

PERANCANGAN BUSANA *CONVERTIBLE* UNTUK BRAND VOLATILE

Felicia Setiawan

Paulina Tjandrawibawa

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Perancangan ini dilakukan untuk mengenalkan koleksi busana *convertible* milik Brand Volatile yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan fashion anak muda yang aktif dan memiliki mobilitas tinggi. Mereka adalah tipe konsumen yang membutuhkan pakaian yang praktis dan multifungsi. Brand Volatile hadir untuk menawarkan koleksi busana *convertible clothing*, dimana satu busana mampu menghadirkan lebih dari satu gaya sehingga konsumen dapat merubah penampilan mereka dengan cepat dan praktis.

Kata kunci: *convertible*, praktis, fesyen.

ABSTRACT

The collection is created to introduce convertible clothing owned by Volatile brand. Young people are physically active and visit several places in one day due to their activity. Therefore, Volatile brand provides a solution to above type of consumers who need practical clothing by creating multifunction convertible clothing. Volatile clothes can give more than one look in which consumers can change their look in short time.

Keywords: *convertible*, practical, fashion.

PENDAHULUAN

Fashion di era globalisasi menjadi kebutuhan karena pakaian menjadi salah satu kode atau cara untuk mengekspresikan aspek-aspek penting, seperti umur, jenis kelamin, status, pekerjaan, dan ketertarikan seorang individu dalam *fashion* (Davis, 1992). Salah satu pasar *fashion* yang berkembang di era globalisasi ini adalah pakaian *fashion* untuk kalangan anak muda. Di abad ke-21 ini, masa muda dianggap sebagai tahap penting dalam hidup, waktu untuk mengekspresikan diri dan bereksperimen sebelum menikah, menjadi orang tua, dan bekerja (Brunell and Paris, 2011). Perkembangan pola hidup yang serba cepat dan instan turut menyebabkan anak muda menjadi tipe konsumen yang aktif dan membutuhkan mobilitas yang tinggi. Hal ini dikarenakan banyaknya kegiatan sehari-hari yang dilakukan secara beruntun dengan jeda waktu yang singkat.

Brand Volatile hadir dengan menawarkan produk *convertible clothing* yang *fashionable* dan mengikuti tren tetapi juga memiliki beberapa pilihan desain atau pun fungsi dalam satu produk pakaian, sehingga konsumen dapat merubah penampilan mereka dengan cepat dan praktis.

Adapun target konsumen dari brand Volatile adalah wanita berusia 20-27 tahun yang *fashionable*, mengikuti tren fashion melalui media sosial dan internet, peduli dengan penampilan, modern dan berdomisili di kota-kota besar di Indonesia.

Oleh sebab itu, Volatile dalam merancang *convertible clothing* juga akan mengikuti tren sehingga target konsumen akan lebih tertarik untuk mencoba. Pakaian *convertible* juga memiliki nilai lebih karena memberikan nilai tambah ekonomis (*value for money*) dan efisiensi desain sehingga konsumen dapat berhemat dengan membeli dua atau lebih desain atau fungsi pakaian dalam satu pakaian. Kedua hal ini diharapkan mampu menggaet calon konsumen untuk mencoba brand Volatile.

HASIL RISET DAN KONKLUSI

Dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif didapatkan data bahwa koleksi pakaian *convertible* yang paling cocok untuk brand Volatile adalah pakaian yang simpel dengan gaya *casual sporty* dengan warna-warna yang mudah dipadupadankan dengan warna lainnya.

Untuk segi teknik pakaian, menggunakan teknik yang tidak rumit tetapi dapat memberikan efek tampilan berbeda. Teknik yang dapat digunakan adalah teknik modular dan *reversible*. Pemakaian bahan dalam koleksi ini juga harus diperhatikan, karena banyaknya responden yang memperhatikan desain dan kualitas bahan dalam membeli sebuah produk *fashion*. Selain itu, dapat disimpulkan pula dalam mendesain pakaian *convertible* harus dapat mengaplikasikan prinsip dan elemen desain dengan baik sehingga menimbulkan keharmonisan dalam busana.

Dari hasil observasi, didapatkan data bahwa target konsumen yang cocok untuk Volatile adalah wanita muda yang aktif dengan mobilitas yang tinggi, sehingga mereka membutuhkan pakaian *convertible* yang memberikan tampilan berbeda tanpa mengganti pakaian. Dari pengelompokan konsumen, ditargetkan Volatile untuk wanita berusia 20-27 tahun, antara mahasiswa atau sudah bekerja dengan tingkat ekonomi menengah keatas. Secara teori VALS, konsumen Volatile termasuk

dalam tipe *experiencers* yang aktif, impuls dalam berbelanja dan sangat memperhatikan penampilan mereka sehari-hari. Maka dari itu, Volatile harus dapat menyediakan koleksi pakaian *convertible* yang mengikuti tren, *stylish*, dan praktis.

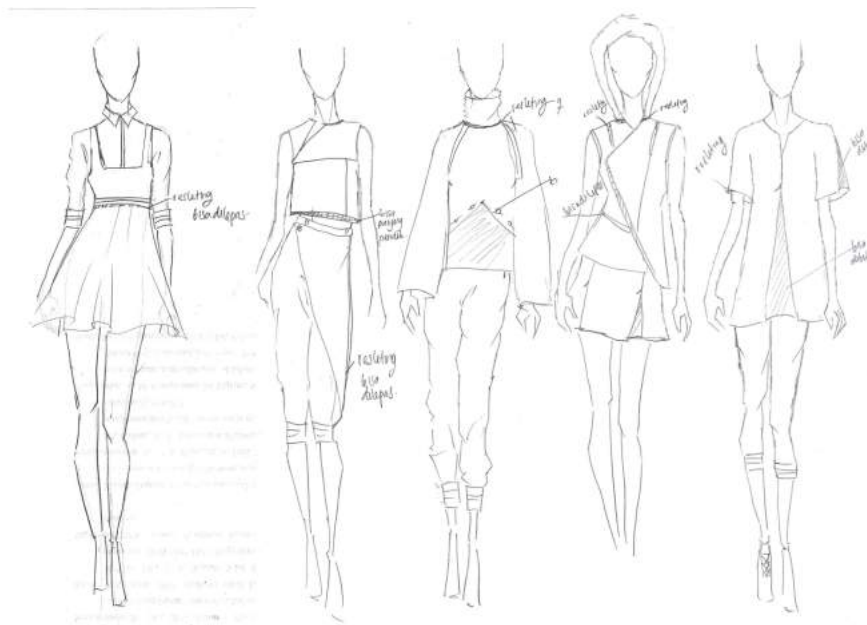
SOLUSI DESAIN

Volatile akan meluncurkan koleksi pakaian *convertible* yang berjudul *PLAY* pada *season Spring/Summer 2017*. Target market dari koleksi ini adalah wanita muda yang berumur 20-27 tahun yang aktif dan *stylish*. Rata-rata harga untuk koleksi ini dimulai dari Rp 399,000 – Rp 999,000.

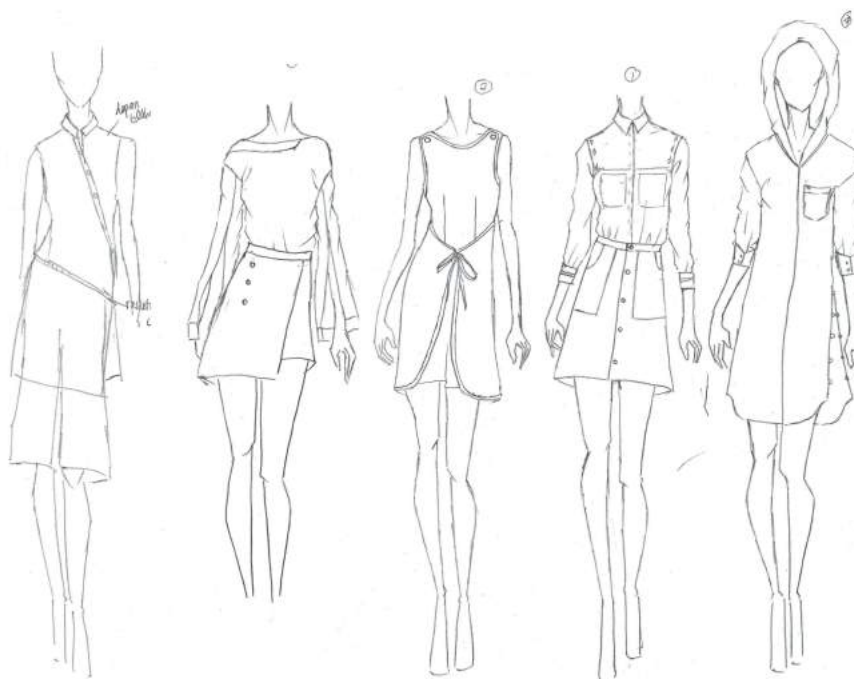
Desain koleksi *PLAY* ini memiliki gaya desain yang simpel, kasual-sporty dengan siluet H dan O. Untuk warna, koleksi ini didominasi dengan warna-warna lembut, seperti merah muda, putih, abu-abu muda, dan biru muda denim. Bahan yang digunakan untuk koleksi ini antara lain, katun, katun *jersey*, *neoprene*, linen, wool, dan denim. Dari 12 pilihan desain, akhirnya dipilih lima desain akhir, dan satu desain untuk diproduksi menjadi *prototype*, yaitu desain kemeja dan rok-celana.



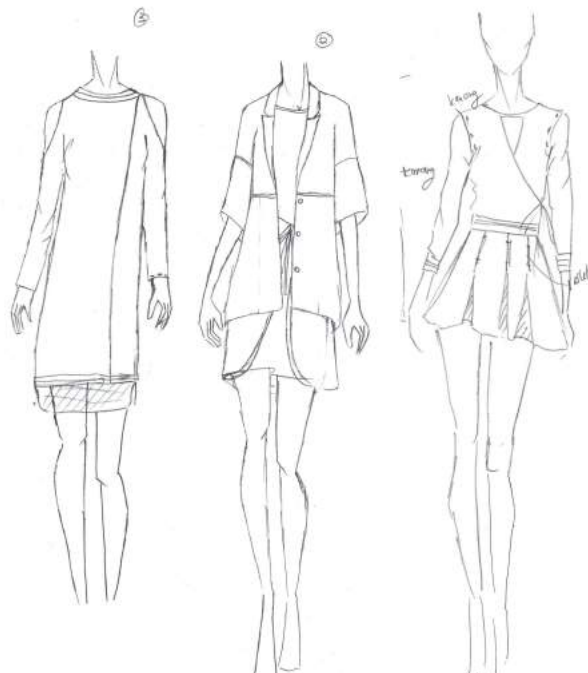
Gambar 1 Moodboard
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



Gambar 2 Gambar Ilustrasi koleksi *PLAY*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



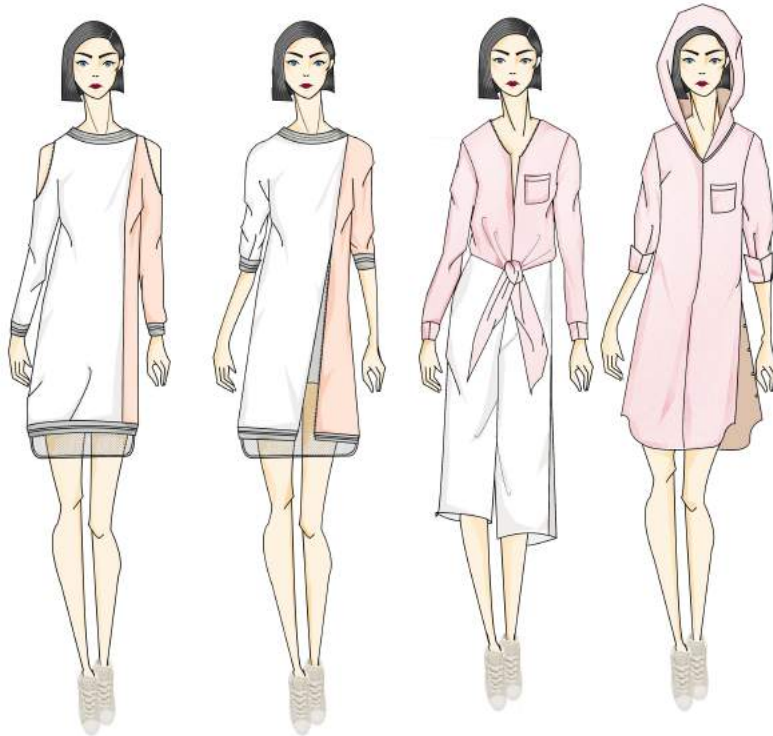
Gambar 3 Gambar Ilustrasi koleksi *PLAY*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



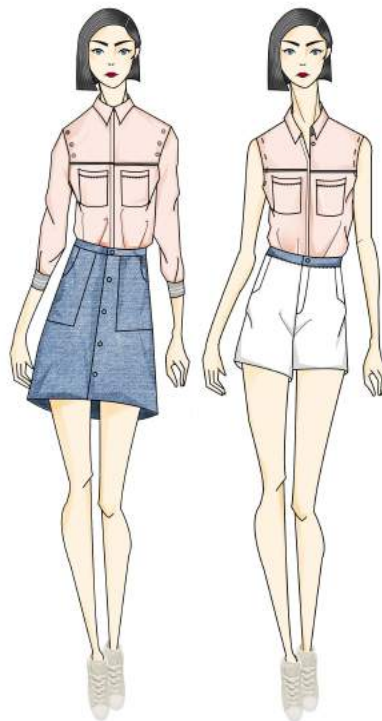
Gambar 4 Gambar Ilustrasi koleksi *PLAY*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



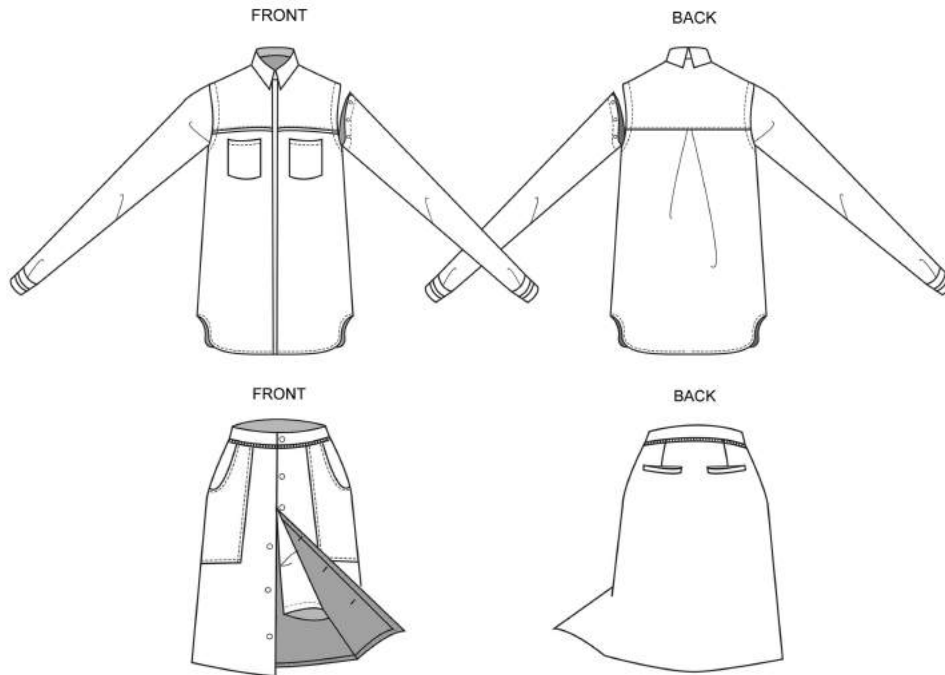
Gambar 5 Gambar Ilustrasi koleksi *PLAY*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



Gambar 6 Gambar Ilustrasi koleksi *PLAY*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



Gambar 7 Gambar Ilustrasi koleksi *PLAY*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)



Gambar 8 Gambar teknis koleksi *PLAY*
 Sumber: Dokumentasi perancang (2016)

PENUTUP

Penulis berusaha menjawab kebutuhan wanita muda yang memiliki berbagai aktifitas dan mobilitas tinggi dalam kegiatan sehari-hari dengan merancang busana *convertible*. Busana *convertible* memiliki keunggulan dalam kepraktisan karena satu pakaian mampu menghasilkan lebih dari satu gaya. Brand Volatile dalam penciptaan koleksi tidak hanya mengunggulkan segi kepraktisan namun juga segi *fashionable* karena mengikuti perkembangan trend. Diharapkan kombinasi kedua segi tersebut mampu menarik target market yang dituju.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, Fred. 1992. Fashion, Culture, and Identity. Chicago : University of Chicago Press
- Fletcher, Kate. 2008. Sustainable Fashion and Textiles : Design Journeys. London : Earthscan.
- Forman-Brunell, Miriam & Paris, Leslie. 2011. The Girls' History and Culture Reader : The Twentieth Century. Urbana, Chicago, and Springfield : University of Illinois Press.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. 2010. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. Eleventh Edition. New York : McGraw-Hill.
- Hethorn, J., & Ulasewicz, C. 2008. Sustainable fashion: Why now? A conversation exploring issues, practices, and possibilities. New York, NY: Fairchild Books.
- Maslow, Abraham. 1954. Motivation and Personality. New York : Harper
- <https://www.strategicbusinessinsights.com/vals/utsypes/shtml>
- Joel J. Davis. *Penelitian Periklanan Teori & Praktik*, 2013.