

PERANCANGAN PAKAIAN FORMAL CONVERTIBLE UNTUK BRAND PRIM & PROPER YANG DITUJUKAN KEPADA WANITA KARIR

Melisa Wibisono

Rahayu Budhi Handayani S.Sn

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

"Perancangan Pakaian Formal *Convertible* Untuk *Brand Prim&Proper* Yang Ditujukan Kepada Wanita Karir Indonesia" ini membahas mengenai proses produksi pakaian wanita dengan konsep *convertible* dalam membantu aktifitas maupun gaya hidup wanita karir Indonesia. Hal ini terkait dengan kebutuhan wanita karir di era globalisasi yang padat dan mengharuskan mereka untuk memaksimalkan efektifitas waktu sekaligus memperlihatkan penampilan yang profesional dengan menyesuaikan aktifitas dan acara yang berlangsung. Dengan adanya konsep *convertible fashion* akan memberikan kemudahan dan efektifitas waktu tanpa mengurangi estetika pakaian keseharian yang nyaman dan mudah dipakai.

Kata kunci: Convertible, Fashion, Karir, Pakaian, Wanita

ABSTRACT

"*Designing Convertible Formal Clothes For Prime & Proper Brand Made for Indonesian Career Women*" is about the production process of women's clothing with the concept of a convertible in helping the activities and lifestyle of Indonesian career women. This is related to the needs of career women in this dense era of globalization that requires them to maximize the effectiveness of time as well as show a professional appearance by adjusting the activities and events that take place. With the concept of a fashion convertible, it will provide the ease and effectiveness of time without reducing the aesthetics of everyday clothes which still comfortable and easy to use.

Keyword: Career, Clothing, Convertible, Fashion, Women

PENDAHULUAN

DKI Jakarta sebagai salah satu contoh kota metropolitan, sekaligus menjadi ibukota Negara Republik Indonesia. Saat ini, Jakarta menjadi pusat perekonomian di Indonesia, karena lebih dari 70% uang Negara beredar di Jakarta. Sebagai pusat ekonomi, Jakarta menjadi sangat kompetitif, dimana pria dan wanita sama-sama bekerja untuk memenuhi tuntutan hidup. Didampingi dengan perkembangan jaman dan emansipasi wanita, maka timbul fakta bahwa wanita dewasa muda memilih untuk berkarir. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei *Accenture*, salah satu perusahaan konsultan manajemen dan layanan teknologi memaparkan hasil survei mengenai wanita karir di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Terdapat sebanyak 42% wanita di Indonesia yang memilih bekerja dibandingkan harus tinggal diam di rumah, meskipun mereka tidak memiliki masalah finansial. Sehingga, tak terelakkan bahwa sosok wanita karir kini kian populer, dimana jumlah persentase wanita lebih banyak berkarir dibanding pria (Megan Hime, 2012). Menurut data resmi statistik Badan Pusat Statistik, jumlah wanita karir di DKI Jakarta lebih banyak bila dibandingkan dengan jumlah pekerja pria di Jakarta. Pada data yang diambil bulan Februari tahun 2013, terdapat diantaranya penduduk dengan usia 15 tahun ke atas yang telah bekerja dengan jumlah 5.163.950 jiwa. Dimana 53,27% atau 2.750.836 jiwa diantaranya berjenis kelamin perempuan.

Dalam berkarir, wanita yang menekuni pekerjaan di kantor atau berhubungan dengan orang banyak seperti *public relation*, dosen seni, dan lainnya, cenderung memperhatikan etika busana dan penampilannya dengan alasan agar terlihat nyaman dan percaya diri saat berhadapan dengan rekan bisnis. Selain memberikan kepercayaan diri, penampilan juga menunjukkan identitas individu dan menunjukkan level status (Rini Ermawati, 2008). Walaupun terlihat sebagai suatu hal yang sederhana, namun faktor tersebut juga turut menunjang keberhasilan suatu hasil bisnis. Pernyataan tersebut didasari oleh penelitian Albert Mehrabian dalam bukunya "*Enhancing Personal Quality*" (2004) yang mengungkapkan bahwa sebanyak 55% kesan pertama ditentukan secara visual oleh penampilan, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah. Berdasarkan beberapa realitas tersebut, wanita karir sering dihadapkan pada suatu permasalahan yang kompleks. Dimana mereka diharuskan untuk memberikan tanggung jawab dalam pekerjaan dan kinerja yang profesional dengan memaksimalkan efektifitas waktu sebaik mungkin sesuai dengan acara, waktu dan kebutuhan yang berbeda. Contohnya adalah *meeting* dalam ruangan kantor, memantau proyek lapangan, istirahat makan siang bahkan acara *dinner* ataupun bertemu teman waktu malam hari. Pernyataan tersebut didukung juga oleh data survei dari *Dating.com*, yang menyatakan bahwa sebanyak 72% dari 1000 wanita, lebih memilih untuk tidak menggunakan pakaian kantornya setelah jam kantornya usai dan akan bersosialisasi di acara lainnya. Maka dari itu, untuk menunjang gaya hidup wanita karir yang padat dibutuhkan sebuah pakaian *convertible* dengan nilai dan fungsi pakaian yang dapat mendukung gaya hidup dari wanita karir tersebut.

Melihat adanya peluang bisnis sekaligus untuk menuangkan hobinya dalam bidang *fashion*, Melisa Wibisono selaku pemilik sekaligus desainer dari *brand* Prim&Proper, yang telah berdiri sejak tahun 2015. *Brand* Prim&Proper menawarkan pakaian dengan kombinasi teknik *convertible*, yakni pakaian yang dapat dikenakan dengan nyaman dan dapat digunakan dalam beberapa cara, seperti mengubah dalam bentuk pakaian lain dan dapat mengubah kembali ke dalam bentuk semula dengan

mengubah beberapa komponennya. Kombinasi antara pakaian formal keseharian dengan teknik *convertible* bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para wanita karir dalam memaksimalkan efektifitas waktu dan penampilan mereka sesuai dengan waktu, kondisi dan acara yang dituju.

Rumusan masalah yang ditemukan adalah bagaimana merancang produk *fashion* yang dapat menunjang *lifestyle* wanita karir Indonesia dengan mengaplikasikan konsep *convertible* untuk produk *fashion* dari *brand* Prim & Proper. Perancangan tugas akhir ini tidak lepas dari tujuan dan manfaat, yaitu menciptakan desain *fashion* untuk wanita karir muda yang dapat menunjang kredibilitas dalam karirnya dengan memaksimalkan efektifitas waktu dan penampilannya, menciptakan desain *fashion* yang sesuai dan bernilai jual bagi *brand* Prim&Proper, menciptakan kebaruan dalam hal *lifestyle*, dimana wanita karir Indonesia dalam kesibukannya dapat memaksimalkan efektifitas waktu sekaligus memberikan berbagai penampilan dalam sekejap, dan turut berkontribusi bagi kemajuan sub-sektor industri kreatif di bidang industri *fashion* di Indonesia.

METODE PERANCANGAN

Proses perancangan Tugas Akhir menggunakan Design Thinking yang didasari dengan memahami kebutuhan, perilaku, dan motivasi manusia. Metode penggalian data yang digunakan adalah kualitatif dengan melakukan wawancara langsung dengan *expert users* maupun *extreme users*. *Extreme user* dipilih sesuai dengan *target market*, yaitu wanita karir dengan mobilitas yang padat, yang berkarir di berbagai industri atau perusahaan dengan usia 21 tahun hingga 35 tahun.

HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN

1. Hasil Observasi Gaya Hidup Wanita Karir

Observasi yang dilakukan meliputi gaya hidup, perilaku dan sikap wanita karir dalam lingkup penampilan. Dimana observasi dilakukan secara tidak langsung, yaitu melalui beberapa media, seperti majalah, artikel dan jurnal. Observasi dilakukan melalui *blog* mengenai gaya hidup wanita yang ditulis oleh pemimpin redaksi majalah Aura, yang didasari dari data yang didapat dari majalah *Woman's World*. Artikel yang ditulis pada tanggal 21 Oktober 2015 ini, menjabarkan mengenai cara berbusana kerja yang tepat dan pemilihan warna yang sesuai guna meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja. Dalam aktivitas berkarir, sudah menjadi keharusan untuk memberikan kesan dan performa yang baik. Selain menggunakan pilihan busana yang tepat seperti padu padan antara kemeja atau blus dengan rok atau celana panjang yang tepat, bersih, rapi tanpa kerut, dipadu aksesoris serasi, *grooming* yang baik sesuai industri dan perusahaan, dan hal yang tak kalah penting adalah pemilihan warna busana. Survei yang dilakukan oleh *CareerBuilder.com* pada tahun 2013 terhadap 2.099 *hiring managers* dan *profesional human resources* dari berbagai industri dan berbagai ukuran perusahaan, menemukan cara berbusana kerja yang memberikan kesan positif dan macam warna yang sesuai digunakan saat bekerja guna menunjang efektifitas dan produktivitas saat bekerja. Berikut penjabaran konsep tampilan yang diperlukan untuk wanita karir.

A. Fungsi dan tuntutan kerja

Tiap pekerjaan memiliki karakter dan tuntutan yang berbeda, maka dari itu busana kerja sebaiknya menyesuaikan dengan fungsi dan tuntutan pekerjaan masing-masing. Selain itu, perlu

diperhatikan pula kepraktisan dan kenyamanan pakaian agar tidak mengganggu gerak dan aktivitas kerja, serta kesesuaian dengan citra profesi yang dijalani. Bagi wanita karir yang sering tugas diluar kantor akan lebih nyaman jika mengenakan bawahan celana panjang agar lebih bebas bergerak dan melakukan aktivitas kerja. Bagi wanita yang bekerja didalam ruangan ber-AC, maka pilihan busana dengan material campuran *polyester* dan katun akan terasa lebih nyaman.

B. Warna

Pemilihan warna disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi kerja. Akan lebih baik untuk tidak mengenakan warna mencolok seperti emas atau perak yang dikenal sebagai warna pesta. Selain itu, hindari pula warna-warna keras yang mencolok seperti merah, kuning dan jingga. Pemilihan warna pakaian kerja akan lebih baik menggunakan warna-warna yang netral, seperti warna khaki, cokelat tua, putih, abu-abu, hitam dan biru tua. Berikut penjabaran warna hitam, abu-abu dan putih yang cocok dengan penampilan busana kerja.

- a. Warna hitam mengungkapkan kesan kepemimpinan dan cocok digunakan pada bidang manajemen. Menurut Karen Hiller seorang ahli branding, warna hitam memberikan kesan formal, dingin, berjarak, tapi jika dikenakan secara tepat, bisa mengungkapkan sisi elegan, *sophistication, exclusivity*. Busana warna hitam cocok untuk wawancara posisi manajemen. Para ahli warna menempatkan hitam pada skala otoritas tertinggi.
- b. Warna abu-abu mengungkapkan kesan logis dan analitis. Kebanyakan para wanita yang sedang wawancara pekerjaan akan menggunakan pakaian abu-abu karena pemilihan warna abu-abu menunjukkan mampu bekerja mandiri tanpa bantuan orang lain dan bisa berpikir sendiri.
- c. Warna putih mengungkapkan kesan yang rapi, cermat, dan berorientasi pada detail. Warna putih termasuk warna yang aman. Warna putih juga mengungkapkan orientasi pada detail dan impartial yaitu bisa menilai atau memberi pendapat secara obyektif, adil, netral dan tidak berpihak. Akan lebih baik untuk menghindari mengenakan setelan putih-putih karena membuat *statement* yang terlalu besar.

C. Model dan estetika

Model pakaian yang baik adalah pakaian yang dapat menyesuaikan dengan bentuk tubuh, warna kulit, kepribadian dan kesempatan memakainya. Selain itu, faktor penting lainnya adalah faktor kenyamanan dan kepraktisan. Saat ini tren pakaian pun mengarah pada model busana yang sederhana dan minimalis.

D. Etika dan citra

Saat bekerja lebih baik menghindari pemakaian busana yang terlalu tipis sehingga tembus pandang. Sikap yang tahu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya akan meningkatkan citra diri yang positif terhadap orang-orang di sekitar kita.

2. Tinjauan Teknik Convertible

Convertible fashion dapat didefinisikan sebagai suatu konsep *fashion* dimana pakaian dapat dikenakan dengan nyaman dan dapat digunakan dalam beberapa cara, seperti mengubah dalam bentuk pakaian lain dan dapat mengubah kembali ke dalam bentuk semula dengan mengubah

beberapa komponennya (Quinn, 2002). Definisi *convertible* yang dinyatakan oleh Quinn (2002) dapat disimpulkan bahwa konsep *convertible fashion* dapat meningkatkan siklus perputaran pakaian, inovasi dari para desainer dan terobosan terbaru mengenai batas-batas desain *fashion* konvensional sehingga prinsip tersebut akan memberikan utilitas dan fungsionalitas terhadap konsumen *fashion*. Didukung pula oleh pernyataan dari Farrer (2011) "*Clothing that can be transformed and modified can intensify the relationship between consumers and clothing as they are expected to wear in different ways to satisfy consumers multiple needs*"

Konsep *convertible* dapat dikategorikan menjadi 2 tipe, yaitu desain *reversible* dan desain *modular*. Desain *reversible* merupakan sebuah bagian dalam konsep pakaian *convertible* yang dapat digunakan bolak-balik atau *inside-out*. Desain *reversible* menggunakan teknik penggabungan dua jenis pakaian menjadi satu kesatuan. Aplikasi pada bagian lengan baju, lekung leher, dan bagian pinggang sangat rawan dan membutuhkan ketelitian dan kecermatan yang tinggi agar menghasilkan pakaian yang diharapkan.

Modular adalah sebuah bagian dari konsep *convertible* yang memiliki beberapa komponen kecil yang dapat dilepas pasang. Masing-masing komponen dapat disesuaikan secara independen sehingga tidak mempengaruhi komponen lainnya. Sistem ini dapat memaksimalkan fungsi produk pakaian dengan menata dan mengubah beberapa komponen dengan kombinasi yang berbeda (Bolton, 2002; Fletcher, 2008; Quinn, 2002). Komponen yang dapat dikombinasikan dengan teknik modular biasanya terdapat pada bagian kerah, lengan, panjang pendeknya pakaian, dan lainnya.

Siklus penggunaan pakaian regular dan pakaian *convertible* atau transformasi berbeda. Terlihat pada bagian penggunaan produk yang mengalami proses transformasi sehingga pakaian dapat digunakan kembali dengan gaya yang berbeda. Proses transformasi pada pakaian *convertible* dapat memperluas ruang dan siklus pakaian, sehingga jangka waktu pemakaian akan lebih efektif.

Dari berbagai konsep *fashion*, konsep *convertible* memiliki fleksibilitas sehingga dapat menjadi solusi terhadap permasalahan mengenai efektifitas pakaian, dengan berbagai gaya dan desain dalam satu pakaian akan memberikan suatu pemikiran dan pemanfaatan yang tepat. Beberapa manfaat yang didapatkan dari penggunaan *convertible fashion* baik yang disadari ataupun tidak, seperti:

- a. Memberikan kita "*less-weight suitcase*" saat melakukan perjalanan ke luar kota ataupun luar negeri.
- b. Memberikan ruang bagi lemari pakaian untuk lebih lega dan leluasa.
- c. Memberikan efektifitas waktu dari jam kantor menuju jam istirahat, untuk terlihat berbeda dalam sekejap.
- d. Menghindari penggunaan pakaian yang sama di satu acara.
- e. Mengurangi frekuensi dalam mencuci baju.

SOLUSI VISUAL

Berdasarkan analisa melalui wawancara, observasi dan literatur, maka disimpulkan bahwa diperlukan adanya pakaian kerja khusus wanita yang dikombinasikan dengan teknik *convertible* guna menunjang penampilan, efektifitas waktu, tuntutan pekerjaan dan mobilitas yang padat. Adapun beberapa kesimpulan yang didapat adalah penggunaan bahan utama yaitu linen, katun jepang, semi

wol dan *polyester* pada pakaian formal sangat dianjurkan, mengacu pada karakteristik, kenyamanan, dan tampilan yang akan dihasilkan. Selain itu, pengaplikasian warna pada produk *fashion* dengan menggunakan warna hitam, abu dan putih akan memberikan kesan dan tampilan netral namun menunjukkan dan memberikan arti identitas diri. Dan yang terakhir adalah faktor kebutuhan, dimana faktor tersebut merupakan alasan utama dalam pembelian suatu produk *fashion*, sehingga dengan *unique selling proposition* yang multifungsi (*formal to casual*) akan menjadi daya tarik tersendiri terhadap konsumen.

1. Moodboard



Gambar 1.1 Moodboard Prim & Proper

Konsep *brand* ini terinspirasi dari siluet modern dan *clean*. Dari beberapa gambar yang terdapat dalam *moodboard* menggambarkan sisi multifungsi, dimana 2 atau 3 tampilan dapat disesuaikan menjadi satu kesatuan yang padan dan indah. Hal tersebut sesuai dengan konsep utama yaitu *convertible*, dimana konsep tersebut akan dikombinasikan pada pakaian formal wanita Indonesia. Pilihan warna hitam, putih dan gradasi abu-abu terlihat menjadi warna yang dominan. Dalam perancangan koleksi *brand* Prim&Proper menggunakan unsur garis, baik garis lengkung ataupun garis lurus sebagai suatu unsur desain utama, dimana dapat terlihat jelas dalam gambar *mood board*.

2. Sketsa

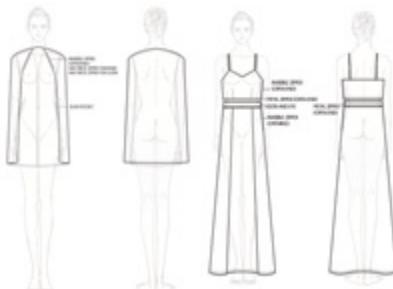
Dalam proses desain produk melalui beberapa tahapan. Setelah memiliki konsep dan *mood board*, maka dibuatlah sketsa yang mengacu pada tema koleksi. Masing-masing desain memberikan fungsi pakaian '*formal to casual*' dan '*formal to party*'. Jangkauan produk tergolong luas, melihat adanya *dress*, celana panjang, celana pendek, *outerwear*, atasan, rok dan *jumpsuit*.



Gambar 1.2 Sketsa Desain Koleksi

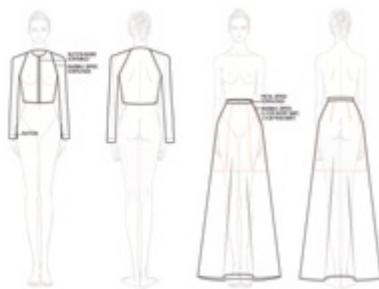
3. Technical Drawing

Berikut merupakan *technical drawing* dari 5 desain akhir yang telah dipilih. Desain pertama terdapat dua produk yaitu *outerwear* dan *dress*. Pada bagian *outerwear* terdapat dua bagian yaitu bagian dalam dan bagian luar, yang disatukan dengan menggunakan *invisible zipper open end* yang diletakkan di sebelah kiri dan kanan guna memaksimalkan fungsi dari dua bagian *outerwear* tersebut. Agar terlihat rapi, jahitan resleting pada *outer* bagian dalam ditutupi oleh *overlap* kain. Selain penggunaan resleting, produk *outer* di bagian dalam juga memiliki terdapat *slash pocket* di sisi kiri dan kanan. Pada produk *dress* juga dilengkapi dengan *metal zipper open end* di bagian bawah atasan dan dan dibagian atas rok, sehingga kedua bagian tersebut dapat bersatu dan menjadi sebuah *dress*. Namun penggunaan desain ini dapat dipakai menjadi atasan terpisah, sedangkan rok dapat dipakai menjadi *tube dress*. *Opening* atasan dan bawahan menggunakan *invisible zipper* di sisi kiri pakaian. Selain penggunaan *invisible zipper*, dibutuhkan penggunaan *hook and eye* sebagai pendukung agar pakaian tetap rapi.



Gambar 1.3 *Technical Drawing* Desain Pertama

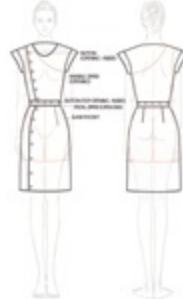
Desain kedua dibagi menjadi dua bagian yaitu kemeja dan rok. Pada produk kemeja terdapat *invisible zipper open end* di bagian kerung lengan dengan bentuk *raglan*. Sehingga, kemeja dapat digunakan dalam acara formal ataupun acara santai. *Opening* pada produk kemeja menggunakan kancing berwarna putih di bagian depan, dimana kancing akan ditutupi dengan *overlap* kain. Pada produk rok dilengkapi dengan *metal zipper* di bagian pinggang guna menjadi penghubung antara rok bagian dalam dan rok bagian luar. Rok bagian dalam memiliki variasi desain potongan berupa *slit* di bagian depan kiri dan kanan. *Opening* rok menggunakan resleting jepang baik pada rok bagian dalam maupun rok bagian luar.



Gambar 1.4 *Technical Drawing* Desain Kedua

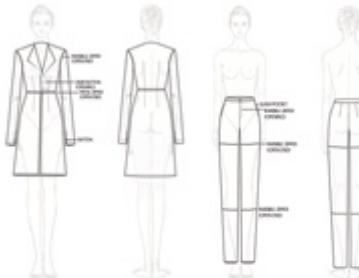
Berikut merupakan desain ketiga yaitu berupa *jumpsuit* yang dapat dimanipulasi dengan produk atasan dan rok yang menggunakan kain yang berbeda dan dengan desain yang berbeda pula. Bagian

jumpsuit menggunakan *opening* berupa resleting jepang di sebelah kiri. Pada bagian pinggang terdapat *waistband* yang dilengkapi dengan *metal zipper open end* yang berguna untuk menggabungkan *jumpsuit* dengan bagian rok, sedangkan untuk menggabungkan bagian atasan menggunakan kancing di bagian dalam sehingga produk tetap terlihat rapi.



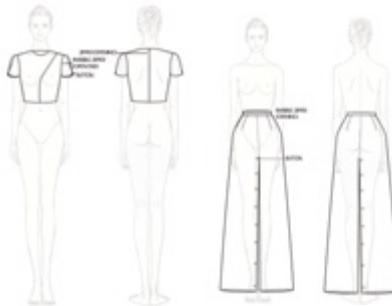
Gambar 1.5 *Technical Drawing* Desain Ketiga

Desain keempat berupa atasan dan celana. Produk atasan memiliki desain seperti *outerwear*, dimana produk tersebut dilengkapi dengan *invisible zipper open end* pada bagian kerung lengan sehingga dapat dilepas pasang. Selain itu, *metal zipper open end* juga digunakan pada bagian pinggang sebagai penunjang variasi desain. Produk celana menggunakan *opening* berupa kancing dan resleting pada bagian depan. Guna melengkapi variasi desain, produk celana membutuhkan 4 buah *invisible zipper open end* agar bagian dari celana dapat dilepas pasang. Sehingga, tampilan celana dapat terlihat menjadi celana panjang, celana $\frac{3}{4}$ dan celana pendek.



Gambar 1.6 *Technical Drawing* Desain Keempat

Desain kelima atau desain terakhir terbagi menjadi dua bagian yaitu atasan dan celana. Pada bagian atasan, dilengkapi dengan menggunakan *opening* berupa *invisible zipper open end* di bagian belakang produk. Selain itu, terdapat 2 buah resleting di bagian kerung lengan guna mengubah tampilan produk menjadi *sleeveless* dan lebih terlihat santai. Pada produk celana dilengkapi dengan kancing di bagian depan dan belakang, sehingga variasi desain dapat mengubah tampilan celana menjadi rok sesuai dengan kebutuhan dan acara yang dihadiri. *Opening* produk celana menggunakan resleting jepang dan kancing berwarna hitam.



Gambar 1.7 *Technical Drawing Desain Kelima*

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, perancangan dan eksekusi desain maka disimpulkan bahwa diperlukannya pakaian *convertible* yang mengacu pada fungsi pakaian yang dapat disesuaikan dalam berbagai acara dan kesibukan dari wanita karir muda sebagai *target market* utama dari *brand* Prim&Proper. Tidak hanya fungsi pakaian, namun pemilihan bahan yang tepat sangat dianjurkan melihat kewajiban seorang wanita karir yang harus memperhatikan penampilannya setiap saat tanpa mengurangi esensi kesopanan saat bekerja maupun beraktifitas. Dari hasil penelitian, proses desain dan hasil perancangan desain mendapatkan hasil yang baik dan sesuai dengan konsep utama. Beberapa kesulitan-kesulitan dalam perancangan desain tentu dialami, mulai dari menemukan desain dan konsep pakaian yang tepat dan efektif untuk menjawab permasalahan yang dialami oleh para wanita karir namun tetap sesuai estetika pakaian keseharian sehingga dapat diterima oleh pasar *fashion* Indonesia. Selain itu, peran sumber daya manusia seperti penjahit yang susah mengerti pola dan desain pakaian yang tidak pada umumnya, sehingga dibutuhkan kesabaran dan ketelatenan untuk membimbing mereka hingga selesai. Namun, semua kesulitan tersebut membuat perancang semakin mengerti dan paham akan proses desain dari awal hingga selesai.

SARAN

Untuk mendalami konsep pakaian *convertible* pada pakaian formal wanita karir dibutuhkan keberanian untuk lebih mengeksplorasi baik segi desain maupun bahan yang digunakan. Sehingga, pakaian formal tidak membosankan dan dapat terlihat *stylist*. Dalam merancang pakaian *convertible* tentu harus mengedepankan fungsi pakaian yang dapat dirasakan dengan nyata oleh para konsumen tanpa mengurangi esensi dari sebuah pakaian keseharian yang nyaman dan menyokong aktifitas sehari-hari.

KEPUSTAKAAN

- Arifah A, Riyanto. 2003. *Desain Busana*. Bandung: YAPEMDO.
- Bolton, A. 2002. *The Supermodern Wardrobe*. London: V&A Publications.
- Bye, E. 2010. *Fashion Design*. New York: Berg.
- Gardetti, M.A. and Torres, A.L. 2012. *Introduction (Clothing and Textile Industry)*. *The Journal of Corporate Citizenship*, 45 5-16.

- Koo, H., & Min, S. 2012. *Sustainable design strategies in a garment lifecycle learned from women's costume in the late Chosun Dynasty (Costume Society of America)*. Atlanta: GA
- Lin, J. and Oxford, R. L. 2012. *Transformative Eco-Education for Human and Planetary Survival*, Charlotte, NC: Information Age Pub.
- Loschek, I. 2009. *When Clothes Become Fashion : Design and Innovation Systems*. London, United Kingdom: Berg Publishers.
- Lukman, Ali. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia II*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Margono, S. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Komponen MKDK*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- McNeil, P. 1966. *Fashion: Critical and Primary Sources:Volume 3*. New York, Berg.
- Myers, David. 2012. *Social Psychology*. Jakarta: Salemba Humanika
- Poespo, Goet, *Fashion Coordinate Padu Padan Busana*, Kanisius Yogyakarta, 2001.
- Prabuningrat, R. 1993. *Sosok Wanita Muslimah Pandangan Seorang Artis*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Quinn, B. 2002. *Techno Fashion*. Oxford ; New York: Berg.
- Quinn, B. 2012. *Fashion Futures*. London, UK: Merrell.
- Riduwan. 2004. Metode Riset. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Solomon, M.R. 2006. *Consumer Behaviour: A European Perspective*. USA :Financial Times.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Cet. Ke 8, h. 137.
- Troxell, M.D. and Stone, E. 1981. *Fashion Merchandising:3rd Edition*. New York: McGraw Hill.
- Wasia Roesbani dan Roesmini Soerjaatmadja. 1984. *Pengetahuan Pakaian*. Jakarta: DEPDIKBUD.

Online Articles :

- Cunha, J. and Broega, A. C. 2009. *Designing Multifunctional Textile Fashion Products*.
 Website: http://repository.sdm.uminho.pt/bitstream/1822/19207/3/AUTEX09_JC_CB.pdf.
- G-mod. (2011). *Transformable garments – What are the possibilities?*
 Website: <http://www.gdotmoda.com/en/blog/transformable-garments-what-are-the-possibilities-15>
- Koo, H. 2012. *Design Functions in Transformable Garments for Sustainability*.
 Website: http://conservancy.umn.edu/bitstream/133808/1/Koo_umn_0130E_12975.pdf
- Li, J. 2014. *10 Benefits of Reversible and Multifunctional Clothing*.
 Website: <https://www.linkedin.com/pulse/20140805193702-64030697-10-benefits-of-reversible-multifunctional-clothing>
- Pearl. 2008. *Work to Flirt Dress*.
 Website: <http://www.trendhunter.com/trends/multipurpose-convertible-dress-work-to-flirt-dress>
- Perjalanan Karir Rinda Salmun
 Website: <http://cargocollective.com/juanitainez/THE-STORIES-1/filter/Jakarta/> RINDA-SALMUN
- Sousa, A. and Fedec, A. 2013. *Trading Economics*.
 Website: <http://www.tradingeconomics.com/indonesia/population-female-percent-of-total-wb-data.html>