

PERANCANGAN BUSANA READY-TO-WEAR IBU DAN ANAK DENGAN APLIKASI TEKNIK *DIGITAL PRINTING* DAN TEKNIK BORDIR SEBAGAI PENGEMBANGAN PRODUK LOCAL BRAND *CRAZY LITTLE PARTY CLUB*

Andini Rahma Putri, S.Sn., Widia Nur Utami Bastaman, M.Ds., Mochammad Sigit Ramadhan, S.Pd., M.Sn.
Universitas Telkom, Bandung 40257, Indonesia
Email: andini.rhm13@gmail.com, widianur@telkomuniversity.ac.id, sigitrmdhn@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

The development of local brands is relatively rapid with the presence of the #LocalPride movement on social media, which brings progress to the developing of local products in the fashion sector, especially children's fashion products. At the Jakarta Fashion Week event in 2022, a well-known local brand, Cottonink, released a collection of mother and child clothing that was welcomed by the public. Therefore, local brands are increasingly choosing the potential for developing children's products so that mothers can look harmonious with their children. The Crazy Little Party Club brand, which has the characteristics of applying playful motifs with digital printing techniques, is also interested in developing various ready-to-wear clothing products for mothers and children. The research used a qualitative method, with data collection techniques, namely literature study, observation, interviews, and exploration. This research aims to create new product variations in the Crazy Little Party Club brand by applying motifs using digital printing techniques that have become its trademark to mother and child products. In addition to digital printing techniques, researchers will also combine them with embroidery techniques that are popularly used in children's clothing so that it is expected to offer product novelty in the market. The product design method applies the SCAMPER method, adjusting to the design concept made. The research output resulted in the design of ready-to-wear clothing products for mothers.

Keywords: *Mother and Kids Clothing, Motifs, Local Brand, Crazy Little Party Club, SCAMPER Method*

ABSTRAK

Perkembangan *local brand* saat ini cukup pesat dengan hadirnya gerakan #LocalPride di media sosial yang membawa kemajuan untuk perkembangan produk lokal di bidang fashion terutama produk fashion anak. Pada event *Jakarta Fashion Week* tahun 2022, *local brand* ternama yaitu Cottonink, mengeluarkan rancangan koleksi pakaian Ibu dan anak yang disambut baik oleh masyarakat. Oleh karena itu, potensi pengembangan produk anak agar ibu dapat tampil serasi dengan sang anak semakin banyak dipilih oleh *local brand*. Brand *Crazy Little Party Club* yang memiliki karakteristik pengaplikasian motif yang *playful*, dengan teknik *digital printing* pun tertarik untuk mengembangkan variasi produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu studi literatur, observasi, wawancara dan eksplorasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu menciptakan variasi produk baru pada brand *Crazy Little Party Club*, dengan mengaplikasikan motif menggunakan teknik *digital printing* yang telah menjadi ciri khasnya, pada produk Ibu dan anak. Selain teknik *digital printing*, peneliti pun akan mengkombinasikannya dengan teknik bordir yang sedang populer digunakan pada pakaian anak, sehingga diharapkan dapat menawarkan kebaruan produk di pasaran. Metode perancangan produk mengaplikasikan metode SCAMPER, menyesuaikan dengan konsep perancangan yang dibuat. Luaran pada penelitian ini menghasilkan perancangan produk pakaian *ready-to-wear* untuk ibu dan anak sesuai *target market* pada brand.

Kata Kunci: *Pakaian Ibu dan Anak, Motif, Local Brand, Crazy Little Party Club, Metode SCAMPER*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Brand lokal di Indonesia saat ini menjadi pusat perhatian masyarakat karena mengalami perkembangan yang cukup pesat terlihat dari maraknya *brand* lokal yang sudah bermunculan di pasaran. Selain itu, adanya kemajuan teknologi, peluang untuk mengembangkan *brand* lokal semakin mudah, dan hadirnya gerakan dengan tagar *#LocalPride* yang ada di media sosial menandakan awal kebangkitan produk lokal di bidang fashion Indonesia terutama *clothing line* (Harfiasnyah dan Djuwita, 2021).

Seiring dengan berkembangnya *brand* lokal, selain fashion dewasa perkembangan fashion untuk anak pun turut menyesuaikan dengan perkembangan tren. Pakaian anak-anak tidak hanya sebatas menggunakan bahan yang nyaman, tetapi juga sesuai dengan pribadi anak dengan warna dan model yang unik serta menarik sesuai tren yang sedang berkembang (Martina dan Zahra, 2015). Oleh karena itu, para ibu ingin tampil serasi dengan anak agar dapat mengembangkan kreativitas dan karakter anak untuk memilih pakaian yang disukai dan ingin pakai oleh sang anak.

Dari hasil observasi yang dilakukan ke berbagai store dan *booth local brand* yang terdapat di Bandung, pakaian serasi (*matching*) cukup menjadi tren yang dikenakan untuk menunjang penampilan, terutama bagi ibu dan anak. Selain itu, sudah sangat banyak *clothing brand* baik lokal maupun Internasional yang menciptakan

produk pakaian serasi untuk ibu dan sang anak. Hal ini dialami pada salah satu *brand* lokal Bandung yang sedang berkembang yaitu *Crazy Little Party Club*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Diza Diandra selaku pemilik *Crazy Little Party Club*, *brand* yang memiliki karakteristik motif dan ilustrasi yang *playful*, retro, dan *color-blocking* ini menjadi wadah untuk menciptakan produk dengan desain eksklusif sesuai permintaan *customer*.

Crazy Little Party Club ingin mengembangkan variasi produk *brandnya* dengan menciptakan memori yang berarti (*meaningful*) dari desain motif yang dibuatnya serta membantu orang tua terlibat dalam ketertarikan perkembangan anak sehingga target pasar yang dituju oleh *Crazy Little Party Club* mengarah kepada produk ibu dan anak. Maraknya *local brand* yang saat ini juga fokus ke dalam perkembangan produk anak dan jenis pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak pun mulai berkembang mengikuti tren sesuai Jakarta Fashion Week 2023 pada bulan September 2022 lalu. *Brand* lokal Cotton Ink menampilkan karyanya yang berkolaborasi dengan beberapa *brand* lokal lainnya dengan mengangkat tema *Playground of Dreams* yang menampilkan outfit serasi untuk Ibu dan Si Kecil menggunakan perpaduan motif pada koleksi tersebut (Hutasoit, 2022).

Setelah melakukan observasi, *brand Crazy Little Party Club* memiliki peluang untuk dapat mengembangkan produk fashion berupa pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak, dengan memasukkan

desain motif berdasarkan karakteristik dan identitas *brand*, yaitu menggunakan motif geometris sesuai ciri khas *Crazy Little Party Club* ke dalam rancangan busana produk fashion *ready-to-wear* ibu dan anak.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk *Crazy Little Party Club* memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi pakaian ibu dan anak dengan mengaplikasikan teknik digital printing. Selain teknik *digital printing*, peneliti pun akan mengkombinasikannya dengan teknik bordir yang sedang populer digunakan pada pakaian anak, sehingga diharapkan dapat menawarkan kebaruan produk di pasaran.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengembangkan teknik *digital printing* dan teknik bordir yang sesuai dengan karakter *brand Crazy Little Party Club* ?
2. Bagaimana cara mengaplikasikan teknik *digital printing* dan teknik bordir ke dalam produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak untuk memenuhi kebutuhan *brand Crazy Little Party Club* ?

Batasan Perancangan

Agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih fokus dan mendalam, maka batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Target Market* perancangan mengacu kepada para ibu yang memiliki anak perempuan berumur 5 - 8 tahun sesuai dengan *target market* utama *brand Crazy Little Party Club*.

2. Menggunakan inspirasi motif geometris untuk diaplikasikan menggunakan kombinasi teknik *digital printing* dan teknik bordir pada produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak.
3. Produk akhir perancangan dibatasi berupa pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak sesuai dengan identitas *brand Crazy Little Party Club*.

Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dari penelitian ini adalah menciptakan produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak menggunakan pengaplikasian teknik *digital printing* dan teknik bordir sesuai identitas *brand Crazy Little Party Club*. Manfaat dari penelitian ini memberikan wawasan mengenai pengembangan teknik rekalar berdasarkan karakter desain *brand Crazy Little Party Club* dan terciptanya produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak untuk koleksi terbaru.

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan proses pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Melakukan pengumpulan data melalui berbagai sumber referensi baik melalui buku, jurnal, *proceeding*, laporan tugas akhir sebelumnya, dan sebagainya. Tujuan Studi literatur ini bertujuan untuk mencari data-data yang mendasari penelitian seperti perkembangan *local brand* di Indonesia, *brand Crazy Little Party Club*, penggunaan motif pada produk pakaian ibu dan anak,

dan penerapan teknik reka latar pada produk pakaian *ready-to-wear* saat ini.

2. Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan melalui dua tahap, dengan cara mengamati langsung (observasi lapangan) dan observasi *online*. Observasi ini bertujuan mengumpulkan data- data terkait pemilihan bahan/ material, warna, *siluet cutting*, hingga jenis motif dan komposisi motif yang banyak digunakan pada *local brand* Indonesia, dan menganalisis identitas *local brand* motif sejenis melalui *website* dan instagram. Wawancara dilakukan kepada beberapa narasumber, seperti pemilik *brand* terkait, fashion & *pattern designer* anak.

3. Eksplorasi

Eksplorasi desain dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam proses pengembangan motif dan perancangan desain busana. Eksplorasi dilakukan dengan mengenali teknik *digital printing* dan teknik bordir, serta membuat repetisi motif dan *moodboard* untuk inspirasi dalam perancangan dan pengaplikasian pada desain busana yang menggunakan metode SCAMPER.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil Studi Literatur

a. Unsur Rupa Desain

Unsur-unsur yang dapat ditangkap dan dirasakan dengan kasar mata seperti bentuk, warna, tekstur, dan ruang ditata secara artistik (memperhatikan prinsip penataan)

untuk membentuk bentuk baru. Unsur rupa terdiri dari Bentuk, yang merupakan salah satu unsur fisik seni rupa yang terdiri dari titik, garis, bidang dan volume. Selanjutnya warna, tekstur, dan ruang (Salam dkk, 2020).

b. Prinsip Desain

Salam dkk (2020) menyatakan bahwa dalam melakukan penyusunan, prinsip rupa menjadi hal yang sangat diperhatikan untuk mencapai kesatuan harmoni. Berikut merupakan prinsip-prinsip desain, diantaranya :

- Kesatuan (*Unity*)
- Keseimbangan (*Balance*)
- Proporsi (*Proportion*)
- Irama (*Rhythm*)
- Pusat Perhatian (*Center of Interest*)
- Kontras (*Contrast*)

c. Teknik SCAMPER

Teknik SCAMPER ditemukan dan dicetuskan oleh Alex Osborn lalu kemudian dikembangkan oleh Bob Eberle sehingga menjadi sebuah singkatan, teknik SCAMPER didasarkan pada gagasan. Gagasan bahwa segala sesuatu yang baru merupakan modifikasi atau inovasi dari sesuatu yang sudah ada. Dimana mengubah atau memodifikasi suatu objek menjadi suatu objek baru (Michalko dalam Esa, 2020). Teknik SCAMPER merupakan proses kreatif yang didalamnya terdapat modifikasi, inovasi, dan perbaikan, membuat suatu produk menjadi lebih inovatif. SCAMPER merupakan singkatan dari *Subtitute, Combine, Adapt, Modify, Put Another Use, Eliminate, Reverse*

yang mengacu pada proses berfikir (Esa, 2020).

d. *Local Brand*

Zhou, Yang dan Hui, (2010) mendefinisikan bahwa *local branding* merupakan sebuah merek yang berada pada suatu negara atau didalam sebuah kawasan geografis. Artinya *local branding* merupakan sebuah merek yang dikenal atau hanya dipasarkan di suatu negara atau wilayah, tetapi tidak dipasarkan di negara atau wilayah lain.

e. Motif

Motif adalah pola yang terdiri dari garis atau elemen yang berbeda, yang terkadang sangat dipengaruhi oleh bentuk benda alam yang distilisasi dengan gaya dan karakteristiknya sendiri (Suhersono, 2004). Secara visual terlihat bahwa motif menggambarkan beragam flora, fauna, bangunan dan simbol-simbol alam yang diwujudkan dalam bentuk gambar taman di atas sehelai kain lebar. (Winarno, 2017).

f. Teknik Rekalatar

Teknik rekalatar atau *surface design* adalah menciptakan, merancang, dan membuat sesuatu bentuk motif yang berbentuk dua dimensi, warna, serat, dan jenis kain diatas permukaan kain, semuanya dikomposisikan secara sistematis. *Digital printing* merupakan teknik mencetak tinta diatas media berupa bahan atau media lain sesuai dengan bentuk yang dibutuhkan, biasanya *digital printing* oleh sebuah mesin *print laser* atau *inkjet* (Daniel, 2017).

Istilah bordir yang diambil dalam bahasa inggris *embroidery* yang berarti sulaman, Bordir didefinisikan sebagai kerajinan dekoratif (untuk aksesoris pakaian) yang berfokus pada keindahan dan komposisi warna benang kain yang berbeda dengan menggunakan mesin jahit (mesin jahit bordir) atau mesin jahit bordir komputer (Suhersono, 2006).

Hasil Wawancara

Dalam proses wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data terkait *brand Crazy Little Party Club*, jenis-jenis motif dan pembuatannya, tren pakaian anak, perkembangan desain dan produk pada pakaian ibu dan anak serta penerapan teknik yang akan digunakan pada produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak. Wawancara dilakukan bersama beberapa narasumber sebagai berikut :

1. *Pemilik brand Crazy Little Party Club*, yaitu Diza Diandra, yang bertujuan untuk mendapatkan data-data terkait perkembangan *brand Crazy Little Party Club*.
2. *Designer motif dan pakaian anak*, yaitu Fahira Bilqis Averoussina yang bekerja di *Brand Pop Kidswear*, bertujuan untuk mendapatkan data terkait tren pakaian anak serta perkembangan produk pada pakaian ibu dan anak.
3. *Pattern Designer* yaitu The Baby Birds, yang bertujuan untuk mendapatkan data terkait jenis dan konsep pembuatan motif atau *pattern*.

No.	Narasumber	Hasil Wawancara
1.	Diza Diandra	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Lifestyle brand</i> berbasis desain dan ilustrasi sesuai permintaan <i>klien</i> dengan pengerjaan produk <i>custom</i>. b. Karakteristik <i>brand</i> yaitu <i>playful, colorful, retro, color blocking, pattern, meaningful</i> dan <i>creative</i>. c. Pemilihan warna <i>Crazy Little Party Club</i> yaitu mengarah pada <i>pop color</i> dan <i>color blocking</i>. d. <i>Brand Crazy Little Party Club</i> mempunyai <i>goals</i> dalam mengembangkan produk fashion <i>ready to wear</i>, yaitu pakaian <i>unisex</i> serta pakaian ibu dan anak. e. Motif <i>brand Crazy Little Party Club</i> yaitu berbentuk abstrak, organis, geometris, floral, dan fauna.
2	Fahira Bilqis Averoussina	<ul style="list-style-type: none"> a. Tren pakaian anak pada tahun 2023 menggunakan warna pastel dan <i>vibrant</i>, dengan penempatan konsep <i>pattern</i> yang <i>playful</i> dan motif yang imajinatif. b. Poin penting dalam perancangan produk pakaian anak pada saat memilih bahan dan menentukan potongan produk yaitu mempertimbangkan kenyamanan dari anak, material, harga, ruang gerak anak, fungsi dan <i>value</i> dari produk tersebut.

*lanjutan tabel

No.	Narasumber	Hasil Wawancara
3	<i>Thebabybirds</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Dalam pembuatan motif, sebuah konsep cerita merupakan satu hal yang penting. b. Setiap <i>brand</i> yang menerapkan motif ke dalam produknya memiliki <i>story telling</i> masing-masing dalam menuangkan karakter/inspirasi yang didapatkan dari isu/perkembangan tren saat ini.

Hasil Observasi

Metode observasi ini dilakukan pada bulan Oktober 2022 hingga November 2022, bertujuan untuk mengumpulkan data terkait jenis-jenis motif, pemilihan warna, material, *siluet cutting*, harga serta inspirasi dan komposisi motif yang banyak digunakan pada produk *local brand* Indonesia.

a. Observasi Lapangan

Observasi Lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data dengan metode observasi yang dilakukan secara langsung langsung ke pusat perbelanjaan yaitu Mall 23 Paskal dengan mengunjungi beberapa *brand* yang ada seperti, ZARA, *Gingersnaps*, dan H&M pada tanggal 21 Oktober 2022. Serta mengunjungi pusat *local brand* store yaitu *Happy Go Lucky* pada tanggal 21 Oktober 2022 dan *event Brightspot Market* yang terdapat di Jakarta pada tanggal 06 November 2022. Pada *brand-brand* yang terdapat di Mall 23

Paskal dapat disimpulkan bahwa :

- Secara keseluruhan menggunakan warna *bright color* atau warna-warna pastel dengan inspirasi motif dari bentuk floral.
- Penerapan tekniknya kebanyakan menggunakan teknik *digital printing* dengan komposisi motif *full pattern*, dan beberapa produk anak lainnya dengan detail bordir atau *laser cut* untuk menambah elemen produk.
- Pemilihan bahan selain menggunakan katun, beberapa produknya menggunakan bahan campuran dengan *polyester*.

b. Observasi *Online*

Observasi *online* dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati dan menganalisis *local brand* dan internasional *brand* melalui *website* dan media sosial. Setelah melakukan observasi *online* dengan menganalisis *website* dan media sosial dari beberapa internasional *brand*, yaitu *Bobo Choses*, dan *Tiny Cottons* yang memiliki pengembangan produk serupa dengan tujuan penelitian penulis disimpulkan bahwa :

- pemilihan warna yang dipakai menggunakan *color-blocking*.
- Inspirasi motif berasal dari bentuk geometris dan floral.
- Komposisi motifnya tersusun dengan pengaplikasian *full pattern* menggunakan teknik *digital printing*.
- Pada *brand* internasional, pemilihan bahan/material jauh lebih detail dan memiliki campuran bahan katun yang beragam

jenisnya untuk membuat jenis produk seperti, *dress*, *jumpsuit* hingga *one set*.

Analisa Perancangan

Berdasarkan hasil observasi dan diperkuat dengan data hasil wawancara, perancangan produk pakaian Ibu dan anak memiliki peluang setelah melihat hasil observasi langsung melalui Jakarta fashion Week 2023, saat ini tren pakaian sarimbit yaitu ibu dan anak mulai beragam seiring berkembangnya tren. Terlihat pada *brand* Cotton Ink yang menampilkan karyanya yang berkolaborasi dengan beberapa *brand lokal* dengan mengangkat tema *Playground of Dreams* yang menampilkan *outfit* serasi untuk Ibu.

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik *brand* mitra terkait, dapat diketahui *brand Crazy Little Party Club* merupakan *lifestyle brand* berbasis *pattern* dan ilustrasi desain yang memiliki karakteristik *playful*, *retro*, *color-blocking*, *pattern* dan *meaningful*.

Kemudian setelah melakukan wawancara bersama *designer* motif dan pakaian anak, dapat diketahui saat ini pakaian anak yang diminati pasar konsumen menyukai jenis pakaian yang memiliki motif yang disukai anak, mulai dari karakter cartoon, *animals*, *floral*, hingga penggunaan warna *vibrant*. Motif yang cocok untuk anak adalah motif dengan rasio *item pattern* yang tidak terlalu besar, dan menyesuaikan dari bentuk produk pakaian anak tersebut. Jenis motifnya seperti motif hewan, tumbuhan dan sesuatu yang ada disekitar anak-anak seperti mainan, yaitu balok dan lego serta coret gambar anak-anak.

Produk akhir yang akan dihasilkan adalah produk pakaian *ready-to-wear* untuk ibu dan anak, dengan siluet produk seperti *one set*, *vest*, dan *dress* untuk koleksi terbaru *brand Crazy Little Party Club*. Perancangan komposisi motif menggunakan penerapan dengan teknik reka latar, yaitu *digital printing* dan bordir sesuai dengan karakter *brand Crazy Little Party Club* yang *playful*, *retro*, *color blocking*, dan *pattern*. Visualisasi bentuk motif berupa geometris ke dalam produk pakaian Ibu dan Anak berdasarkan karakter desain *brand Crazy Little Party Club*. Pemilihan warna yang sesuai identitas *brand Crazy Little Party Club* yaitu mengarah pada *vibrant* dan *color-blocking*.

Penentuan Target Market

Target market yang dituju pada penelitian ini untuk perancangan produk pakaian *ready to wear* yaitu para ibu yang memiliki anak perempuan berumur 5-8 tahun. Ibu dan anak yang memiliki berbagai aktivitas bersama seperti saat jalan-jalan ke Mall atau taman bermain bersama sang anak.

Target market yang didapat melalui wawancara bersama *brand Crazy Little Party Club*, yaitu :

a. Segmentasi Demografis

- Gender Ibu : Perempuan
- Usia Ibu : 28 – 35 Tahun
- Pekerjaan : Ibu rumah tangga, *businesswoman*, *Entertrainer*, Musisi.
- Pendapatan : 8.000.000-15.000.000/bulan
- Gender Anak : Perempuan

- Usia Anak : 5-8 Tahun

b. Segmentasi Demografis

Kota-kota besar di Indonesia seperti Bandung, Jakarta & Yogyakarta.

c. Segmentasi Psikografis

- Seorang Ibu yang senang menghabiskan waktu dengan anaknya.
- Menyukai warna-warna cerah dan *vibrant* serta memiliki ketertarikan pada motif/*pattern*.
- Berani tampil beda dari yang lain.
- Menyukai *art* dan *design*, *indie music*, *retro style*, *vintage style*, serta membuat *crafting*.
- Ibu yang memiliki hobi *travelling* dan *hangout* dengan anaknya dengan mengunjungi tempat wisata dan hiburan seperti, taman bermain, piknik di tengah taman kota, dan pusat perbelanjaan/Mall.
- Anak yang menyukai aktivitas *outdoor*, dan memiliki kepribadian yang *cheerful*, tertarik dengan hal baru, dan percaya diri.
- Menyukai *icon figure* seperti, Diana Rikarsi, Atjilaynaa, Andien, dan Patricia Citra.

Perancangan

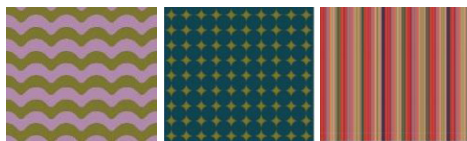
Tahap perancangan dimulai dengan membuat *moodboard* yang sesuai dengan hasil analisa perancangan untuk kemudian menjadi acuan untuk perancangan desain dengan metode *SCAMPER*. Konsep dari penelitian ini mengembangkan ciri khas dan karakteristik dari *brand Crazy Little Party Club* yaitu menggunakan penerapan motif/*pattern* geometris dan floral dengan karakter *pattern* yang *color-blocking*, *retro*, *playful*, dan *fun*. Pengolahan teknik pada perancangan ini menggunakan kombi-

nasional teknik *digital printing* sebagai teknik yang paling cocok untuk penerapan motif pada *brand* dan penambahan teknik bordir.



Gambar 1. Moodboard "Peek-A-Boo!"
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

a. Hasil Eksplorasi Motif



Gambar 2. Motif Terpilih
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Terdapat tiga desain motif terpilih milik *brand Crazy Little party Club* yang sesuai dengan analisa dan konsep perancangan. Eksplorasi komposisi motif berupa *test print* dengan menggunakan teknik *digital printing* pada kain katun, *callatea*, dan *baby terry* yang memiliki karakteristik material kain yang adem, tidak transparan, nyaman digunakan untuk beraktivitas dan mudah menyerap keringat.

b. Hasil Eksplorasi Teknik Bordir

Berikut merupakan hasil eksplorasi bordir terpilih berdasarkan hasil observasi dan analisa *brand* untuk diaplikasikan pada rancangan produk pakaian *ready-to-wear* Ibu dan Anak.

Tabel 1. Hasil Eksplorasi Teknik Bordir

No	Eksplorasi	Jenis Kain	Analisa
		Rayon	Menghasilkan bordiran yang kuat dan rapi. Tekstur kain rayon tidak berubah atau mengerut.
		Katun	Menghasilkan bordiran yang kuat dan rapi. Tekstur kain katun tidak berubah atau mengerut.
		Baby Terry	Menghasilkan bordiran yang kuat dan rapi. Tekstur kain sedikit mengerut.
		Katun	Motif garis-garis cocok diaplikasikan dengan penambahan elemen bordir diatasnya dan dapat juga ditambahkan sebagai bordir pinggiran
		Callatea	Motif geometris berupa lingkaran ini cocok diaplikasikan dengan penambahan elemen bordir pinggir di setiap sisi kain.
Jenis Bordir : Mesin Bordir Manual			

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

c. Perancangan Desain Menggunakan Metode SCAMPER

Terdapat 2 desain terpilih untuk produk akhir atas pertimbangan dari Ibu Diza Diandra sebagai pemilik *brand Crazy Little Party Club*, dengan tetap berdasarkan pertimbangan pada konsep perancangan, *image board*, dan karakteristik *brand Crazy Little Party Club*.

Tabel 2. Perancangan Desain dengan Metode SCAMPER

No	Desain
1	
<p>Adapt : Mengadaptasi bentuk vest anak berdasarkan <i>image board</i>. Adapt : Mengadaptasi bentuk saku pada celana anak berdasarkan <i>image board</i>. Adapt : Mengadaptasi bentuk <i>collar</i> berdasarkan <i>image board</i>. Substitute : Mengubah bentuk kemeja anak pada <i>image board</i> menjadi celana panjang Ibu. Substitute : Mengubah bentuk vest pada <i>image board</i> menjadi sebuah kemeja Ibu.</p>	
2	
<p>Modify : Menambahkan collar pada kerah Ibu berdasarkan <i>moodboard</i>. Modify : Mengubah bentuk <i>skirt</i> dan <i>blouse</i> dengan vest pada <i>moodboard</i> menjadi <i>dress</i> dengan vest yang menyatu untuk anak. Adapt : Mengadaptasi bentuk <i>collar</i> anak sesuai <i>image board</i>. Adapt : Mengadaptasi bentuk lengan <i>balloon</i> sesuai <i>image board</i></p>	

C. Desain Terpilih

Untuk penentuan desain final, peneliti melakukan diskusi bersama pemilik *brand Crazy Little Party Club* yaitu Ibu Diza Diandra, dengan tujuan untuk memilih perancangan desain akhir terpilih, penggabungan motif akhir terpilih, dan pemilihan teknik eksplorasi yang tepat untuk dimasukkan ke dalam rancangan produk untuk diproduksi selanjutnya. Selanjutnya, melakukan asistensi desain akhir terpilih kepada pemilik *brand* untuk selanjutnya di produksi. Terdapat dua koleksi desain yang terbagi menjadi Set A dan Set B.



Gambar 3. Koleksi Desain Akhir Terpilih
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

D. Visualisasi Produk Akhir



Gambar 4. Koleksi Busana SET A dan SET B
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

Adanya fenomena *local brand* berupa produk fashion yang menampilkan berbagai kualitas

dan keunikannya. Salah satu keunikan produk fashion yang dikembangkan *local brand* adalah penerapan inspirasi motif geometris pada produk. Sehingga, hal ini menjadi peluang bagi *brand Crazy Little Party Club* untuk mengembangkan variasi produk berupa pakaian *ready-to-wear* Ibu dan anak berdasarkan hasil observasi dengan penerapan motif geometris pada produknya. Peluang bagi *brand Crazy Little Party Club* dalam mengembangkan variasi produk fashion, yaitu pengembangan produk pakaian *ready-to-wear* Ibu dan Anak berupa satu set pakaian, yaitu atasan dan bawahan dengan siluet produk berupa *vest*, *kemeja* dan celana, serta *dress*.

Menghasilkan perancangan teknik reka latar dengan pengembangan komposisi motif repetisi. Berdasarkan identitas dari *brand Crazy Little Party Club* yang memiliki karakter motif *playful*, *retro*, *color-blocking*, *pattern*, dan *meaningful* serta hasil observasi, teknik reka latar yang berpotensi untuk diterapkan ke dalam produk pakaian Ibu dan Anak adalah teknik *digital printing* dan bordir, seperti yang tertulis dalam batasan masalah. Teknik *digital printing* merupakan teknik yang efektif dalam menggambarkan visual dari karakter motif *brand* diatas permukaan kain dan aman diterapkan oleh produk anak, serta penambahan teknik bordir dengan memvisualisasikan bentuk motif geometris dan floral yang terinspirasi dari ragam motif aset milik *Crazy Little Party Club* menggunakan pemilihan warna-warna retro

color- blocking tahun 1970 seperti hijau *olive*, ungu *lilac*, biru *tosca*, merah muda, dan kuning.

Mengetahui cara pengaplikasian teknik reka latar yang memiliki karakter dan ciri khas masing-masing dalam meningkatkan nilai suatu produk fashion. Pada penelitian ini penempatan motif pada teknik *digital printing* secara penuh dan pada penempatan di bagian tertentu, serta pada teknik bordir menggunakan penempatan bordir hias pinggir (tepi) dan penempatan bordir hias pada sudut.

Beberapa hal yang didapatkan atau dipelajari dari pembuatan pakaian Ibu dan anak adalah pemilihan bahan atau material yang memiliki karakter adem, tidak transparan, nyaman saat digunakan oleh anak, terbuat dari bahan organik tanpa adanya campuran *polyester* atau sedikit kandungan *polyesternya*. Kemudian memiliki sifat bahan yang lentur, *stretch*, lembut, dan mudah menyerap keringat saat anak beraktifitas sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Bastaman, W.N.U., Syafii, A.S.H., & Febriani, R. (2021). *Periodisasi perkembangan fashion brand lokal di Bandung tahun 1994–2018*. *Dinamika Revolusi Industri 4.0: Transformasi Teknologi Digital dan Evolusi Budaya* – Wulandari dkk (eds).
- Cahyati, H., Muin, A., & Musyrifah, E. (2018).

Efektivitas Teknik SCAMPER dalam Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Siswa. *Journal of Medives: Journal of Mathematics Education IKIP Veteran Semarang*, 2(2), 173-182.

- Putri, D. H. M., Syarif, N., & Pusporini. (2021). *Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Lokal*. From: <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/1718/1215>.

- Tjunggono, L., & Asthararianty. (2022). *Perancangan Motif Botanical Watercolor dengan Teknik Digital Printing*. Vol.1 From : <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12247/10736>

Prosiding Simposium (Online)

- Harfiansyah, M. F., & Djuwita, A. (2021). *Motif Penggunaan Brand Lokal di Kalangan Generasi Milenial*. From : *eProceedings of Management*, 8(2).
- Putri, F. R., & Sunarya, Y. Y. (2021). *Study of Creative Visual Adaptation in Global Kids- Wear Trends as Modest Fashion*. From: <https://gcs.itb.ac.id/proceeding-igsc/index.php/igsc/article/download/44/39/>

Buku

- Budiyono, dkk. (2008). *Kriya Tekstil*. Jilid 2. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional.

Putri, Bastaman, Ramadhan

Perancangan Busana Ready-To-Wear Ibu Dan Anak Dengan Aplikasi Teknik *Digital Printing* Dan Teknik Bordir Sebagai Pengembangan Produk *Local Brand Crazy Little Party Club*

Suhersono, H. (2006) *Buku Motif Flora dan Fauna Nusantara*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sukanto, D. (2003) *Memfaatkan Waktu Luang Membuat Busana Anak*. Jakarta: Kawan Pustaka.

Yuliarma (2016). *The Art of Embroidery Designs*. Jakarta: PT. Gramedia.

Situs Internet (website)

Hutasoit, Adelia. (2022). *Runway Jakarta Fashion Week 2023, COTTONINK Hadirkan Koleksi Busana untuk*

Ibu Muda dan Anak Konsep Gaya Kasual. From : <https://era.id/fashion>

Maon. (2019). *Sejarah Bordir atau Sulaman. Makara Etnik*. From : <https://makaraetnik.com/sejarah-bordir-atau-sulaman/>

Nuraini, Desyinta. (2022). *Geliat Produk Lokal, 15 Brand Dapat Penghargaan dari Hypefast*. From : <https://hypeabis.id>.

Winto, F. R. (2021). *Produk Lokal Fashion Indonesia Mulai Digemari Masyarakat*. From : [Investor.id](https://investor.id)