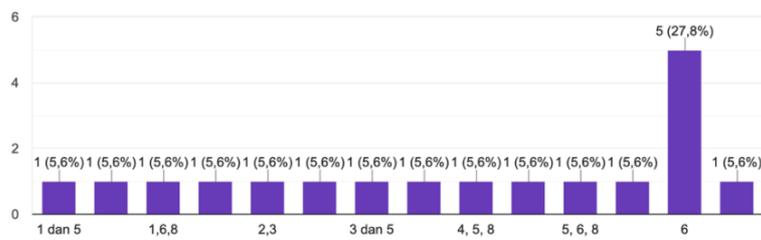


6) Sebanyak 66,7% responden menjawab menyukai motif bordir A , sebanyak 22,2% responden menjawab menyukai motif bordir B, dan sebanyak 11,1% responden menyukai motif bordir C.

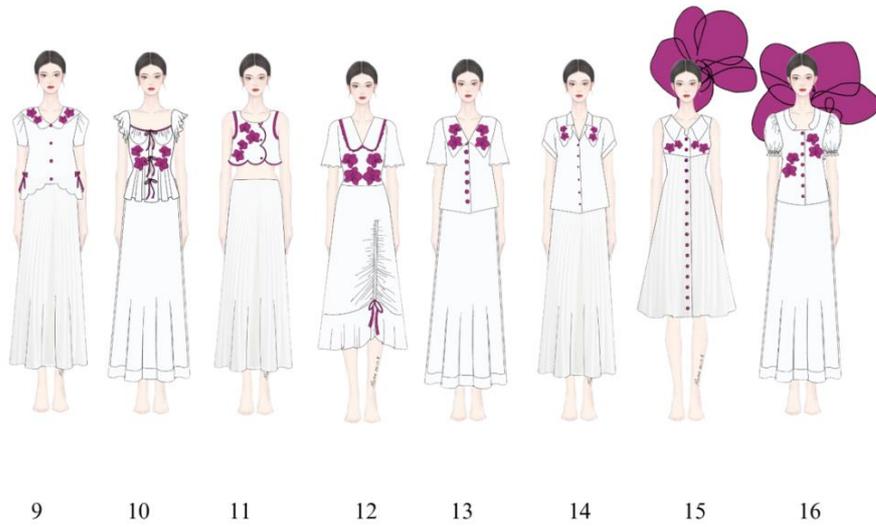


Gambar IV.16 Komposisi Motif Bordir 1
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Silahkan pilih penerapan motif bordir pada busana manakah yang menarik bagi teman-teman
18 jawaban

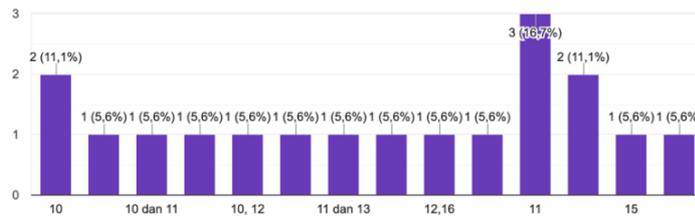


7) Sebanyak 27,8% responden memilih komposisi motif bordir pada desain 6, Sebanyak 4 responden memilih komposisi motif bordir pada desain 5, sebanyak 3 responden memilih komposisi motif bordir pada desain 8.

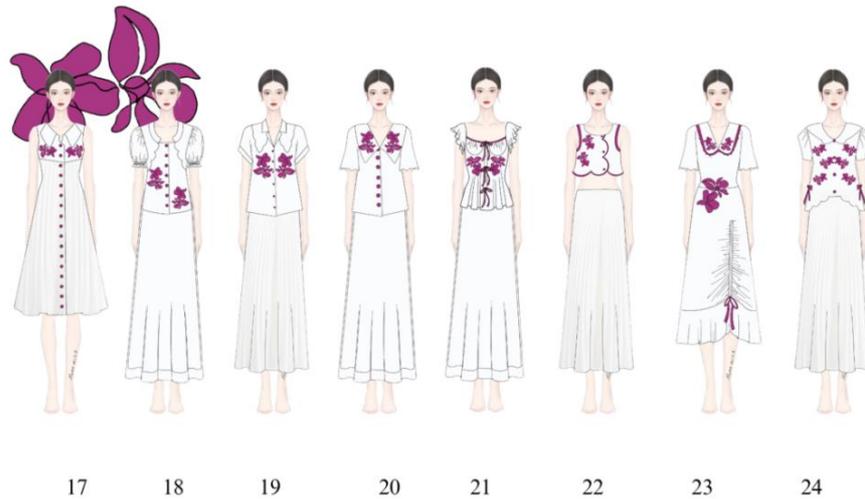


Gambar IV.17 Komposisi Motif Bordir 2
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Silahkan pilih penerapan motif bordir pada busana manakah yang menarik bagi teman-teman
18 jawaban

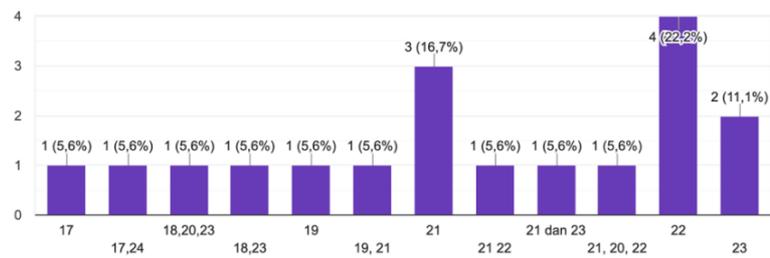


8) Sebanyak 16,7% responden memilih komposisi motif bordir pada desain 11, dan sebanyak 11,1% responden memilih komposisi motif bordir pada desain 10.



Gambar IV.18 Komposisi Motif Bordir 3
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Silahkan pilih penerapan motif bordir pada busana manakah yang menarik bagi teman-teman
18 jawaban

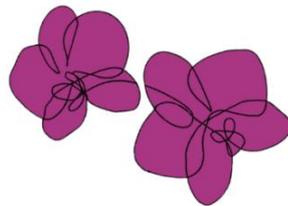


9) Sebanyak 22,2% responden memilih komposisi motif bordir pada desain 22, sebanyak 16,7% responden memilih komposisi motif bordir pada desain 21, dan sebanyak 11,1% responden memilih komposisi motif bordir pada desain 23.

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil kuesioner online tahap kedua berhasil mendapatkan target market potensial sebanyak 18 responden, dimana responden tersebut cukup memenuhi kriteria target market yang dituju. Dari kuesioner online tersebut responden potensial memilih motif bordir dan komposisi motif brodir pada busana yang disukai kemudian dari hasil pemilihan motif dan komposisi motif pada busana akan menghasilkan eksplorasi desain tahap akhir. Berikut merupakan hasil dari kuesioner tahap kedua:

1) Motif yang diminati berdasarkan hasil kuesioner online tahap kedua:



Gambar IV.19 Komposisi Motif Bordir Terpilih
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

2) Komposisi motif bordir terpilih berdasarkan hasil kuesioner online tahap kedua:



Gambar IV.20 Komposisi Motif dan Desain Terpilih Pada Busana
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.3 Design Produk Akhir

IV.3.1 Sketsa Desain Produk Akhir

Setelah melakukan konsep perancangan, proses eksplorasi awal, eksplorasi lanjutan, mengumpulkan data wawancara, melakukan kuesioner online kepada arget market potensial, analisis produk referensi, style musisi inspirasi, dan brand pembanding, selanjutnya melakukan perancangan busana yang terdiri dari 8 look terpilih yang nantinya akan di olah menjadi 3 look menggunakan metode *SCAMPER* pada tahap selanjutnya. Perancangan busana akan menggunakan karakteristik *style Cottage Core* yang dirancang dengan material *flowy* yang nyaman dan berkualitas, menerapkan *shiluet* feminim. Diharapkan busana dapat menunjang kegiatan sehari-hari atau *hangout target market* serta menggunakan teknik pengolahan tekstil berupa bordir dan *fabric manipulation* pada busana.

A. Design dan *SCAMPER*

Pada design tahap akhir akan menentukan desain busana yang akan diproduksi, menggunakan hasil terpilih survey kuesioner online tahap kedua yang dilakukan dengan mengambil sample kepada target market potensial atau alpha customer test yang terdiri dari 3 look terpilih akan di olah menggunakan beberapa metode *SCAMPER* dengan inspirasi desain berdasarkan *moodabord* dan *styleboard* yang telah ditetapkan sehingga menghasilkan 3 look yang akan diproduksi pada tahap akhir. Berikut merupakan proses metode *SCAMPER* yang dilakukan:

Tabel IV.6 Table SCAMPER Desain Terpilih

NO	Inspirasi dan Desain	Desain Akhir
1.		
<p>LOOK 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. <i>Adapt</i> : Mengadaptasi <i>shiluet</i> busana dengan karakteristik <i>feminim cottage core</i> seperti <i>dress flowy</i>, <i>puff sleeve</i>, <i>ruffle</i>, dan <i>pleats</i>. Mengadaptasi bentuk bunga anggrek sebagai motif pada busana. Mengadaptasi pita bagian belakang busana menjadi pita pada bagian depan busana. 6. <i>Combine</i> : Mengkombinasikan teknik kriya bordir dan teknik kriya <i>fabric manipulation</i> berupa <i>ruffle</i> pada busana. Mengkombinasikan material <i>chiffon lose</i> dan <i>maru crepe</i> pada busana. 7. <i>Modify</i> : Memodifikasi motif bunga anggrek agar menjadi motif yang lebih sederhana dan tidak mengurangi nilai estetika busana. Memodifikasi rok menjadi lebih variatif sebagai <i>value brand</i>. 8. <i>Put another use</i> : Menambahkan material brukat pada bagian leher, lengan busana. Menambahkan detail pita sebagai variasi pada bagian pinggang rok. 		



LOOK 2

5. *Adapt* : Mengadaptasi *shiluet* busana dengan karakteristik *feminim cottage core* seperti *dress flowy*, *puff sleeve*, *ruffle*, dan *pleats*. Mengadaptasi bentuk bunga anggrek sebagai motif pada busana. Mengadaptasi kerutan / *ruffle* pada bagian kerah dan dada.
6. *Combine* : Mengkombinasikan teknik kriya bordir dan teknik kriya *fabric manipulation* berupa *ruffle* pada busana. Mengkombinasikan material *chiffon lose* dan *maru crepe* pada busana.
7. *Modify* : Memodifikasi motif bunga anggrek agar menjadi motif yang lebih sederhana dan tidak mengurangi nilai estetika busana. Memodifikasi *dress* menjadi lebih memiliki pembeda sebagai *value brand*.
8. *Put another use* : Menambahkan material brukat pada bagian lengan busana. Menambahkan detail pita sebagai variasi pada bagian pinggang dress.



LOOK 3

5. *Adapt* : Mengadaptasi *shiluet* busana dengan karakteristik *feminism cottage core* seperti *dress flowy*, *puff sleeve*, *ruffle*, dan *pleats*. Mengadaptasi bentuk bunga anggrek sebagai motif pada busana. Mengadaptasi kerutan pada bagian lengan dan bra busana. Mengadaptasi pita pada bagian belakang busana.
6. *Combine* : Mengkombinasikan teknik kriya bordir dan teknik kriya *fabric manipulation* berupa *ruffle* pada busana. Mengkombinasikan material *chiffon lose* dan *maru crepe* pada busana.
7. *Modify* : Memodifikasi motif bunga anggrek agar menjadi motif yang lebih sederhana dan tidak mengurangi nilai estetika busana. Memodifikasi *blouse* dan rok menjadi lebih variatif serta memiliki nilai pembeda sebagai *value brand*.
8. *Put another use* : Menambahkan material brukat pada bagian leher, lengan busana.

(Sumber: Data Pribadi, 2023)

B. *Technical Drawing*
 Look 1: *Blouse & Skirt*

TECK PACK

LOOK 1



BRAND : by Saasf	DESIGNER : Safrina R	SIZE { sample size } : M
COLLECTION : 2023	DATE : 26/06/2023	MANUFACTOR : House Of Rika
STYLE : Cottage Core	DESCRIPTION : Look 1 Blouse & Skirt	

FABRIC

Maru Creepe

Chiffon Lose

Brukak

SUPLIER : Toko Encit

FRONT VIEW

Puff Sleeve

Pita pengganti kancing

Pleats

Bordir

BACK VIEW

39 cm

Shirring

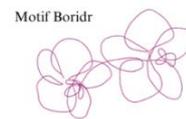
Pleats

102 cm

Bordir

SIZE CHART

Wanita	
Lingkar Leher	38
Lingkar Dada	80 / 84 / 78
Tinggi Piyudara	25 / 19
Panjang Badan	43 / 165
Lingkar Pinggang	64 / 68
Lingkar Pinggul	92
Leher Bahu	39 / 12
Lingkar Ketiak	40
Lingkar Lengan	30 / 18
Panjang Lengan	62
Panjang Rok	105
Panjang Panjang	39
Tinggi Badan	175



Look 2 : *Dress*

TECK PACK

LOOK 2



BRAND : by Saasf	DESIGNER : Safrina R	SIZE { sample size } : M
COLLECTION : 2023	DATE : 26/06/2023	MANUFACTOR : House Of Rika
STYLE : Cottage Core	DESCRIPTION : Look 2 Dress	

FABRIC

Maru Creepe

Chiffon Lose

Brukak

SUPLIER : Toko Encit

FRONT VIEW

Ruffle Neck

Pita Variasi

Bordir

Ruffle

BACK VIEW

102 cm

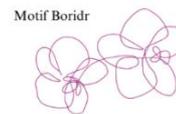
Pita Variasi

Kancing Belakang

Pleats

SIZE CHART

Wanita	
Lingkar Leher	38
Lingkar Dada	80 / 84 / 78
Tinggi Piyudara	25 / 19
Panjang Badan	43 / 165
Lingkar Pinggang	64 / 68
Lingkar Pinggul	92
Leher Bahu	39 / 12
Lingkar Ketiak	40
Lingkar Lengan	30 / 18
Panjang Lengan	62
Panjang Rok	105
Panjang Panjang	39
Tinggi Badan	175



Look 3 : Blouse & Skirt

TECK PACK

LOOK 3



BRAND : by Saasf	DESIGNER : Safrina R	SIZE { sample size } : M
COLLECTION : 2023	DATE : 26/06/2023	MANUFACTOR : House Of Rika
STYLE : Cottage Core	DESCRIPTION : Look 3 Blouse & Skirt	

FABRIC

Maru Creepe



Chiffon Lose

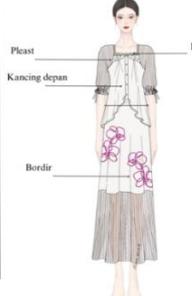


Brukat

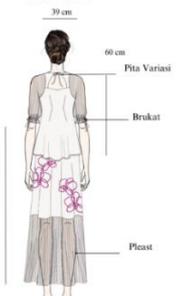


SUPLIER : Toko Encit

FRONT VIEW



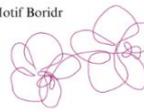
BACK VIEW



SIZE CHART

Wanita	
Lingkar Leher	38
Lingkar Dada	90 / 84 / 78
Tinggi Payudara	25 / 19
Panjang Badan	43 / 165
Lingkar Pinggang	64 / 68
Lingkar Pinggul	92
Leher Bahu	39 / 12
Lingkar Ketiak	40
Lingkar Lengan	30 / 18
Panjang Lengan	62
Panjang Rok	105
Panjang Panjang	99
Tinggi Badan	175

Motif Bordir



Gambar: Technical Drawing
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.3.2 Proses Produksi

Pada tahap ini, desain yang telah terpilih berdasarkan hasil survey kuesioner target market potensial diproses menjadi produk dengan melalui tahapan produksi.

Tabel IV.7 Proses Produksi

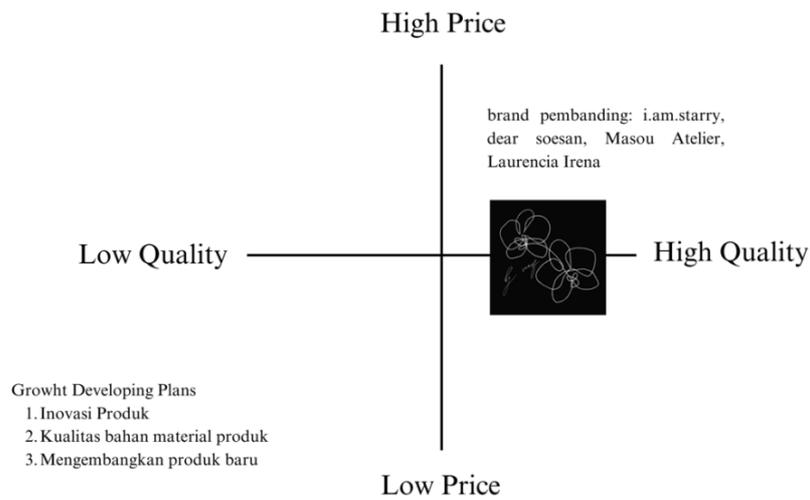
No.	Dokumentasi Produksi	Proses Produksi
1.		<p>Proses membeli bahan material <i>chiffon lose</i>, <i>maru creepe</i> dan brukat setelah melakukan eksplorasi teknik bordir dan <i>fabric manipulation</i> pada sample material.</p> <p>Suplier material : Toko Encit Bandung.</p>

2.		<p>Proses produksi setelah menentukan material yang akan digunakan maka siap dibawa ke vendor jahit untuk selanjutnya melakukan proses potong pola busana dan dijahit. Proses jahit dilakukan selama 3 – 4 hari untuk satu look desain.</p> <p>Vendor jahit: Bandung.</p>
3.		<p>Setelah melakukan proses potong pola maka bagian busana yang akan menerapkan teknik kriya bordir akan dibawa ke vendor bordir dan melakukan proses bordir manual.</p> <p>Vendor bordir: Ciwastra, Bandung</p>

(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.3.1 *Curva Positioning by_Saasf*

Curva positioning pada sebuah brand memiliki tujuan menggambarkan dan memahami posisi relative suatu merek dalam pikiran konsumen dibandingkan dengan pesaing. Sehingga dapat membantu merek untuk mengidentifikasi bagaimana brand by Saasf ingin dilihat oleh target pasar dan bagaimana berbeda dari pesaing.



Gambar: *Curva Positioning by Saasf*
 (Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.3.3 Konsep *Merchandise*

Merchandise merupakan sebuah media penunjang kegiatan promosi dari sebuah produk brand. Berikut merupakan detail konsep *merchandise kit* yang akan digunakan :

A. Brand

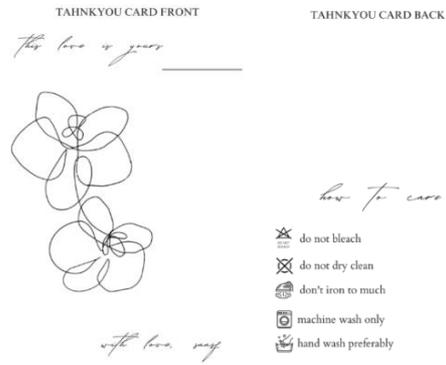
Nama brand yang dipilih pada perancangan ini adalah “by Saasf“, makna dari by Saasf di ambil dari nama penulis.

B. Logo



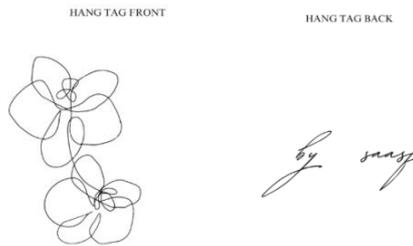
45Gambar IV.19 Logo
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

C. Thankyou Card



Gambar IV.20 *Thank you Card* Depan Belakang
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

D. Hang Tag



Gambar IV.21 *Hang Tag* Depan Belakang
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

E. Packaging

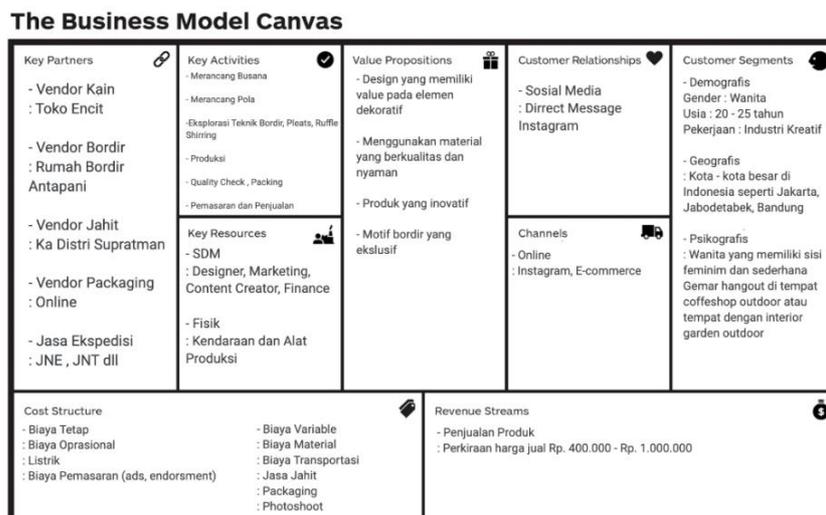


Gambar IV.22 Packaging
 Sumber: <https://www.containerstore.com>
 (diakses pada 3 April 2023, 21.50 WIB)

IV.4 Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis menggunakan *business model canvas* dengan penjelasan detail terhadap beberapa blok utama sebagai berikut:

IV.4.1 Business Model Canvas



Gambar IV.23 Business Model Canvas
 (Sumber: Data Pribadi, 2023)

A. *Customer Segments*

Dalam model bisnis yang dirancang termasuk pada pasar terbatas / *Niche Market* Memiliki *Customer segments* sebagai berikut :

1) *Customer Profile*

Segmentasi Demografis

Jenis Kelamin : Wanita

Umur : 20 – 25 tahun

Pekerjaan : Industri Kreatif (Penulis, *Copywriter*, Arsitek, *Editor*, *Animator*, *Content Creator*, Designer dan lainnya).

Status Sosial : Kelas menengah dengan pendapatan > Rp. 5.000.000 / bulan (diatas UMR Indonesia).

Segmentasi Geografis

Wanita yang tinggal di kota-kota besar Indonesia seperti Jakarta, Jabodetabek, dan Bandung.

Segmentasi Psikografis

Wanita yang bekerja di industri kreatif sehingga mementingkan penampilan. Memiliki sisi feminim dan gemar mengunjungi tempat *garden outdoor* atau *coffeshop* dengan bertemakan *garden outdoor*. Menilai produk fashion berdasarkan *value* baik dalam segi DNA brand atau identitas brand, *value* brand dan produk, namun tetap mengutamakan kenyamanan produk. Menyukai produk dengan shiluet feminim dan nyaman untuk digunakan pada kegiatan sehari-hari atau *hangout*. Aktif dalam sosial media seperti Instagram, atau tiktok untuk mendapatkan informasi seputar tren fashion, review produk.

B. *Value Proposition*

Produk yang akan ditawarkan merupakan busana *ready to wear* wanita, menggunakan material utama bertekstur *flowy* yang berkualitas sehingga dapat memeberikan kenyamanan bagi konsumen kemudian menggunakan material renda / *lace* dan *tablecloth* sebagai elemen dekoratif yang akan memberikan *value* keunikan dan pembeda pada busana. *Value* dalam segi style busana yang ditawarkan akan mampu memeberikan kesan feminim *romantic* bagi konsumen.

Menerapkan teknik bordir, *pleats*, *ruffle* dan *shirring* sebagai *value emblishment* pada busana. Busana akan memiliki desain yang nyaman digunakan pada kegiatan sehari-hari atau *hangout* bagi konsumen.

C. Channels

Media yang akan membantu dan mempermudah dalam proses penjualan secara online dan mampu mencapai target market melalui sosial media Instagram. Dengan memanfaatkan fitur yang disediakan oleh Instagram berupa insight yang mampu membantu mengetahui jangkauan, tayangan, navigasi, interaksi dengan target market yang dituju. Selain itu media sosial Instagram mampu membantu dalam proses marketing.

D. Customer Relationship

Untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, akan dihubungkan dengan operasional berupa *direct message* pada aplikasi Instagram untuk mempermudah proses interaksi konsumen. Kemudian brand juga menyediakan *sel service* yang dapat dilakukan dengan mengakses *e-commerce* brand dan website brand.

E. Revenue Streams

Penjualan produk dengan beberapa jenis dalam satu koleksi yang ditawarkan rata-rata memiliki harga yang berbeda menyesuaikan proses produksi produk. Brand by Saasf memiliki harga jual Rp. 900.000 – Rp. 1.000.000.

F. Key Resources

Sumber daya utaman yang digunakan adalah sumber daya manusia, sumber daya intelektual dan fisik. Sumber daya manusia sendiri mencakup *designer*, *talent*, marketing / admin, produksi, serta keuangan. Sumber daya intelektual berupa desain busana, desain motif, hasil *photoshoot* produk. Sumber daya fisik berupa laptop, ipad, handphone, transportasi, alat produksi, material produksi, dan lainnya.

G. Key Activities

Aktivitas utama dalam brand yaitu proses mendesign produk hingga proses produksi. Dimulai dari proses merancang, membeli material. Produksi busana kemudian melakukan eksplorasi dan evaluasi lalu dilanjutkan dengan *quality control*, proses *packaging*, dan pengiriman kepada konsumen melalui ekspedisi.

H. *Key Partners*

Dalam sebuah brand tentu memiliki vendor untuk membantu berjalannya proses produksi. Maka brand akan memiliki pemasok atau mitra utama meliputi vendor material, vendor bordir, vendor jahit, vendor *merchandise*, dan vendor ekspedisi terpercaya.

I. *Cost Structure*

Struktur biaya akan dilakukan untuk mengontrol dan meminimalisiri pengeluaran sehingga dapat menghindari kerugian dalam berbisnis. Maka dari itu, biaya pengeluaran bersifat tetap atau dalam kurun waktu yang lama akan ditetapkan meliputi gaji pegawai, biaya *endorse* pemasaran, biaya listrik, internet, dan biaya operasional lainnya. Kemudian biaya yang dapat berubah dalam kurun waktu dekat ditetapkan meliputi material produksi, jasa jahit, *packaging* dan proses *photoshoot*. Hitungan biaya menjadi dua yaitu *fixed cost* dan *variable cost* sebagai berikut :

1) *Fixed Cost*

Fixed cost berupa biaya tetap yang terdapat pada proses produksi penelitian, sebagai berikut:

12Tabel IV.8 *Fixed Cost*

No.	Biaya Produk Atasan	% / Bulan
1.	Gaji Pegawai	20%
2.	Pemasaran	20%
3.	Operasional	20%
4.	Biaya Tak Terduga	20%
5.	Profit Perusahaan	20%

No.	Biaya Produk Bawahan	% / Bulan
1.	Gaji Pegawai	20%
2.	Pemasaran	20%
3.	Operasional	20%
4.	Biaya Tak Terduga	20%
5.	Profit Perusahaan	20%

No.	Biaya Produk Dress	% / Bulan
1.	Gaji Pegawai	20%
2.	Pemasaran	20%
3.	Operasional	20%
4.	Biaya Tak Terduga	20%
5.	Profit Perusahaan	20%

(Sumber: Data Pribadi, 2023)

2) Variable Cost

Variable cost berupa biaya produksi sejumlah dua *blouse*, dua rok, dan satu *dress*, sebagai berikut:

Tabel IV.9 Variable Cost

No.	Biaya Produk Atasan	Jumlah
1.	Material Poduksi	30%
2.	Jasa Jahit	30%
3.	Jasa Bordir	20%
4.	<i>Vendor Merchandise</i>	10%
5.	<i>Photoshoot</i>	10%

No.	Biaya Produk Bawahan	Jumlah
1.	Material Poduksi	30%
2.	Jasa Jahit	30%
3.	Jasa Bordir	20%
4.	<i>Vendor Merchandise</i>	10%
5.	<i>Photoshoot</i>	10%

No.	Biaya Produk Dress	Jumlah
1.	Material Poduksi	30%
2.	Jasa Jahit	30%
3.	Jasa Bordir	20%
4.	<i>Vendor Merchandise</i>	10%
5.	<i>Photoshoot</i>	10%

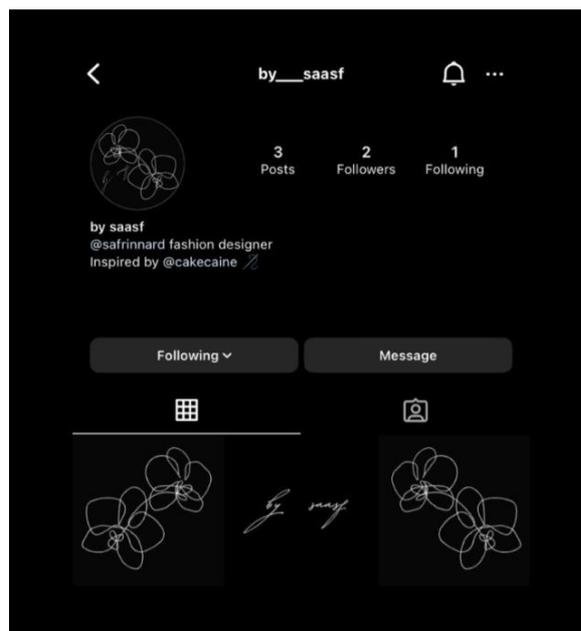
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.4.2 Rencana Pasar

A. *Online*

by Saasf akan melakukan proses penjualan produk secara online melalui:

1) Instagram



Gambar IV.24 Halaman Instagram Brand by Saasf
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.5 Produk Akhir

IV.5.1 Visualisasi Produk

Setelah melalui beberapa tahapan proses produksi, berikut merupakan visualisasi produk pada tugas akhir ini:

A. *Look 1*



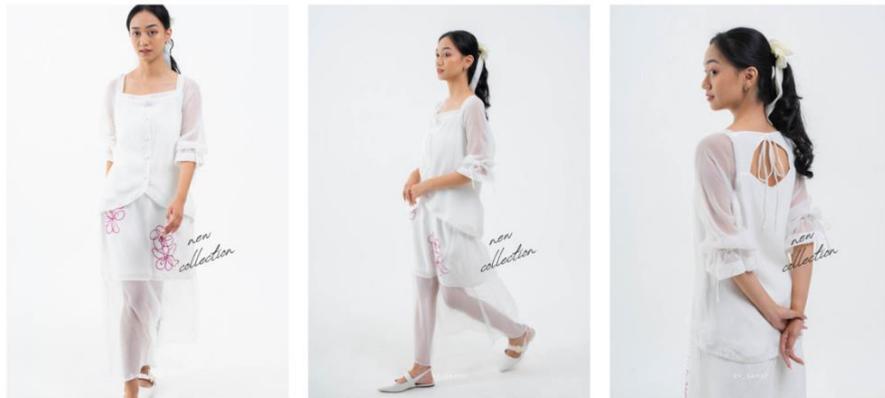
Gambar IV.25 Gambar by_saasf *Look 1*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

B. *Look 2*



Gambar IV.26 Gambar by_sasf *Look 2*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

C. *Look 3*

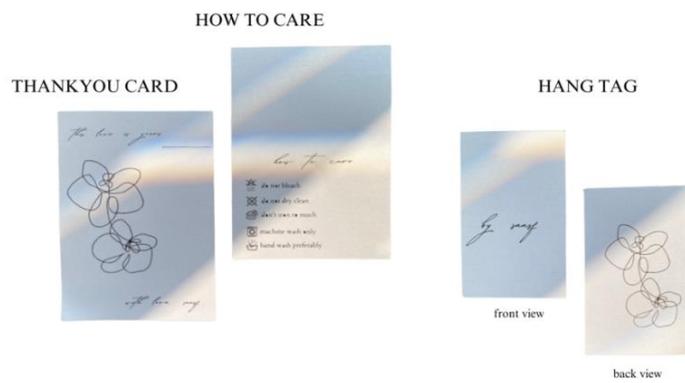


Gambar IV.27 Gambar by_saasf *Look 3*
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

IV.5.2 Visualisasi *Merchandise*



Gambar IV.28 Gambar *Packaging Brand* by Saasf
(Sumber: Data Pribadi, 2023)



Gambar IV.29 Gambar *Merch Kit Brand* by Saasf
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Bab V Kesimpulan dan Saran

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas dalam laporan Tugas Akhir “Perancangan Produk Fashion Dengan Pengayaan Cottage Core Yang Terinspirasi Nadin Amizah Dan Perencanaan Bisnisnya” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan produk fashion yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah dengan *style Cottage Core* bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.

Kesimpulan: Penggemar musisi tertentu memiliki sebuah kecenderungan mengimitasi style atau mengadaptasi style dari musisi yang disukai. Contohnya adalah musisi Nadin Amizah, beberapa penggemar Nadin Amizah yang menjadi target market potensial pada penelitian ini menjawab pernah mengikuti atau meniru style berpakaian dari Nadin Amizah. Berdasarkan penelitian ini, didapati bahwa para target market potensial cenderung menyukai busana dengan *style cottage core* dengan siluet feminin sehingga pada penelitian ini penulis memilih perancangan busana berdasarkan minat dari target market potensial dimana busana akan menerapkan elemen dekorasi busana sederhana yang tidak membatasi gerak target market seperti bordir dan *fabric manipulation* yang akan dirancang menggunakan material *flowy* seperti *maru creepe*, *chiffon silk* dan brukat dengan warna dasar putih sesuai dengan kebutuhan dari target market potensial.

2. Bagaimana perencanaan bisnis produk fashion yang terinspirasi dari musisi Nadin Amizah dengan *style Cottage Core* bagi wanita penggemar Nadin Amizah maupun wanita penyuka *style Cottage core*.

Kesimpulan: Perancangan model bisnis diawali dengan adanya fenomena kecenderungan penggemar mengimitasi atau mengadaptasi style dari musisi yang disukai. Perancangan dilakukan dengan mengadaptasi *style cottage core* dengan musisi inspirasi Nadin Amizah dengan melihat peluang bisnis berdasarkan analisa dan survey target market potensial yang telah dilakukan. Selain menganalisa target market potensial, penulis juga melakukan analisa pasar kepada brand pembanding sehingga penulis mengetahui kelebihan dan kekurangan agar dapat dikembangkan menjadi peluang usaha baru. Kemudian melakukan kuesioner kepada target market potensial untuk mengetahui jenis produk hingga detail warna, material, motif dan teknik kriya yang dibutuhkan dan diminati. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya hambatan saat pemasaran dan penjualan produk yang kurang diminati target market. Data dan tahapan yang telah terkumpul kemudian dianalisis kedalam bentuk *Business Model Canvas* agar perancangan bisnis lebih strategis, teratur, dan tepat sasaran.

V.2 Saran

Berdasarkan penulisan tugas akhir ini dapat disimpulkan saran untuk penelitian atau pengembangan bisnis selanjutnya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian atau pengembangan selanjutnya, selain melakukan research kepada brand pembanding dan target market potensial sebaiknya dilakukan research musisi inspirasi lebih mendalam. Seperti *research* kepada *stylist* musisi yang menjadi inspirasi pada penelitian atau seseorang yang mengetahui lebih banyak mengenai style dari musisi inspirasi. Hal tersebut dapat membantu menjadi pertimbangan perancangan produk.
2. Untuk penelitian atau pengembangan bisnis selanjutnya dilakukan dengan teknik *sampling* lebih banyak terhadap *target market* potensial dengan menjangkau lebih luas segmentasi geografis dan psikografis agar terdapat lebih luas peluang terhadap bisnis. Hal tersebut dapat membantu dalam

pertimbangan saat membuat produk dan menjangkau lebih luas target market.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, k. s. (2020). Efektifitas digital printing (percetakan digital) dalam menghasilkan produk cetak dan pengaruhnya terhadap konsumen. *open jurnal system* , 3429-3438.
- Riska awal fitriani, W. n. (2020). perancangan produk ready to wear wanita penyuka musik indie folk di kota bandung. *e-proceeding of art & design*, 3870.
- Banoe, P. (2003). *Kamus musik* . Yogyakarta: Yogyakarta : Kanisius, 2003.
- Riska Awal Fitriani, W. N. (2020). Perancangan produk ready to wear wanita penyuka musik indie folk di kota bandung. *e-proceeding of art & design* , 2869.
- Ernawati, d. (2008). *Tata Busana Jilid 1 untuk sekolah menengah kejuruan*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan .
- Poespo, G. (2009). *A-Z Istilah Fashion*. Jakarta: Gramedia.
- Sari, D. A. (2021). Tinjauan tentang Tingkatan dalam Industri Fashion. *TIK ISI*, 2-5.
- Kay, J. B. (2022). The race for space' : capatalism, the country and the city in Britain under COVID-19. *Continuum*, 274-288.
- Fitinline. (2022, agustus 18). *Fitinline*. Retrieved from fitinline.com: <https://fitinline.com/article/read/kenali-ciri-khas-cottagecore-fashion-style-yang-aesthetic/#:~:text=Gaya%20cottagecore%20memiliki%20ciri%20yang,me nonjolkan%20sisi%20feminim%20seorang%20wanita>
- Cholby, C. N. (2021, Desember 1). *Mengenal Cottagecore, Gaya Busana Pedesaan 70-an*. Retrieved from ValidNews: <https://validnews.id/kultura/mengenal-cottagecore-gaya-busana-pedesaan-70-an>
- Wardah Syakina, D. F. (2019). PEMBUATAN AKSESORIS FESYEN DENGAN PEMANFAATAN LIMBAH CD. *e-proceeding of art & design*, 295.
- Serrat, O. (2017). Knowledge solutions: tools, methods, and approaches to drive organizational performance. . <https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-10-0983-9>, 1-1140.
- Dameria, A. (2009). DIGITAL PRINTING Handbook. *Link and match graphic*.
- Prihatini, T. (2019). seni bordir. *jurnal socia akademika*, 18.
- Karyaningrum, A. E. (2019). PLEAST. PERBEDAAN HASIL JADI LEKAPAN APLIKASI BUNGA PLEATS ANTARA KETIGA. *e-proceeding of art & design*, 282.
- Puspitawati, H. (2009). Pembuatan busana pesta remaja dengan aksentuasi ruffles. 4.
- Irmayanti, I. K. (2021). STRATEGI PENERAPAN BUSINESS PLAN DALAM PENINGKATAN PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *JURNAL AKUNSYAH : JURNAL AKUNTANSI & KEUANGAN SYARIAH*, 65-80.
- Setiarini, S. E. (2013). BUSINESS PLAN SEBAGAI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEMBELAJARAN EKONOMI DI SMA.

- JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI DINAMIKA PENDIDIKAN*, 146-155.
- Osterwalder, A. P. (2012). Business model generation: a handbook for visionaries, game. 3.
- Aisyah, K. S. (2020). EFEKTIFITAS DIGITAL PRINTING (PERCETAKAN DIGITAL) DALAM MENGHASILKAN PRODUK CETAK DAN PENGARUHNYA TERHADAP KONSUMEN. *Open Journal Sysrens*, 3429-3432.
- Tri Yulia Trisnawati. (2011). Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi. *The Messenger, Volume III, Nomor 1*, 36.
- Ratuannisa, T. (2022). Perubahan Gaya Busana Dalam Perkembangan Tren Fashion Di Indonesia. *Disertasi*, 285 - 292.
- Yuna & Co. (2021, juni 09). *steal the look : Romantisme Ala Nadin Amizah*. Retrieved from helloyuna.io: <https://helloyuna.io/journal/steal-the-look-nadin-amizah/>
- Simmel, G. (1957). Fashion. *The American Journal of Sociology*, 541-558, 551.
- Pardilla, A. (2020, september 11). *huffpost*. Retrieved from What is Cottage Core? : https://www.huffpost.com/entry/cottagecore-trend-quarantine-diy_1_5ecd875ec5b6e3f6739dbdfc
- Zuha, K. (2023, maret 09). *Apakah Musik Berpengaruh Besar Terhadap Fashion?* Retrieved from idntimes.com: <https://www.idntimes.com/opinion/social/husein-fadhilah/opini-apakah-musik-berpengaruh-besar-terhadap-fashion-c1c2>
- Rahmadiyah, B. S. (2023). Perancangan Produk Fashion Dengan Penggayaan Cottage Core Studi Kasus : Inspirasi Nadin Amizah . *Laporan Tugas akhir Telkom University*.

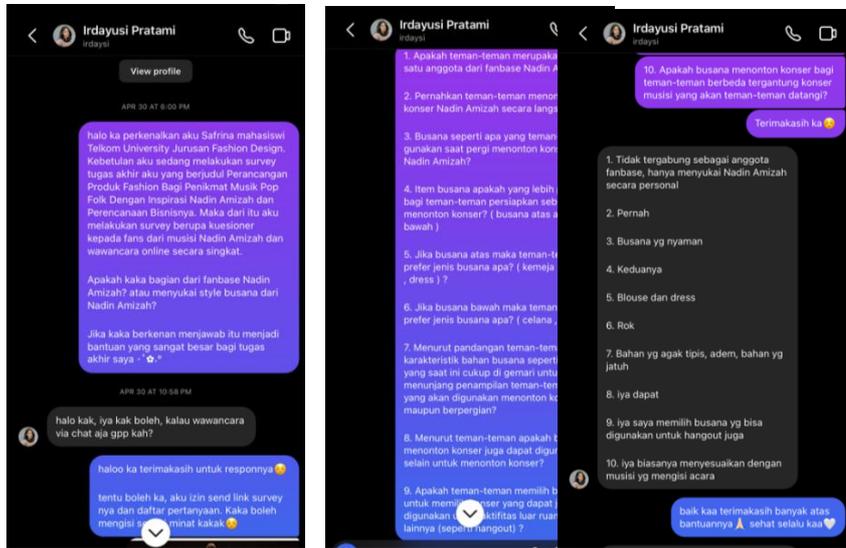
LAMPIRAN

Lampiran 1 Bagan Skema Perancangan

<p>Data Literatur</p> <p><i>Subculture</i> merupakan turunan dari kultur induk namun pada umumnya mereka yang menerapkan tren ini memiliki perilaku atau pengayaan yang berbeda dengan subbudaya induknya (Restu, 2017).</p> <p>Dalam teori penelitian Georg Simmel memaparkan bahwa perilaku busana dan memilih style fashion sebagai proses imitasi antara kelompok sosial oleh kelompok sosial di bawahnya (Simmel, 1957).</p> <p>Gaya busana yang di pengaruhi oleh pesohor tersebut berdampak pada tingginya tingkat produsen dimana hal tersebut mengartikan bahwa gaya busana di terima oleh masyarakat dan berbanding lurus dengan berkembangnya produk – produk local brand. (Ratuannisa, 2022).</p> <p>Rencana bisnis adalah rencana tertulis yang menggambarkan bisnis yang akan dikelola, visi dan misi yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau seorang pengusaha dengan perusahaannya dan metode atau strategi untuk mencapainya (Irmayanti, 2021).</p>	<p>Data Primer & Sekunder</p> <p>Data Primer :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan wawan cara kepada target market potensial. 2. Melakukan survey kepada target market potensial sebanyak 2 kali. <p>Data Sekunder :</p> <p>Busana memiliki arti “pakaian”, berasal dari Bahasa sansekerta dan bahasa populer “bhusana” atau dikenal dengan busana memiliki konotasi “pakaian yang bagus dan indah”, sedangkan pakaian adalah bagian dari busana itu sendiri (Ernawati, 2008).</p> <p>Dapat disimpulkan bahwa <i>style Cottage Core</i> adalah interpretasi dari estetika romatis dari kehidupan pedesaan yang sederhana di alam (Pardilla, 2020).</p> <p>Teknik <i>SCAMPER</i> adalah proses kreatif yang berfokus pada persiapan, konsentrasi, inkuiri, iluminasi, dan verifikasi untuk menghasilkan inspirasi atau ide-ide kreatif (Serrat, 2017).</p> <p>Bordir termasuk dalam teknik penjahitan dekoratif pada busana, dengan bantuan mesin jahit bordir berfokus pada keindahan dan komposisi warna benang berbagai bahan kain. Bordir digunakan untuk mempercantik atau memperindah busana (Prihatini, 2019).</p>	<p>Eksplorasi</p> <p>Tahap eksplorasi pada penulisan tugas akhir di bagi menjadi tiga tahap, yaitu :</p> <p>Tahap pertama dimana penulis melakukan pengumpulan data melalui survey target market, mengumpulkan data literatur dan observasi sebagai dasar dalam melakukan eksplorasi awal.</p> <p>Tahap kedua setelah mengumpulkan dan menyimpulkan hasil data tahap pertama di lanjutkan dengan eksplorasi produk dengan menentukan material dan teknik yang akan digunakan. Kemudian menyebarkan hasil eksplorasi awal kepada target market potensial untuk mendapatkan hasil sebagai acuan dalam eksplorasi lanjutan.</p> <p>Tahap ketiga adalah mengumpulkan data dan menyimpulkan rancangan produk akhir dan perencanaan bisnisnya.</p>
<p>Analisa Perancangan</p> <p>Setelah mengumpulkan data, melakukan survey, dan observasi penulis menentukan analisa perancangan pada tugas akhir berupa:</p> <p>Perancangan busana <i>ready to wear</i> bagi target market wanita dengan <i>style cottage core</i> sebagai acuan perancangan, musisi Nadin Amizah sebagai musisi yang menginspirasi gaya. Menghasilkan produk busana <i>ready to wear</i> berupa <i>dress, blouse, dan rok</i> sesuai dengan hasil survey kepada target market potensial yang akan mendukung kegiatan sehari-hari target market atau <i>hangout</i>.</p> <p>Busana akan menggunakan bahan material yang tidak membatasi gerak target market dan memiliki karakteristik <i>style cottage core</i>. Mengkombinasikan teknik reka latar berupa bordir dan <i>fabric manipulation</i>.</p> <p>Serta menerapkan perancangan bisnis dengan menetapkan Business Model Canvas sebagai sistem perusahaan agar dapat berjalan dengan terarah dan baik.</p>		

Lampiran 2 Wawancara bersama Narasumber Potensial

Tabel Lampiran 1 Wawancara Narasumber Potensial

No	HASIL WAWANCARA
1.	<p>Tanggal : 30 April 2023 Nama Narasumber : Irdayusi Pratami</p> <p>Tujuan Wawancara :</p> <p>Mengetahui apakah narasumber dapat menjadi target market potensial dan memiliki kriteria sebagai target market potensial. Mengetahui minat target market.</p> <p>Lampiran Foto :</p> 
	<p>Resume Hasil Wawancara :</p> <p>Dalam wawancara, Irdayusi tidak tergabung kedalam anggota <i>fanbase</i> Nadin Amizah namun menyukai Nadin Amizah secara personal. Irdayusi sering kali mendatangi konser musik Nadin Amizah. Irdayusi menyukai busana menonton konser yang juga dapat ia gunakan untuk kegiatan sehari-hari seperti <i>hangout</i> bersama teman-teman, ia menyukai busana dengan tekstur <i>flowy</i> dan nyaman. Dalam wawancara Irdayusi mengatakan ia lebih menyukai <i>dress</i> dan <i>blouse</i> sebagai atasan dan lebih menyukai rok dibandingkan dengan celana. Irdayusi juga mengatakan bahwa ia biasanya menyesuaikan busana menonton konser yang akan ia gunakan tergantung musisi yang mengisi acara.</p>

Lampiran 3 Eksplorasi Teknik Kriya Tekstil Pada Material

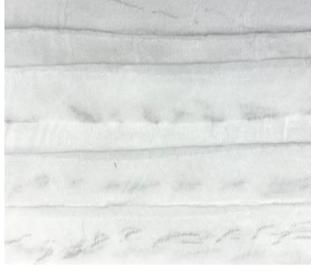
Tabel Lampiran 2. Eksplorasi Teknik Kriya Bordir

No	Material	Eksplorasi	Analisa
1	<i>Maru Creepe</i>		Bordir pada kain <i>maru creepe</i> sedikit merusak kain karena <i>rayon yoryu</i> bertekstur sheer atau tipis.
2.	<i>Tencil Poplin</i>		Bordir pada kain <i>tencil poplin</i> tidak merusak kain karena <i>poplin</i> memiliki tekstur yang tebal.
3.	<i>Spun Poplin</i>		Bordir pada <i>spun poplin</i> bertekstur tidak merusak kain namun merusak karakter tekstur pada kain.
4.	<i>Chiffon Lose</i>		Bordir pada kain <i>chiffon lose</i> merusak kain karena <i>chiffon lose</i> berbahan <i>sheer</i> atau tipis.

Tabel Lampiran 3. Eksplorasi Teknik *Fabric Manipulation Shirring*

No	Material	Eksplorasi	Analisa
1.	<i>Maru Creepe</i>		Penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain maru <i>creepe</i> tidak merusak kain. Tekstur kain yang <i>flowy</i> cocok digunakan untuk teknik <i>shirring</i> . Hasil yang diharapkan untuk penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain maru <i>creepe</i> sudah sesuai.
2.	<i>Tencil Poplin</i>		Penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>tencil poplin</i> tidak merusak kain. Tekstur kain yang sedikit kaku dan lebih tebal di bandingkan material lainnya cocok digunakan untuk teknik <i>shirring</i> . Hasil yang diharapkan untuk penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>tencil poplin</i> sudah sesuai.
3.	<i>Spun Poplin</i>		Penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>spun poplin</i> tidak merusak kain. Tekstur kain lebih tebal di bandingkan dengan material lainnya dan kain <i>spun poplin</i> memiliki tekstur pembeda berupa <i>crinkle</i> memberikan hasil <i>shirring</i> yang berbeda. Hasil yang diharapkan untuk penerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>spun poplin</i> sudah sesuai.
4.	<i>Chiffon Lose</i>		Peenerapan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>chiffon lose</i> sedikit merusak kain karna tekstur kain yang <i>sheer</i> atau lebih tipis dibandingkan dengan material lainnya. Penerapakan teknik <i>shirring</i> pada kain <i>chiffon lose</i> kurang sesuai dengan yang di harapkan.

Tabel Lampiran 3. Eksplorasi Teknik Kriya *Pleats*

No	Material	Eksplorasi	Analisa
1	<i>Maru Creepe</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>maru creepe</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>
2.	<i>Tencil Poplin</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>tencil poplin</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>
3.	<i>Spun Poplin</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>spun poplin</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>
4.	<i>Chiffon Lose</i>		<p>Penerapan teknik <i>pleats</i> pada kain <i>chiffon lose</i> tidak merusak kain, dan menghasilkan teknik <i>pleats</i> sesuai yang diharapkan.</p>

Lampiran 5 *Business Model Canvas*

Table Lampiran 4. *Business Model Canvas*

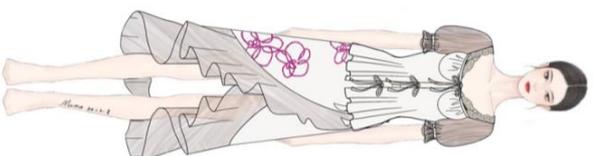
The Business Model Canvas

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - Vendor Kain : Toko Encit - Vendor Bordir : Rumah Bordir Antapani - Vendor Jahit : Ka Distri Supratman - Vendor Packaging : Online - Jasa Ekspedisi : JNE , JNT dll 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - Merancang Busana - Merancang Pola -Eksplorasi Teknik Bordir, Pleats, Ruffle Shirring - Produksi - Quality Check , Packing - Pemasaran dan Penjualan <p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> - SDM : Designer, Marketing, Content Creator, Finance - Fisik : Kendaraan dan Alat Produksi 	<p>Value Propositions </p> <ul style="list-style-type: none"> - Design yang memiliki value pada elemen dekoratif - Menggunakan material yang berkualitas dan nyaman - Produk yang inovatif - Motif bordir yang eksklusif 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - Sosial Media : Dirrect Message Instagram <p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - Online : Instagram, E-commerce 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - Demografis Gender : Wanita Usia : 20 - 25 tahun Pekerjaan : Industri Kreatif - Geografis : Kota - kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Jabodetabek, Bandung - Psikografis : Wanita yang memiliki sisi feminim dan sederhana Gemar hangout di tempat coffeshop outdoor atau tempat dengan interior garden outdoor
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya Tetap - Biaya Oprasional : Listrik - Biaya Pemasaran (ads, endorsment) - Biaya Variable : Biaya Material : Biaya Transportasi : Jasa Jahit : Packaging : Photoshoot 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan Produk : Perkiraan harga jual Rp. 400.000 - Rp. 1.000.000 		

Lampiran 6 Revenue Streams & Cost Structure

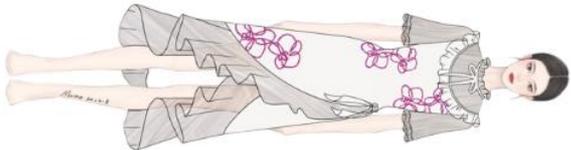
Table Lampiran 5. Revenue Streams & Cost Structure
 Penjualan Produk Dengan Range Harga Rp. – Rp.

Cost Structure						
LOOK 1	Item	Material	Harga Satuan / 1 Meter	Jumlah	% Laba : 30% : Rp. 209.400	Harga Jual
LOOK 1	Blouse & Skirt	Kain Maru	Rp. 100.000	3 m	Harga Jual = Modal + Laba	
		Crepe		Rp. 300.000		
		Kain Chiffon	Rp. 18.000	2 m		
		Lose		Rp. 36.000		
		Kain Brukat	Rp. 110.000	1/3 m		
				Rp. 36.000		
		Jasa Jahit	Rp. 200.000	Rp. 200.000		
		Jasa Bordir	Rp. 83.000	Rp. 83.000		
		Merch Kit	Rp. 23.000	Rp. 23.000		
		Packaging	Rp. 20.000	Rp. 20.000		
Total				Rp. 698.000		Rp. 907.400



Penjualan Produk Dengan Range Harga Rp. – Rp.

Cost Structure

LOOK 2	Item	Material	Harga Satuan / 1 Meter	Jumlah	% Laba : 30% : Rp. 209.400 Harga Jual = Modal + Laba	Harga Jual	
	Dress						
		Kain Maru	Rp. 100.000	3 m			
		Creepe		Rp. 300.000			
		Kain Chiffon Lose	Rp. 18.000	2 m			
		Kain Brukat	Rp. 110.000	1/3 m			
				Rp. 36.000			
		Jasa Jahit	Rp. 200.000				
				Rp. 200.000			
		Jasa Bordir	Rp. 83.000				
				Rp. 83.000			
		Merch Kit	Rp. 23.000				
				Rp. 23.000			
		Packaging	Rp. 20.000				
				Rp. 20.000			
		Total			30%	Rp. 907.400	
				Rp. 698.000			

Penjualan Produk Dengan Range Harga Rp. – Rp.						
Cost Structure						
LOOK 3	Item	Material	Harga Satuan / 1 Meter	Jumlah	% Laba : 30% : Rp. 209.400 Harga Jual = Modal + Laba	Harga Jual
	Blouse & Skirt	Kain Maru Creepe	Rp. 100.000	3 m Rp. 300.000		
		Kain Chiffon Lose	Rp. 18.000	3 m Rp. 36.000		
		Kain Brukat	Rp. 110.000	1/3 m Rp. 36.000		
		Jasa Jahit	Rp. 200.000	Rp. 200.000		
		Jasa Bordir	Rp. 83.000	Rp. 83.000		
		Merch Kit	Rp. 23.000	Rp. 23.000		
		Packaging	Rp. 20.000	Rp. 20.000		
Total		Rp. 698.000		Rp. 907.400		

