

**PERANCANGAN KOLEKSI PAKAIAN WANITA YANG MEMBERIKAN RUANG GERAK DAN
KENYAMANAN UNTUK BRAND CATHERINE YUWONO**

Catherine Yuwono

Marini Yunita Tanzil

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Perancangan ini dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan wanita karir modern akan busana yang mampu memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi mereka memiliki mobilitas tinggi dalam aktivitas sehari-hari. Target market dari brand fashion Catherine Yuwono adalah wanita karir dengan kombinasi tipe konsumen *Actualizers* dan *Fulfilleds*. Setelah melewati proses penelitian dengan wawancara kepada ahli dan calon pengguna potensial, observasi, dan studi literatur, maka dari itu dirancang sebuah koleksi dengan hasil akhir 5 buah pakaian dengan teknik panel untuk memberi ruang gerak dan kenyamanan yang diharapkan dapat diterima dengan baik dan digunakan secara maksimal oleh masyarakat.

Kata kunci: Merek Fesyen, Wanita Karir, Mobilitas Tinggi, Ruang Gerak, Kenyamanan, Teknik Panel

ABSTRACT

Catherine Yuwono brand collection is created to provide comfortable and flexible clothing for career women who have high mobility in their daily life. Target market of brand Catherine Yuwono is young career women who are the combination of consumer type Actualizers and Fulfilleds. After passing through the research process by interviewing the experts and potential costumers, observation, and literature studies, the collection of 5 ready to wear garments were made. This women's wear collection design hopefully could be well received and answer the identified problems.

Keywords: *Fashion Brand, Career Woman, High Mobility, Flexibility, Comfortability, Panel Technique*

PENDAHULUAN

Wanita membutuhkan pakaian dwifungsi yang tak hanya unggul dari sisi fungsional, namun juga mampu bertransformasi dan memenuhi kebutuhan mereka dalam berbagai aktivitas, tentu saja tanpa mengesampingkan faktor kenyamanan yang mutlak ada. Terutama dengan maraknya pakaian ketat yang sudah menjadi tren dalam dunia mode yang seolah tidak mengenal usia. Dewasa ini, pakaian dikalahkan oleh bentuk tubuh sebagai pusat perhatian massa. Pakaian dengan siluet ketat dan material transparan yang kerap kali memberi aksentuasi lebih terhadap bentuk tubuh dan otot manusia memberikan perhatian lebih terhadap (Faust, 2014).

Pernyataan di atas menggambarkan realita *consumer culture* saat ini yang sangat dipengaruhi oleh media massa yang tak jarang menampilkan model-model cantik dengan pakaian ketat untuk menonjolkan siluet tubuh mereka. Di sisi lain, terbukanya akses pendidikan bagi wanita di tanah air berperan penting terhadap meningkatnya partisipasi wanita dalam jumlah angkatan kerja. Tata nilai dan standar etik kewanitaan berubah sangat tajam. Sebagai wanita modern yang memiliki segudang aktivitas, baik di kantor maupun kreatif berwirausaha, tentu saja penampilan menarik menjadi faktor yang wajib dimiliki.

Dalam kaitannya dengan perancangan ini, pakaian formal yang kerap kali menjadi pilihan utama bagi para wanita karier yang menginginkan penampilan yang menonjolkan rasa percaya diri dan profesionalisme mereka, justru menghambat kebebasan dan kurang memberikan ruang bernafas bagi tubuh mereka. Terutama bagi para wanita karier modern dengan mobilitas tinggi yang mewajibkan mereka untuk senantiasa beraktivitas ke banyak tempat sehari-harinya. Zulaeha (2011) berpendapat bahwa wanita karier *single* cenderung menghabiskan banyak waktunya di kantor dengan pekerjaan kantor yang sangat menumpuk.

Permasalahan yang kerap ditemui yakni adanya rasa gerah dan kurangnya ruang gerak pada pakaian formal yang digunakan wanita karier seringkali mengurangi tingkat produktivitas mereka. Kebanyakan orang tak menyadari bahwa penggunaan pakaian ketat dalam jangka waktu yang lama juga menimbulkan bahaya bagi kesehatan. Selain itu terdapat pula bahaya-bahaya yang timbul dari sisi psikologis dan sosial pada wanita yang menggunakan pakaian ketat dalam jangka waktu yang lama. Hal ini berkaitan dengan obsesi mereka untuk menonjolkan siluet tubuh agar terlihat menarik melalui penggunaan pakaian ketat dalam jangka waktu yang terlalu lama sehingga berpengaruh terhadap kondisi psikis dan sosial yang bersangkutan.

Melihat adanya peluang akan pakaian yang mampu memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi wanita karier dengan mobilitas tinggi, lahir *brand* Catherine Yuwono pada Maret 2016. Segmen konsumen ideal dari *brand* Catherine Yuwono yakni wanita karier berusia 25 hingga 35 tahun yang berdomisili di kota-kota besar Indonesia. Mereka memiliki pengetahuan luas, dewasa, bertanggung jawab, berfokus pada prinsip, karakter, berani mengeskpresikan selera, dan mandiri. Mereka adalah wanita dengan profesi yang menuntut mereka untuk bertemu dengan banyak orang dan berpindah dari satu tempat ke tempat lain sehingga mewajibkan mereka untuk berbusana rapi dan konvensional sesuai dengan etika busana formal. Wanita karier modern dengan mobilitas tinggi membutuhkan pakaian dwifungsi yang tak hanya unggul dari sisi estetika, namun juga fungsional yang mampu

bertransformasi dan memenuhi kebutuhan mereka dalam berbagai aktivitas, tentu saja tanpa mengesampingkan faktor kenyamanan yang mutlak ada.

Peneliti menyadari bahwa dibutuhkan pakaian multifungsi yang selain mampu membantu wanita terlihat trendi dan percaya diri, namun juga tidak berbahaya bagi kesehatan, yakni dengan perancangan pakaian wanita multifungsi menggunakan panel tambahan yang tersembunyi sehingga meski pakaian tetap mampu menonjolkan siluet tubuh namun tidak membatasi ruang gerak konsumen. Panel tambahan yang disisipkan pada pakaian dapat ditarik dan dikaitkan satu dengan yang lain untuk menciptakan siluet baru yang lebih longgar, nyaman, serta tidak berbahaya bagi kesehatan. Selain itu, rancangan pakaian juga memiliki keunggulan fungsional lainnya, yakni dapat bertransformasi menjadi dua model pakaian yang berbeda. Diharapkan perancangan produk pakaian wanita yang memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi wanita modern dari *brand fashion* Catherine Yuwono ini mampu menghasilkan produk berkualitas dan berfungsional tinggi, serta dapat diterima dan digunakan dengan baik oleh masyarakat.

Rumusan masalah yang tercipta dari penelitian ini yakni bagaimana merancang produk *brand fashion* Catherine Yuwono yang mampu menciptakan busana yang dapat memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi wanita karier dengan mobilitas tinggi. Tujuan perancangan Tugas Akhir ini antara lain untuk menciptakan desain *fashion* untuk wanita modern yang membutuhkan pakaian yang dapat memberikan kenyamanan dan ruang gerak, menciptakan desain *fashion* menggunakan teknik panel untuk menambah ruang gerak pada pakaian, dan menciptakan desain *fashion* yang sesuai dan bernilai jual bagi *brand* Catherine Yuwono.

METODE PENELITIAN

Metode Penggalian Data Primer

Metode penggalian data primer yang digunakan dalam rancangan ini adalah penelitian kualitatif berupa observasi dan wawancara kepada *expert* dan *extreme user* sebagai data primer. Studi literatur melalui buku, jurnal ilmiah, terkait produk busana wanita, teori desain, dan teori lain mendukung penelitian ini sebagai data sekunder.

Metode Penggalian Data Sekunder

Metode penggalian data sekunder yang digunakan dalam rancangan ini adalah berupa observasi dilakukan untuk mencari tahu competitor di bidang busana formal dengan produk sejenis, serta tren mode busana formal terkini melalui observasi terhadap tren dari berbagai sumber literatur, antara lain jurnal, majalah, dan situs internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

HASIL PENELITIAN

Hasil Penggalian Data Primer

Penggalian data primer dilakukan melalui wawancara terhadap beberapa *expert* dan *extreme user* yang merupakan narasumber yang berperan dalam memberikan padangan terhadap perancangan ini. Kesimpulan dari hasil wawancara terhadap *expert user* yakni antara lain realita konsumen telah berubah banyak, lebih memperhatikan kualitas dan kenyamanan – tidak lagi melulu soal harga. Kemudian dari sisi psikologis dan sosial, bahaya dari penggunaan pakaian ketat muncul

dari semakin tingginya gangguan yang termasuk dalam kategori *sexual harassment*. Dan seorang ahli kecantikan menyatakan bahwa keinginan untuk tampil cantik dan menarik tentu tidak salah -hal ini menjadi bermasalah ketika mereka mulai mengorbankan kenyamanan dan kesehatan. Kesimpulan dari hasil wawancara terhadap *extreme user* antara lain tantangan yang dihadapi wanita karier dalam memilih busana yakni lebih kepada menyesuaikan gaya berpakaian dengan orang yang akan ditemui, sehingga orang tersebut tidak memandang sebelah mata hanya karena gaya berpakaian yang dinilai kurang pantas.

Narasumber kedua menyatakan kriteria yang paling diperhitungkan pada saat memilih busana kerja yakni kenyamanan dan style. Untuk celana misalnya, ia selalu pakai bahan yang stretch sehingga tidak kaku seharian. Narasumber berikutnya menyatakan bahwa konsumen berbelanja secara online semata-mata tertarik pada penampilan sebuah produk, namun tidak mampu mencoba dan merasakan sendiri senyaman apakah busana tersebut pada saat digunakan. Selanjutnya narasumber lain mengatakan pakaian yang dirancang terlalu ketat dirasanya kurang efektif karena justru menganggu dan tidak memberikan rasa kenyamanan dalam berbusana.

Observasi dilakukan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan perancangan koleksi pakaian wanita yang memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi wanita karier dengan mobilitas tinggi, antara lain kompetitor dengan teknik dan produk sejenis, tren pasar *fashion* bagi wanita karier dan permasalahan yang ditemui wanita karier dengan mobilitas tinggi dalam memilih busana yang nyaman dan sesuai untuk digunakan. Sebagaimana *brand fashion* Catherine Yuwono menawarkan produk bagi wanita karier, berdasarkan hasil observasi diketahui terdapat dua jenis pesaing yang menawarkan produk dengan karakteristik dan rentang harga sejenis.

Dalam penelitian ini, pesaing dari *brand fashion* Catherine Yuwono ditentukan melalui hasil observasi dan dibedakan antara pesaing langsung dan pesaing tidak langsung. Pesaing langsung adalah perusahaan-perusahaan lain dengan bisnis yang mirip; dekat dengan pelanggan, ambisius, dan mencoba menjangkau semua target pasar yang sama (Abrams, 2008). Berdasarkan hasil observasi, pesaing langsung dari *brand fashion* Catherine Yuwono adalah *brand fashion* M.M.LaFleur, dan pesaing tidak langsung dari *brand fashion* Catherine Yuwono adalah *brand fashion* Duma dan *brand Ciel*.

Meski sama-sama menawarkan busana wanita dengan tampilan profesional, namun sama halnya dengan kedua pesaing lainnya, *brand fashion* Ciel belum memiliki fitur yang dapat meningkatkan kenyamanan pada produk mereka. *Unique selling point* inilah yang membedakan *brand fashion* Catherine Yuwono dengan *brand fashion* lainnya yang menawarkan produk serupa pada kategori produk yang sama.

Berdasarkan hasil observasi, tren pasar busana formal wanita menunjukkan adanya kecenderungan bagi wanita karier Indonesia untuk memilih busana *one piece*, seperti *dress* dan *jumpsuit* untuk bekerja. Hal ini dikarenakan busana *one piece* yang praktis, tidak seperti atasan dan bawahan yang membutuhkan waktu lebih untuk dipadupadankan di pagi hari sebelum berangkat bekerja. Busana *one piece* memiliki berbagai jenis, antara lain *jumpsuit* dan gaun. *Jumpsuit* merupakan model busana *one piece* atau terusan yang terinspirasi oleh seragam para pekerja tambang, proyek maupun montir. Kesan praktis menjadi keistimewaan dari busana yang kerap disebut '*overall*' dan terkenal pada tahun 80-an (Nugroho, 2014).

Salah satu yang paling populer dan rutin masuk ke dalam tren mode terbaru yakni kelompok warna netral. Kelompok warna netral dikenal luas akan fleksibilitas dan kemampuannya untuk bertahan sepanjang masa. Secara umum, warna-warna yang termasuk dalam kelompok warna netral yakni hitam, putih, abu-abu, dan berbagai tipe warna coklat. Dewasa ini, sebuah warna dapat disebut warna netral berdasarkan kemudahannya untuk dipadu-padankan dengan warna lain. Pada dasarnya warna netral merupakan kategori warna yang dapat dengan mudah dikombinasikan dengan warna-warna lain. Selain dikenal akan fleksibilitasnya, dalam dunia mode kelompok warna netral juga memiliki beberapa keunggulan lain, yakni *trend-proof* dapat diterima dengan luas dan digunakan dalam berbagai acara, baik formal maupun casual, *style savers* dapat mengimbangi pakaian lain dengan warna yang mencolok, *outfit multipliers* dapat dikombinasikan dengan banyak produk dalam satu tampilan.

Selain melalui wawancara, penelitian terhadap aktivitas sehari-hari dan gaya hidup wanita karier dilakukan melalui observasi yang dilaksanakan pada Selasa, 15 Maret 2016 bertempat di gedung Graha Pena Surabaya. Lokasi Graha Pena dipilih karena di gedung dengan 21 lantai yang terletak di Jalan A. Yani [Surabaya](#) ini terdapat redaksi surat kabar [Jawa Pos](#) (beserta sejumlah surat kabar, tabloid, dan majalah massa milik anak perusahaan Jawa Pos) serta studio televisi [JTV](#). Meski masih didominasi pekerja pria, namun tak sedikit pula pekerja wanita yang juga beraktivitas dalam profesi mereka masing-masing. Karena industri yang bergerak di bidang media, kebanyakan pekerja perempuan memilih mengenakan busana formal *casual* dengan celana panjang yang dipadukan dengan atasan formal untuk memudahkan mobilitas mereka.

Selain itu, hasil lain dari observasi yang dilakukan yakni adanya kecenderungan pekerja wanita di lokasi ini untuk menggunakan rok lingkar. Rok lingkar kerap dipilih untuk digunakan karena luasnya ruang gerak pada rok lingkar yang memudahkan pengguna untuk bergerak dengan leluasa. Akan tetapi, rok lingkar yang juga sering disebut *skater skirt* karena diadaptasi dari potongan rok atlit *skating* perempuan, dalam dunia kerja acap kali terkesan terlalu santai dan kurang memberikan tampilan profesional apabila dibandingkan dengan rok *a-line* atau rok pensil. Selain rok lingkar, celana panjang dan rok pensil menjadi pilihan yang cukup populer di antara pekerja wanita. Rok pensil yang digunakan rata-rata merupakan rok dengan panjang selutut, karena pada dasarnya rok di atas lutut kurang pantas digunakan wanita karier untuk bekerja dan rok yang terlalu panjang cenderung menghambat pergerakan melangkah dalam beraktivitas.

Hasil Penggalian Data Sekunder

Menurut Arifah A. Riyanto (2003), rancangan/ desain busana yaitu rancangan model busana berupa gambar dengan mempergunakan unsur garis, bentuk, siluet (*silhouette*), ukuran, tekstur yang dapat diwujudkan sebagai busana. Desain busana harus mengilustrasikan dengan jelas apa yang ada dalam pikiran seorang perancang hingga dapat dibaca oleh orang lain dalam bentuk gambar. Sedangkan, desain adalah suatu rancangan atau gambaran suatu objek atau benda yang dibentuk berdasarkan susunan garis, bentuk, warna dan tekstur. Desain ada dua macam, meliputi: 1) desain struktur yaitu desain yang wajib ada pada setiap rancangan berupa siluet S, A, H, I, Y dan siluet *bustle*; 2) desain hiasan yaitu desain untuk memperindah desain struktur berupa bentuk kerah, saku, pita hias, kancing, dll.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa menggambar busana adalah merancang busana dengan menerapkan unsur dan prinsip desain dalam bentuk gambar agar dapat dibaca oleh orang lain sebelum direalisasikan dalam wujud suatu busana. Dalam bukunya yang berjudul *The Fashion Design Manual* (1996), Pamela Stecker menyatakan bahwa setiap desain visual dapat dikatakan terdiri dari 5 komponen dasar, yang dikenal sebagai elemen desain. Elemen desain yang digunakan dalam perancangan ini antara lain *line*, *shape*, *color*, dan *texture*. Selain itu, ia juga menyatakan prinsip desain merupakan cara penggunaan dari elemen desain yang disebutkan di atas. Prinsip desain yang digunakan dalam perancangan ini terdiri dari *repetition*, *gradation*, *rhythm*, *harmony*, *contrast*, *proportion*, dan *balance*. Setiap variasi dalam penggunaan prinsip dan elemen desain dapat memberikan pengaruh yang berbeda terhadap pengguna.

Pengertian akan bagaimana dan mengapa pengguna memiliki respons yang berbeda terhadap desain merupakan pokok dari merancang sebuah desain yang baik. Dalam etika berbusana di tempat kerja, norma sosial yang diterapkan pada pekerja wanita cenderung lebih rumit dibanding pekerja pria, antara lain untuk menutup sebagian besar tubuh, sesuai dengan situasi dan kondisi lingkungan, tampak rapi, bersih, pas, serta tidak menganggu orang lain. Busana yang pantas dipakai dan sesuai dengan kesempatan, akan memudahkan seseorang dalam pergaulan sehari-hari. Hal ini akan membuatnya tidak canggung dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya dan dapat menimbulkan rasa percaya diri.

Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan dalam dunia kerja semakin beragam. Situasi kerja yang penuh persaingan, membutuhkan kegesitan dalam bergerak agar dapat meraih setiap peluang yang ada. Mereka yang ingin sukses, tentu harus memperhatikan busana yang akan dikenakannya. Wanita aktif membutuhkan busana yang nyaman dipakai dan menjamin keleluasaan, agar dapat bebas bergerak dalam segala kesibukan sejak pagi sampai malam hari. Pemilihan dan penilaian akan tingkat kenyamanan sebuah pakaian berbeda-beda bagi setiap individu. Keputusan pembelian sebuah pakaian dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni tingkat kebutuhan, tingkat estetika, dan tingkat kenyamanan. Kenyamanan merupakan salah satu faktor fundamental dan mutlak dalam penggunaan pakaian.

Secara umum, tingkat kenyamanan pakaian berhubungan dengan usia, kesehatan, lingkungan, cuaca, kesempatan, status sosial, latar belakang ekonomi, profesi, agama, dan wilayah. Menilai tingkat kenyamanan dalam pakaian merupakan hal yang cukup kompleks, karena tingkat kenyamanan yang dimiliki seseorang berbeda dengan yang lain. Penggunaan pakaian ketat dalam jangka waktu yang lama juga diketahui menimbulkan bahaya bagi kesehatan, antara lain menganggu pernafasan, menganggu pencernaan dan sirkulasi darah akibat tekanan berlebihan dari pakaian pada organ tubuh, lymphedema, gangguan menstruasi pada wanita yang diakibatkan oleh tekanan pada kulit yang berlebihan, iritasi dan infeksi jamur akibat kurangnya area respirasi pada pakaian, *hidradenitis suppurativa* adalah peradangan kulit kronis yang ditandai oleh adanya komedo dan satu atau lebih merah, benjolan lembut.

Selain itu terdapat pula bahaya-bahaya yang timbul dari sisi psikologis dan sosial pada wanita yang menggunakan pakaian ketat dalam jangka waktu yang lama. Secara psikologis, mengenakan

pakaian ketat dalam jangka waktu yang lama dapat menghambat pikiran dan tubuh untuk rileks, serta memperburuk suasana hati. Hal ini dikarenakan pakaian ketat membatasi otot-otot tubuh untuk bergerak dengan leluasa sehingga menghambat sirkulasi darah dalam tubuh. Teknik panel yang digunakan dalam koleksi ini selain dirancang untuk memberikan ruang gerak dan kenyamanan lebih bagi pengguna, juga untuk meningkatkan tingkat estetika dari busana itu sendiri. Koleksi pakaian dari *brand fashion* Catherine Yuwono menggunakan warna-warna natural yang menonjolkan sisi relaksasi, keanggunan, dan profesionalisme pada busana tanpa terlihat monoton.

Dalam proses pembuatan sebuah garmen, dikenal sebutan *shaping methods* atau metode pembentukan untuk mengontrol bagaimana garmen akan menyesuaikan kontur tubuh pengguna yang berbeda-beda (Andre, 2004). Metode yang digunakan, lokasi dan jumlah dari metode yang ditambahkan pada busana sangat berpengaruh terhadap hasil akhir busana dan kesesuaian terhadap tubuh pengguna. Setiap busana memiliki bentuk dan metode yang digunakan, bahkan pada busana yang terlihat *shapeless* (tidak berbentuk) sekalipun. Metode pertama yang kerap digunakan yakni penambahan kupnat pada busana. Dalam perancangan ini, kupnat yang digunakan yakni kupnat kontur. Kupnat kontur atau biasa disebut kupnat mata ikan atau *double-pointed dart* digunakan untuk memberikan bentuk mengikuti kontur pinggang. Kupnat kontur dipilih karena mampu memberikan bentuk yang indah pada perancangan koleksi pakaian wanita bagi *brand fashion* Catherine Yuwono. Selain itu, penggunaan kupnat kontur memberikan kesan feminin dan profesional.

Dalam perancangan ini, metode godet digunakan untuk menambah volume garmen yang ditambahkan pada sisi depan maupun samping garmen. Aplikasi teknik godet pada rancangan busana *brand fashion* Catherine Yuwono dilakukan pada bagian samping atau bawah garmen agar dapat menambah ruang gerak tanpa mengubah fokus busana. Penggunaan lain dari elemen dan prinsip desain pada bidang fashion yakni melalui teknik aplikasi dekoratif (Stecker, 1996). Sebuah detail dapat dikatakan dekoratif apabila dapat dilepas tanpa mengubah struktur dari sebuah garmen. Perlakuan ini meliputi *piping*, *beading*, bordir, desain tekstil, *braids*, *lace trims*, kancing, dan *trimming* lain yang kebanyakan hanya digunakan sebagai *decorative finishes*. Sebuah rancangan garmen dapat disebut sukses apabila struktur dan dekorasi dari garmen itu selaras antara satu dengan yang lain dan tidak menganggu fungsi dari garmen itu sendiri.

Dalam perancangan ini, aplikasi dekoratif yang digunakan yakni panel lipit. Teknik lipit sendiri dibagi menjadi berbagai pola lipit yang berbeda-beda. Dalam perancangan ini, teknik lipit yang dipilih untuk digunakan yakni teknik lipit kipas. Lipit kipas ialah satu tumpukan lipit-lipit pipih yang bagian atasnya merupakan satu lipit dan pada bagian bawah terbagi ke dalam beberapa lipit pipih (Muliawan, 2014). Lipit kipas dipilih karena kemampuannya untuk menciptakan efek gradasi pada garmen, dimana lipit dimulai dari atas dan melebar di bagian bawah. Hal ini menciptakan efek halus dan elegan pada busana, tanpa terlihat kekanak-kanakan. Pakaian yang pas pada tubuh pengguna dan menunjang bentuk asli tubuh diketahui mampu meningkatkan rasa percaya diri dan persepsi orang lain terhadap dirinya.

Selama beberapa dekade, bentuk tubuh wanita telah menjadi objek penelitian, lukisan, dan dipuja oleh karena lekukan natural pada area-area tertentu yang dinilai indah. Pengertian akan bentuk tubuh

wanita dan proporsi garmen yang sesuai bagi masing-masing bentuk tubuh merupakan kunci untuk dapat menciptakan tampilan busana yang elok (Travers-Spencer dan Zaman, 2008). Dalam ilustrasi di atas, tergambar beberapa tipe proporsi berkaitan dengan panjang masing-masing tipe garmen yang berpengaruh pada tampilan ilusi tubuh pengguna. Dalam perancangan ini, proporsi garmen yang digunakan yakni *regular pants* (12) untuk rancangan celana dan *knee length* (5) untuk rancangan gaun. Kedua proporsi ini dipilih karena perancangan produk *brand fashion* Catherine Yuwono yang diperuntukkan bagi wanita karier dewasa, sehingga panjang garmen yang dinilai layak untuk digunakan di tempat kerja tidak terlalu *casual* maupun terlalu pendek sesuai dengan etika busana kerja wanita.

Teknik penyelesaian tidak kalah penting untuk diperhatikan, hal ini ikut menentukan kualitas dari sebuah pakaian. Untuk mewujudkan sebuah pakaian yang indah dan cukup berkualitas perlu ketelitian dalam memahami teknik penyelesaiannya (Pratiwi, 2001). Teknik penyelesaian yang dipilih sebagai dasar untuk digunakan dalam pembuatan busana dengan aplikasi teknik panel untuk memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi wanita karier modern yakni teknik penyelesaian *lining* atau lapisan. Fungsi utama dari teknik ini yakni untuk menyembunyikan konstruksi jahitan dalam pakaian, sekaligus membuat busana menjadi lebih nyaman digunakan (Threads Magazine, 1992). Teknik penyelesaian secara lapisan dipilih karena menjadikan busana lebih mudah digunakan dan tidak mudah kusut. Aplikasi teknik panel merupakan penambahan potongan bahan dari jenis atau warna yang berbeda yang disisipkan pada pakaian (Hasan, 2007).

Dalam proposal ini, teknik panel diaplikasikan guna menambah nilai fungsional pada busana, yakni menambah ruang gerak dan kenyamanan pengguna. Selain itu penambahan panel *adjustable* memberikan opsi dwifungsi pada busana yang dapat digunakan sebagai dua mode yang berbeda. Panel diaplikasikan dengan cara menyisipkan material pada busana yang dapat ditarik dan dikaitkan satu dengan yang lain untuk menambah ruang gerak dan respirasi pada busana. Panel pada busana pada umumnya diaplikasikan dengan cara menyisipkan panel pada kedua sisi kampuh (Dertixhe, 2004). Menurut Yogi Boedijono dalam bukunya yang berjudul Panduan Lengkap Menjahit (2013), terdapat beberapa macam kampuh, antara lain kampuh balik, kampuh balik yang digeser, kampuh pipih, kampuh kostum, kampuh sarung, dan kampuh terbuka

Jenis kampuh yang dipilih dalam rancangan ini yakni kampuh balik karena memberikan kesan kuat, bersih, dan rapi. Tingkat stabilitas dan berat dari material kain tertentu secara natural akan berpengaruh banyak terhadap hasil rancangan busana (Travers-Spencer dan Zaman, 2008). Hal ini dikarenakan setiap material kain memiliki fungsinya yang sesuai untuk jenis rancangan busana yang berbeda. Dalam perancangan ini, kombinasi kain *crepe* dan *linen* dari kategori *medium weight woven* dan kain *woolen stretch* dari kategori *stretch* dipilih untuk digunakan sebagai bahan utama dari perancangan produk bagi *brand fashion* Catherine Yuwono karena jenis kain yang tak hanya memberikan efek dan volume yang dapat memberikan tampilan indah, layak, dan profesional bagi busana formal wanita karier, namun juga mampu memberikan ruang gerak dan kenyamanan yang cukup pada busana. Pemilihan kain pun didasari pada sifat kain yang tampak elegan namun tidak membutuhkan perawatan yang sulit dimana kain-kain tersebut dikenal tidak mudah kusut dan

menyerap keringat sehingga memudahkan pengguna untuk digunakan dengan nyaman sepanjang hari.

Standar ukuran tubuh yang dipilih sebagai acuan dalam pembuatan busana bagi *brand fashion* Catherine Yuwono yakni standar ukuran tubuh wanita dengan tinggi badan sedang, 160-172 cm yang terdapat dalam buku Winifred Aldrich yang berjudul *Metric Pattern Cutting for Women's Wear* (2004). Standar ukuran tubuh Winifred Aldrich dipilih karena dianggap paling tepat merepresentasikan ukuran tubuh wanita Asia, yang rata-rata memiliki tinggi badan sesuai standar tersebut. Karena rancangan koleksi busana bagi *brand fashion* Catherine Yuwono termasuk kategori *ready-to-wear*, maka setiap rancangan akan diproduksi ke dalam 3 ukuran (*small, medium, large*) untuk memenuhi kebutuhan dari pengguna dengan ukuran yang berbeda.

SOLUSI VISUAL

Desain *Brand*

Logo adalah identitas diri, tanda kepemilikan, tanda jaminan kualitas dengan tujuan adalah mencegah peniruan atau pembajakan logo lain dan berfungsi sebagai tanda atau ciri pembeda suatu perusahaan atau produk. Logo memiliki peran utama dalam *branding* untuk meningkatkan daya tarik bagi konsumen (Rustan, 2013).



Gambar 1. Logo *brand* Catherine Yuwono

Gambar di atas merupakan logo final dari perancangan *brand* Catherine Yuwono. Pembuatan logo disesuaikan dengan konsep *brand* dan produk yang ditawarkan oleh *brand* Catherine Yuwono, yakni busana formal bagi wanita karir modern dengan mobilitas tinggi.

Project Name	PERANCANGAN KOLEKSI PAKAIAN WANITA YANG MEMBERIKAN RUANG GERAK DAN KENYAMANAN UNTUK BRAND CATHERINE YUWONO
Season/Event	SPRING/SUMMER 2017
Key Dates/Deadlines	APRIL 11, 2016
Objectives	MERANCANG KOLEKSI PAKAIAN WANITA UNTUK BRAND FASHION CATHERINE YUWONO YANG DAPAT MEMBERIKAN RUANG GERAK DAN KENYAMANAN MELALUI TAMABAHN PANEL PADA BUSANA KARIR UNTUK WANITA KARIR INDONESIA DENGAN TINGKAT MOBILITAS TINGGI
Target Market	WANITA KARIR BERUSIA 25-35 TAHUN BERDOMISILI DI INDONESIA DENGAN AKTIVITAS DAN TINGKAT MOBILITAS TINGGI
Price Points	RP 999,000 - RP 2,999,000
Design Requirements: Styles, Silhouettes, Colors, and Fabrics	STYLE: FORMAL/ CASUAL SILHOUETTES : TUBE DAN A-LINE COLORS : NEUTRAL TONES: BEIGE, DUSTY GREY, PALE GREEN. FABRICS: SEMI-WOOL, LINEN, COTTON.
Samples/Prototypes	STYLE: JUMPSUIT 01 IN MUSLIN FABRICS AND PLEATED COTTON PANELS.
Approvals, Presented to, When and Where	DESIGNS APPROVED ON MARCH 23 CONCEPT AND PROTOTYPE PRESENTED ON MONDAY, APRIL 11 FINAL EXHIBITION AND PRESENTATION ON MONDAY, JUNE 20 LOCATED IN CIPUTRA WORLD SURABAYA



Gambar 2. Perancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

Perancangan *brand fashion* Catherine Yuwono diperuntukkan bagi wanita karier dengan mobilitas tinggi yang membutuhkan busana yang tak hanya layak dan sesuai dengan etika busana kerja, namun juga memberikan ruang gerak dan kenyamanan yang cukup bagi mereka. Rancangan koleksi busana dari *brand fashion* Catherine Yuwono diperuntukkan bagi wanita dari kelas ekonomi menengah ke atas dan menawarkan produk dengan *price points* mulai dari Rp 999.000,00 hingga Rp 2.999.000,00.

Proses perancangan dilakukan selama 4 minggu mulai dari 1 Maret hingga 22 Maret 2016, yang kemudian dilanjutkan proses pencarian material. Proses pembuatan prototipe dilakukan selama 1 minggu mulai dari 1 April hingga 7 April 2016, dimana hasil prototipe akan dipresentasikan pada Senin, 11 April 2016 bertempat di Universitas Ciputra. Rancangan final bagi *brand fashion* Catherine Yuwono sejumlah 5 (lima) buah pakaian, terdiri dari 1 *jumpsuit* dan 4 gaun. Koleksi rancangan final akan dipresentasikan pada tanggal 20 Juni 2016 bertempatkan di Ciputra World Surabaya.

Tema dan inspirasi dari rancangan koleksi busana bagi *brand fashion* Catherine Yuwono diambil dari estetika natural dan warna-warna alam yang hangat yang menonjolkan poin relaksasi pada busana. Bentuk *overlapped*, panel, dan organik dari koleksi keramik dan *tableware* yang tergambar pada moodboard menjadi inspirasi utama perancangan ini. Koleksi *brand fashion* Catherine Yuwono yang mengangkat judul SERENE dirancang dengan kombinasi antara garis tegas dan warna natural yang menciptakan kesan anggun, profesional, dan feminin yang sesuai digunakan oleh *target market* primer dari *brand fashion* Catherine Yuwono, yakni wanita karir berusia 25-35 tahun.



Gambar 3. Tema dan inspirasi rancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

PROSES PERANCANGAN

Proses produksi dari rancangan koleksi bagi *brand* Catherine Yuwono dilakukan melalui rangkaian proses kreatif dari menggali permasalahan yang ditemui, merancang produk yang sesuai untuk menjawab permasalahan tersebut, hingga proses perwujudan rancangan. Berikut urutan dari proses rancangan produk dari awal hingga tercapai hasil akhir:

- A.) Perancangan Desain Produk**, yakni proses perancangan produk dimulai dengan pemilihan material atau teknik tertentu yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang akan dijawab melalui perancangan produk. Dalam perancangan ini, teknik panel yang dipilih kemudian dimasukkan ke dalam rancangan produk dengan menggunakan variasi teknik panel yang berbeda sesuai dengan masing-masing tipe konsumen;
- B.) Pemilihan Material Produk** yakni pemilihan material bagi rancangan produk dilakukan setelah melalui penggalian data kepada ahli dan calon konsumen mengenai berbagai material yang kiranya sesuai bagi rancangan produk *brand* Catherine Yuwono. Pelaksanaan pemilihan material dilakukan di dua kota, yakni Surabaya dan Jakarta;
- C.) Menentukan Ukuran Tubuh**, dimana proses penentuan ukuran tubuh bagi produk *brand* Catherine Yuwono dilakukan mengikuti patokan ukuran tubuh wanita Asia pada umumnya, sesuai dengan *target market* dari *brand* Catherine Yuwono yang merupakan wanita muda yang berdomisili di kota-kota besar Indonesia, D.) Pembuatan Pola Busana, dimana proses pembuatan pola bagi busana *brand* Catherine Yuwono dilaksanakan secara dua arah, yakni kombinasi kerja antara perancang dan penjahit yang senantiasa memberi masukan mengenai cara berbagai varian aplikasi teknik panel ke dalam hasil akhir;

E.) Pembuatan Prototype, dimana pembuatan *prototype* dilakukan di kain yang menyerupai material asli untuk menguji dan mencari tahu perkiraan hasil akhir dari produk yang akan diwujudkan. Pola dari busana akan direvisi kembali sesuai dengan hasil dari ketidaksesuaian yang ditemui pada *prototype* sebelum diwujudkan di material sesungguhnya;

F.) Pembuatan Busana, dimana proses pembuatan busana dilakukan menggunakan jasa *outsource*, dimana pelaksanaan pembuatan produk dikontrol oleh perancang secara rutin demi mencapai hasil akhir secara maksimal;

G.) Quality Control, dimana proses *quality control* dilakukan setelah produk selesai diwujudkan, untuk mengetahui apakah hasil akhir dari produk sesuai dengan rancangan awal. Selain itu proses *quality control* juga dilakukan untuk mengetahui kualitas dari jahitan dan penyelesaian produk;

H.) Pengambilan Foto Campaign, proses pengambilan foto *campaign* dimulai dengan pembuatan *mood board* yang sesuai dengan visualisasi *campaign* yang diinginkan. Kemudian dilanjutkan dengan menghubungi pihak-pihak yang akan diajak bekerja sama untuk perwujudan *campaign* tersebut, antara lain fotografer, model, dan *make-up artist* yang diinginkan. Proses *photoshoot* dilaksanakan setelah pemilihan lokasi yang sesuai dengan visualisasi yang diinginkan dan pengarahan gaya terhadap model yang akan mengenakan produk dari brand Catherine Yuwono. Perancang, model, fotografer, dan *make-up artist* akan bekerja sama untuk menciptakan foto *campaign* yang mampu menciptakan mood dan menonjolkan fitur utama dari produk yang ditawarkan.

HASIL AKHIR DESAIN

Berikut tampilan hasil akhir desain produk bagi *brand fashion* Catherine Yuwono yang meliputi 5 tampilan produk, terdiri dari 1 buah *jumpsuit* dan 4 buah gaun.



Gambar 4. Tampilan 1 dari rancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

Tampilan 1 dari rancangan produk Catherine Yuwono merupakan *jumpsuit* dengan celana panjang dan panel lipit di kedua sisi yang dapat dibuka-tutup menggunakan 2 pasang lapel berkancing. Panel lipit menambah ruang gerak bagi busana dan sesuai bagi wanita karier dengan mobilitas tinggi yang menuntut mereka untuk senantiasa bergerak dengan cepat dan leluasa. Total biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan 1 buah rancangan yakni Rp 797.525,00 dengan rincian biaya kain sejumlah Rp 274.425,00, biaya *trimming* sejumlah Rp 173.100,00, biaya pembuatan garmen sejumlah Rp 300.000,00, dan biaya lain-lain sejumlah Rp 50.000,00. Produk dari *brand*

fashion Catherine Yuwono, dengan *mark up* sebanyak 200%, akan dijual seharga Rp 2.399.900,00 dan dipasarkan secara *online*.



Gambar 5. Tampilan 2 dari rancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

Tampilan 2 dari rancangan produk Catherine Yuwono merupakan gaun dengan celana pendek di bagian dalam yang dapat dibuka-tutup dengan sepasang resleting di bagian depan rok. Panel yang dapat dibuka dimaksudkan agar pengguna dapat bergerak dengan leluasa dan memberi ruang untuk bernafas di saat istirahat, namun dapat tetap terlihat rapi dan professional di saat formal. Total biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan 1 buah rancangan yakni Rp 834.200,00 dengan rincian biaya kain sejumlah Rp 397.700,00, biaya *trimming* sejumlah Rp 136.500,00, biaya pembuatan garmen sejumlah Rp 250.000,00, dan biaya lain-lain sejumlah Rp 50.000,00. Produk dari *brand fashion* Catherine Yuwono, dengan *mark up* sebanyak 200%, akan dijual seharga Rp 2.499.900,00 dan dipasarkan secara *online*.



Gambar 6. Tampilan 3 dari rancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

Tampilan 3 dari rancangan produk Catherine Yuwono merupakan gaun sepanjang lutut dengan panel lipit di kedua sisi yang dapat dibuka-tutup dengan sederet *loop holes* di sepanjang sisi gaun. Panel lipit diaplikasikan untuk menambah ruang gerak dan kenyamanan dari busana yang sesuai dengan kebutuhan wanita karier akan pakaian yang dapat memberikan tampilan rapi, menarik, namun tidak berbahaya bagi kesehatan. Total biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan 1 buah rancangan

yakni Rp 771.500,00 dengan rincian biaya kain sejumlah Rp 325.000,00, biaya *trimming* sejumlah Rp 221.500,00, biaya pembuatan garmen sejumlah Rp 1750.000,00, dan biaya lain-lain sejumlah Rp 50.000,00. Produk dari *brand fashion* Catherine Yuwono, dengan *mark up* sebanyak 200%, akan dijual seharga Rp 2.315.900,00 dan dipasarkan secara *online*.



Gambar 7. Tampilan 4 dari rancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

Tampilan 4 dari rancangan produk Catherine Yuwono merupakan gaun sepanjang lutut dengan panel lipit dan celana pendek di bagian dalam gaun yang dapat dibuka-tutup menggunakan resleting. Rancangan ini sesuai untuk wanita karier dengan kebutuhan akan pakaian dengan tampilan modern, segar, dan memberikan ruang bernafas bagi tubuh. Total biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan 1 buah rancangan yakni Rp 778.200,00 dengan rincian biaya kain sejumlah Rp 316.700,00, biaya *trimming* sejumlah Rp 211.500,00, biaya pembuatan garmen sejumlah Rp 200.000,00, dan biaya lain-lain sejumlah Rp 50.000,00. Produk dari *brand fashion* Catherine Yuwono, dengan *mark up* sebanyak 200%, akan dijual seharga Rp 2.335.900,00 dan dipasarkan secara *online*.



Gambar 8. Tampilan 5 dari rancangan koleksi *brand* Catherine Yuwono

Tampilan 5 dari rancangan produk Catherine Yuwono merupakan gaun dengan aksen panel lipit di bagian bahu dan rok yang dapat dibuka-tutup menggunakan resleting. Panel di bagian rok memberikan kenyamanan lebih bagi pengguna di saat dibutuhkan, serta menambah tampilan menarik bagi busana kerja mereka. Total biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan 1 buah rancangan yakni Rp

859.750,00 dengan rincian biaya kain sejumlah Rp 359.250,00, biaya *trimming* sejumlah Rp 250.500,00, biaya pembuatan garmen sejumlah Rp 200.000,00, dan biaya lain-lain sejumlah Rp 50.000,00. Produk dari *brand fashion* Catherine Yuwono, dengan *mark up* sebanyak 200%, akan dijual seharga Rp 2.579.900,00 dan dipasarkan secara *online*.

PENUTUP

Kesimpulan

Dengan meningkatnya jumlah pekerja wanita di era modern ini, Catherine Yuwono sebagai *brand fashion* ingin hadir menawarkan koleksi busana wanita yang memberikan ruang gerak dan kenyamanan bagi wanita karier dengan mobilitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan yang terdapat dalam rumusan masalah pada Bab 1.2. *Output* dari *brand fashion* Catherine Yuwono terdiri dari 1 jumpsuit dan 4 gaun yang disesuaikan dengan kebutuhan target market, yang merupakan wanita karier berusia 25-25 tahun dengan mobilitas tinggi dan ditelusuri melalui penggalian data primer dan sekunder.

Teknik yang dipilih untuk mewujudkan rancangan dari koleksi ini yakni teknik panel, dengan berbagai variasi yang disesuaikan dengan macam-macam jenis kebutuhan dari tipe konsumen yang berbeda-beda sesuai dengan profesi masing-masing. Material dipilih setelah melalui pertimbangan mendalam sehubungan dengan tingkat kenyamanan bagi setiap individu yang cenderung berbeda. Hal ini menjadi salah satu kesulitan yang dihadapi pada saat merancang koleksi, begitu pula dengan kesulitan untuk menemukan jasa yang tepat untuk mewujudkan koleksi dari *brand fashion* Catherine Yuwono dengan kualitas dan harga yang sesuai.

SARAN

Untuk mengembangkan *brand Catherine Yuwono* yang masih baru dengan kegiatan promosinya, perancang harus terus jeli dan mengembangkan strategi dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang. Selain itu, inovasi dan peningkatan terhadap produk serta pengembangan strategi promosi untuk lebih meningkatkan *brand awareness* dari *brand Catherine Yuwono* juga harus senantiasa dilaksanakan. Untuk menjaga eksistensi dan peningkatan *brand* dalam jangka panjang, perlu memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, meningkatkan kualitas produk, pandai melihat peluang, dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen. Selain itu adapun saran bagi Universitas Ciputra, yakni untuk menempatkan ruang khusus dengan fasilitas dan alat yang memadai bagi perancang untuk melakukan penelitian, terutama dalam penelitian material yang digunakan dalam perancangan koleksi busana. Hasil dari perancangan ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama yang memiliki fokus pada perancangan *brand fesyen*. Diharapkan hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat umum dan akademik, khususnya kampus yang berhubungan dengan ilmu desain fesyen.

KEPUSTAKAAN

- Abrams, Rhona. (2008). *PASSION to PROFIT*. USA: ASTD Press.
- Aldrich, Winifred. (2004). *Metric Pattern Cutting for Women's Wear*. UK: John Wiley and Sons, Ltd.
- Andre, Mary-Lou. (2004). *Ready to Wear: an Expert's Guide to Choosing and Using Your Wardrobe*. New York: The Berkley Publishing Group.
- Boedijono, Yogi. (2013). *Panduan Lengkap Menjahit*. Jakarta: Kawan Pustaka.
- Detrixhe, Sandra. (2004). *The Everything Sewing Book: From Threading the Needle to Basting the Hem, All You Need to Alter and Create Beautiful Clothes, Gifts, and Decorations*. USA: Adams Media.
- Faust, Marie-Eve dan Carrier, Serge. (2014). *Designing Apparel for Consumers: The Impact of Body Shape and Size*. Oxford: Woodhead Publishing.
- Hasan, Alwi. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Muliawan, Porrie. (2014). *Dasar-dasar Teknik Jahit Menjahit*. BPK Gunung Mulia.
- Nugroho, Ridho. (2014). *Memilih Busana Jumpsuit yang Tepat*, diunduh dari <http://tabloidnova.com/Mode-dan-Kecantikan/Mode/Memilih-Busana-Jumpsuit-Yang-Tepat> pada tanggal 5 April 2016 jam 8.50.
- Pratiwi, Djati. (2001). *Pola Dasar dan Pecah Pola Busana*. Penerbit Kanisius.
- Riyanto, Arifah A. (2003). *Teori Busana*. Bandung: Yapemdo.
- Rustan, Surianto. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Threads Magazine. (1992). *Jackets, Coats, and Suits*. USA: Taunton Press.
- Travers-Spencer, Simon dan Zaman, Zarida. (2008). *The Fashion Designer's Directory of Shape and Style*. Barrons Educational Series.
- Zulaeha, E. (2011). *Ketika Jodoh Tak Kunjung Datang*, diunduh dari <http://sosbud.kompasiana.com/2011/07/13/ketika-jodoh-tak-kunjung-datang-380658.html> pada tanggal 3 Maret 2016 jam 12.15.