

PERANCANGAN PRODUK *HOME WEAR* UNTUK WANITA YANG MENGADAPTASI POLA HIDUP SEHAT DI MASA PANDEMI COVID-19 SERTA PELUANG BISNISNYA

Cut Meurah Aurora¹, Rima Febriani²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

auroraviandari@student.telkomuniversity.ac.id¹, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Tren gaya hidup sehat merupakan salah satu *lifestyle* yang telah diterapkan oleh banyak masyarakat di hampir seluruh dunia termasuk Indonesia. Masyarakat dengan gaya hidup sehat, tidak hanya *aware* terhadap kesehatan tubuh, melainkan *aware* juga terhadap lingkungan di sekitar mereka. Masyarakat dengan gaya hidup sehat, cenderung memilih pakaian dengan bahan dasar material alam yang baik untuk tubuh dan lingkungan serta dapat dipakai untuk jangka waktu yang lama. Adanya pandemi Covid-19 mengharuskan masyarakat untuk melakukan aktifitasnya dirumah saja. Hal ini tentu berdampak juga terhadap busana yang mereka kenakan. Selama melakukan berbagai aktifitas di dalam rumah, dibutuhkan pakaian yang nyaman digunakan di dalam rumah dan tetap *stylish* ketika dipakai. Busana *home wear* merupakan salah satu tren yang populer di masa pandemi Covid-19. Pada penelitian ini, penulis akan merancang busana *home wear* yang diperuntukkan bagi wanita dewasa muda dengan bahan dasar material alam, dengan desain *all sized fitted* yang dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama. Penelitian menggunakan metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif yang meliputi studi literatur, wawancara, observasi, kuisioner dan eksplorasi. Dalam penelitian ini, penulis menemukan adanya suatu peluang usaha baru untuk membuat sebuah *brand home wear* dengan material alam, guna memenuhi kebutuhan wanita dewasa muda yang menerapkan gaya hidup sehat.

Kata Kunci : Gaya Hidup Sehat, Wanita Dewasa Muda, *Home Wear*, *Slow Fashion*, Peluang Bisnis.

Abstract

The trend of a healthy lifestyle is one of the lifestyles that has been applied by many people in almost all parts of the world, including Indonesia. People with a healthy lifestyle do not only care about their health, but also care about the environment around them. People with healthy lifestyles choose to choose clothes with natural ingredients that are good for the body and the environment and can be worn for a long time. Due to the COVID-19 pandemic, people are required to stay at home. This of course also has an impact on the clothes they wear. During various activities at home, you need clothes that are comfortable to use at home and remain stylish when worn. Home wear is one of the most popular trends during the Covid-19 pandemic. In this study, the author will design basic home wear clothing for young adult women with natural materials, with an all size fit design that can be used for a long period of time. The study used a mixture of qualitative and quantitative methods which included literature studies, interviews, observations, questionnaires and exploration. In this study, the authors found a new business opportunity to create a home clothing brand with natural ingredients, in order to meet the needs of young adult women who adopt a healthy lifestyle.

Keywords: Healthy Lifestyle, Young Adult Women, Home Wear, Slow Fashion, Business Opportunity.

1. Pendahuluan

Fenomena Covid-19 merupakan fenomena yang mengubah hampir seluruh aspek di kehidupan masyarakat. Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis Coronavirus yang baru dan ditemukan pertama kali di Wuhan, Tiongkok, bulan Desember 2019 (World Health Organization, 2020). Aktifitas yang dijalankan oleh masyarakat pun berubah sejak adanya pandemi Covid-19, masyarakat diharuskan untuk melakukan WFH (*Work From Home*) dan SFH (*School From Home*).

Masyarakat yang telah menerapkan gaya hidup sehat, akan lebih *aware* terhadap aktifitas yang dilakukannya, seperti berolahraga dan lebih meningkatkan pola makan yang sehat. Hasil penelitian Lake dkk. (2007) menunjukkan bahwa 54,0% individu memiliki persepsi tentang makanan sehat berupa makanan yang mengandung komponen pangan yang seimbang. (Briawan, 2015). Dalam segi berpakaian, masyarakat yang telah menerapkan gaya hidup sehat cenderung memilih bahan pakaian yang ramah untuk tubuhnya serta lingkungan.

Diterapkannya sistem *work from home*, berdampak pada gaya berpakaian masyarakat yang mengadaptasi pola gaya hidup sehat yang bekerja secara formal maupun informal. Dengan banyaknya aktifitas yang sebagian besar dilakukan di dalam rumah, busana yang dikenakan pun menyesuaikan dengan aktifitas baru tersebut. Wanita dewasa muda yang menerapkan gaya hidup sehat dan bekerja secara formal maupun informal, cenderung memilih pakaian dengan material alam yang ramah untuk tubuh serta lingkungan, dengan desain *all sized fitted* yang *simple* dan minimalis, yang memungkinkan untuk dipakai dengan jangka waktu yang panjang

Jenis pakaian yang akan dikembangkan dalam penelitian ini merupakan jenis pakaian *home wear* dengan bahan utama material organik yang masih termasuk jarang pengembangannya. Penelitian ini memiliki beberapa peluang yang dapat dikembangkan, diantaranya adalah membuat pakaian *home wear* dengan bahan material alam dengan konsep *slow fashion* serta desain *all size fitted* yang dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang. Menurut Mandy dkk., (2020) Tujuan dari *slow fashion* adalah untuk melihat rantai pasokan dari pandangan menyeluruh, dimulai dari perencanaan jangka waktu pemakaian produk, membuat keputusan yang bertanggung jawab secara sosial dan ekonomi, serta berkontribusi terhadap edukasi konsumen untuk meningkatkan kesadaran dan memiliki tanggung jawab terhadap lama jangka pemakaian produk yang dibeli. Penelitian ini dilengkapi lokal konten yang terinspirasi dari budaya memakan lalapan masyarakat sunda. Selain itu, setelah melakukan survei kuisioner kepada total 77 responden wanita yang menerapkan pola hidup sehat, 56 diantaranya membutuhkan pakaian *home wear* sejak adanya pandemi Covid-19. Oleh sebab itu, dapat terciptanya sebuah peluang usaha *home wear* dengan target market wanita yang mengadaptasi pola hidup sehat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan mengenai pakaian untuk wanita dengan gaya hidup sehat, di masa pandemi Covid-19, yang sedang atau pernah menjalankan *work from home*, serta menciptakan suatu peluang usaha pakaian dengan konsep *all sized fitted design*, yang dapat digunakan untuk jangka waktu yang panjang dan tetap menerapkan konsep *slow fashion*.

2. Metode Penelitian

Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif. Menggunakan Studi Literatur seperti *e-book* dan jurnal agar mendapatkan data yang relevan dan valid mengenai peluang usaha, gaya hidup sehat, *slow food*, *slow fashion* serta *work from home* saat pandemi Covid-19. Selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan tiga narasumber yang telah menerapkan gaya hidup sehat agar lebih mengetahui lebih dalam mengenai pola hidup sehat yang telah mereka terapkan serta perbedaan kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh masing-masing narasumber, sebelum maupun sesudah pandemi Covid-19. Metode penelitian selanjutnya adalah survei kuisioner yang dilakukan sebanyak dua kali untuk mengetahui lebih dalam mengenai gaya hidup sehat yang telah diterapkan oleh responden yang sudah menerapkan gaya hidup sehat, serta kebutuhan mengenai pakaian *home wear* yang dibutuhkan oleh wanita dengan gaya hidup sehat. Selanjutnya adalah melakukan observasi ke 1 restoran makanan sehat yang ada di Bandung, untuk mengetahui lebih dalam mengenai karakteristik masyarakat yang telah menerapkan gaya hidup sehat. Selanjutnya adalah melakukan eksplorasi guna menciptakan pakaian *home wear* yang inovatif untuk wanita, khususnya yang menerapkan gaya hidup sehat

3. Hasil dan Pembahasan

Bedasarkan data studi literatur, hasil dari wawancara, observasi serta survei kuisioner tersebut, ditemukan suatu kebutuhan pakaian *home wear* bagi wanita dewasa muda yang bekerja secara formal maupun informal, dan sedang melakukan *work from home*. Pakaian yang dibutuhkan oleh target market tersebut adalah busana *home wear* dengan material organik 100% yang nyaman dan praktis digunakan saat melakukan sebagian besar kegiatan di dalam rumah. Sedangkan dari analisa brand perbandingan seperti Lepas Wear, I AM ECCU serta Seratus Kapas, ditemukan adanya peluang untuk dikembangkan sebagai diferensiasi dan *value* dari produk pada penelitian ini, yaitu mengangkat lokal konten budaya lalapan sunda yang kemudian, lokal konten tersebut direalisasikan menjadi eksplorasi bordir. Dari data tersebut, penulis berharap hasil perancangan produk pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan yang telah ditemukan.



Gambar 1 *Imageboard*

Pada *imageboard* ini, penulis mengangkat tema *natural minimalist*. Mengingat kondisi saat ini yang mewajibkan masyarakatnya melakukan *work from home*, koleksi pada perancangan ini yaitu merancangan busana *home wear* yang sangat dapat *men-support* kegiatan *work from home* karena dapat dipakai oleh wanita-wanita yang menerapkan pola hidup sehat yang bekerja secara formal maupun informal. Mengangkat lokal konten budaya lalapan sunda yang kemudian akan direalisasikan menjadi eksplorasi bordir.



Gambar 2 Lifestyle Board

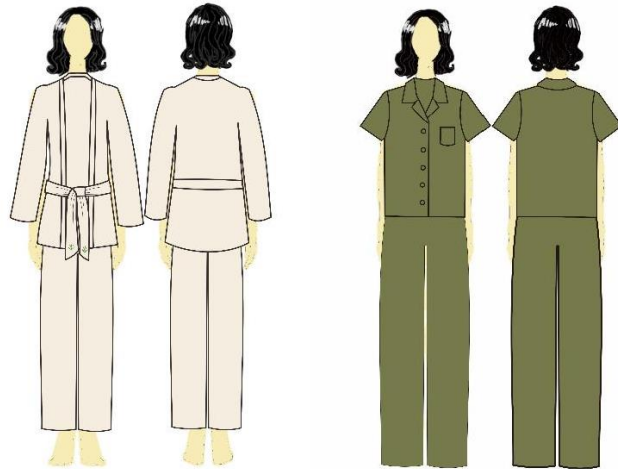
Pada lifestyle board, target market yang dimaksud adalah wanita dewasa muda yang mengadaptasi pola hidup sehat, yang tinggal di kota besar seperti Bandung dan Jakarta. Wanita dewasa muda ini memiliki karakter peduli terhadap lingkungan, dewasa serta bijaksana, dan memiliki sifat *humble*, mandiri dan disiplin. Sebagian besar kegiatan yang mereka lakukan, berkaitan dengan pekerjaan, karena mereka merupakan orang-orang yang disiplin dan senang bekerja. Mereka sangat senang berolahraga, dan selalu menyempatkan waktu untuk berolahraga setiap harinya. Mereka juga menyenangi kegiatan meditasi dan kegiatan *refreshing* seperti berkebun dan memasak menu makanan sehat.

Eksplorasi Awal

Pada penelitian ini, eksplorasi awal yang dilakukan adalah membuat stilasi motif serta eksplorasi desain. Berikut merupakan eksplorasi terpilih motif dan eksplorasi terpilih desain.



Gambar 3 Eksplorasi Terpilih Motif



Gambar 4 Desain Terpilih

Eksplorasi Lanjutan

Eksplorasi lanjutan dari penelitian ini adalah melakukan eksplorasi bordir pada kain Lyco Linen yang merupakan 100% material organik, dengan menggunakan benang katun non organik.



Gambar 5 Eksplorasi Lanjutan

Eksplorasi Akhir

Eksplorasi akhir dari penelitian ini adalah melakukan bordir pada kain Euca Linen Canvas dan Euca Linen Super yang merupakan 100% material organik, dan dengan menggunakan benang katun non organik. Berikut eksplorasi bordir terpilih yang diterapkan pada produk.



Gambar 6 Eksplorasi Bordir Terpilih

Pada penelitian ini, dilakukan validasi agar produk yang dihasilkan dapat terbukti telah menerapkan prinsip-prinsip *slow fashion*. Hal tersebut dapat terlihat dari tabel dibawah ini.

NO 2355-9349	Kriteria & Prinsip <i>Slow Fashion</i>	Produk Akhir Penelitian e-Proceeding of Art & Design : Vol.8,	Kesesuaian Perancangan Desain dengan Konsep Perancangan Desember 2021 Page 4241
1	Tujuan dari <i>slow fashion</i> adalah untuk menciptakan produk yang bertanggung jawab secara sosial dan ekonomi, serta berkontribusi terhadap untuk mengedukasi konsumen dalam meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab terhadap lama jangka pemakaian produk yang dibeli. Mandy dkk dalam Choi, (2013)	<i>Brand</i> penelitian ini menggunakan bahan material organik 100% yang ramah untuk tubuh serta lingkungan, desain <i>all size fitted</i> yang dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang.	✓
2	<i>Slow fashion</i> selalu mempertimbangkan setiap proses yang ada serta dampak yang ditimbulkan dari perbuatannya. Selain itu juga kesamaan dalam penggunaan pakaian yang mengedepankan unsur kenyamanan. (Mandy dkk., 2020)	<i>Brand</i> penelitian ini akan memberikan upah yang baik kepada vendor jasa yang telah melakukan kerjasama. <i>Brand</i> penelitian ini mengedepankan unsur kenyamanan dengan menggunakan material organik 100% yang ramah untuk tubuh serta lingkungan, yang akan nyaman jika dipakai untuk berbagai macam aktifitas yang dilakukan di rumah.	✓
3	Kriteria pakaian <i>slow fashion</i> , pada umumnya mengedepankan unsur kenyamanan, dibanding nilai estetika berupa hiasan serta motif yang menarik perhatian. Mereka cenderung menyukai pakaian yang klasik dengan bahan dan kualitas terbaik yang didapatkan. (Mandy dkk., 2020)	Desain busana pada penelitian ini tidak mengikuti tren, karena berfokus pada kenyamanan bahan serta desain pakaian yang dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang. Dilengkapi dengan eksplorasi bordir dilengkapi lokal konten yang terinspirasi dari bagian dalam tumbuhan <i>edible</i> yang tetap ingin menonjolkan kesan minimalis pada busana.	✓
4	Prinsip <i>slow fashion</i> , turut mengedukasi konsumen untuk bertanggung jawab akan pakaian yang dikonsumsi, serta penggunaan material serat alami yang memiliki kemampuan degradasi yang baik. (Mandy dkk., 2020)	<i>Brand</i> penelitian ini akan membuat <i>campaign / post</i> yang mengedukasi masyarakat untuk selalu menjaga lingkungan dan memahami dampak yang ia lakukan terhadap lingkungan. <i>Brand</i> pada penelitian ini pun, menggunakan material ramah lingkungan yang sudah tersertifikasi sebagai material ramah lingkungan.	✓

5	<p>Pakaian dengan kategori <i>slow fashion</i> pada umumnya diproduksi menggunakan <i>closed loops system</i> (sistem dimana industri memanfaatkan bahan sisa-buangan yang ada, serta bahan daur ulang dan menghindari penimbunan limbah) (Mandy dkk., 2020)</p>	<p><i>Brand</i> penelitian ini memanfaatkan limbah sisa kain, yang kemudian diproduksi kembali menjadi <i>pouch</i> yang digunakan sebagai <i>packaging</i></p>	✓
---	--	---	---

Table 1 Validasi *Slow Fashion*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Hasil Akhir

Setelah melewati tahapan-tahapan produksi, brand pada penelitian ini diberi nama Dhara, yang dalam bahasa Sanskerta memiliki arti Bumi. Diharapkan makna dari brand Dhara, dapat mengingatkan kembali kepada masyarakat untuk selalu *aware* dan peduli terhadap lingkungan.



Gambar 7 Dhara Volume 01



Gambar 8 Dhara Volume 02

Berikut merupakan Merchandising Kit dari brand Dhara yaitu *Thankyou Card*, *Box Packaging* dan *How To Care*



Gambar 9 Dhara Merchandising Kit

Business Model Canvas

Perancangan dan perencanaan pada penelitian ini, menggunakan teori bisnis model canvas. Menurut Osterwalder dalam Wisnu (2014) *Business Model Canvas* adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah struktur menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai. Berikut merupakan bisnis model *canvas* dari brand Dhara

The Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:										
<p>Key Partners</p> <p>Bekerja sama dengan mitra utama seperti toko kain material organik, penjahit, vendor bordir, vendor packaging serta jasa kirim seperti JNE dan JAT. Melakukan kerjasama juga dengan influencer sebagai salah satu media promosi.</p>	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proses pembuatan koleksi yang dimulai dengan konsep lalu membuat desain yang dilengkapi dengan lokal bentan. - Produksi - Pembuatan Sample - Quality Control - Penentuan Budgeting - Marketing Plan - Promosi - Penjualan - Proses Pengiriman <p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toko kain dengan Material Organik Penjahit - Vendor Bordir - Vendor Packaging - Marketing Team - Finance Team 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pakain Home Wear dengan desain timeless dan minimalis yang dapat dipakai tidak hanya di dalam rumah, namun dapat di pakai untuk berbagai macam kegiatan - Menggunakan 100% Material Organik yang nyaman dan baik untuk tubuh serta lingkungan. - Packaging yang dapat dimanfaatkan kembali serta merchandise yang dibuat secara handmade, memfasilitasi kita kain untuk dijadikan pouch. 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan admin khusus untuk Line@ serta Whatsapp - Fitur pemesanan yang disertai dengan blur chat agar pembeli dapat dengan mudah menanyakan detail barang yang diinginkan - Melakukan promosi dengan rutin serta melampirkan diskon di waktu-waktu tertentu <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan secara offline dengan memajukan titik ke Toko Organik di Bandung - Penjualan secara online di Instagram, Website serta E-Commerce seperti Shopee dan Tokopedia - Melakukan kerjasama untuk proses distribusi dengan JAT dan JNE 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wanita Dewasa Muda berusia 23-36 Tahun, yang menerapkan gaya hidup sehat. Diperkirakan pada umur tersebut, sudah memiliki <i>style fashion</i> tersendiri dan kesadaran untuk membeli produk yang dapat dipakai untuk jangka panjang. - Berdomisili di kota besar seperti Jakarta dan Bandung, dengan mempertimbangkan penghasilan yang dihasilkan, sehingga daya beli pun akan tinggi. 											
<p>Cost Structure</p> <table border="0"> <tr> <td>Variable Cost :</td> <td>Fixed Cost :</td> </tr> <tr> <td>- Kain Organik</td> <td>- Pouch</td> </tr> <tr> <td>- Koneksi</td> <td>- Box</td> </tr> <tr> <td>- Jasa Jahit</td> <td>- Thankyou Card</td> </tr> <tr> <td>- Jasa Bordir</td> <td>- Hang Tag</td> </tr> </table>		Variable Cost :	Fixed Cost :	- Kain Organik	- Pouch	- Koneksi	- Box	- Jasa Jahit	- Thankyou Card	- Jasa Bordir	- Hang Tag	<p>Revenue Streams</p> <p>Kisaran penjualan produk starts from IDR. 550.000 - IDR. 1.000.000</p>			
Variable Cost :	Fixed Cost :														
- Kain Organik	- Pouch														
- Koneksi	- Box														
- Jasa Jahit	- Thankyou Card														
- Jasa Bordir	- Hang Tag														

Gambar 10 Business Model Canvas brand Dhara

Pada bisnis model *canvas* ini, secara segmentasi geografis, target market tinggal dan bekerja di kota besar seperti Bandung dan Jakarta, yang mana hal tersebut dapat meningkatkan daya beli konsumen. Secara demografis, Wanita dewasa muda berumur 23-36 tahun yang menerapkan gaya hidup sehat, karena pada umur tersebut, umumnya sudah memiliki *style fashion* tersendiri dan memiliki kesadaran untuk membeli produk-produk ramah lingkungan yang dapat terpakai untuk jangka waktu panjang. dan secara psikografis, *Wanita dewasa muda dengan gaya hidup sehat memiliki karakter peduli terhadap lingkungan*. Wanita dewasa muda ini menyenangi produk-produk ramah lingkungan yang baik untuk tubuh serta lingkungan dan dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang. Wanita

dewasa muda ini, memiliki sifat humble, mandiri serta disiplin, yang menyukai aktifitas fisik yang menyehatkan seperti berolahraga, berkebun, memasak dan bekerja.

Adapun *Value* yang dimiliki oleh produk pada penelitian ini yaitu merancang busana *home wear* dengan desain *timeless* dan minimalis yang dapat terpakai untuk berbagai macam kegiatan. Menggunakan material 100% kain organik yang ramah dan baik untuk tubuh dan lingkungan. *Packaging* yang dapat dimanfaatkan kembali serta *merchandise* yang dibuat secara *handmade*, dengan memanfaatkan sisa kain untuk dijadikan *pouch*.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat disimpulkan dari penelitian ini yaitu.

1. Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini, yaitu fenomena covid-19 yang membuat sebagian besar masyarakat wajib melakukan *Work From Home* (WFH), ditemukan adanya kebutuhan mengenai pakaian *home wear* dengan material alam serta desain *all size fitted* yang dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang. Pada data primer, yaitu survei kuisioner, ditemukan adanya kebutuhan mengenai pakaian *home wear* untuk menunjang kegiatan sehari-hari yang juga men-support kegiatan-kegiatan bekerja yang dilakukan di rumah saja. Dengan material ramah lingkungan yang ramah untuk tubuh serta lingkungan, desain *all size fitted* dengan kualitas yang baik agar dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang, serta nyaman dan praktis digunakan untuk menunjang aktifitas yang sebagian besar dilakukan di dalam rumah, serta menambahkan lokal konten sebagai ciri khas. Penambahan lokal konten, divisualisasikan menggunakan teknik bordir, karena tidak ingin menghilangkan kesan *simple* pada busana serta agar dapat awet untuk jangka waktu yang panjang.
2. Busana pada penelitian ini dapat dikategorikan sebagai pakaian *slow fashion*, dikarenakan, prinsip *slow fashion* itu sendiri pada umumnya menggunakan material alami yang memiliki kemampuan degradasi yang dapat dengan mudah terurai di lingkungan, serta tujuan dari *slow fashion* itu sendiri adalah untuk menciptakan produk yang berfokus pada jangka lama pemakaiannya. (Mandy dkk., 2020). Pengembangan peluang usaha dengan konsep *slow fashion* ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan material alami dengan kualitas yang baik agar dapat terpakai untuk jangka waktu yang panjang, proses pembuatan yang tidak menghasilkan tumpukan sampah karena memanfaatkan bahan sisa, dan sesuai dengan kriteria *slow food* yang diangkat oleh Carlo Petrini, yang erat kaitannya dengan *slow fashion* yaitu *Good, Clean* dan *Fair*. *Good* dalam segi pemilihan bahan yang baik, *clean* yaitu bersih dalam segala proses dari mulai produksi hingga sampai ke tangan *customer*, serta *fair* yaitu memberikan upah yang seadil-adilnya untuk para pekerja.
3. Proses peluang usaha pada penelitian ini dirancang menggunakan *Business Model Canvas* untuk memperjelas proses dari peluang usaha yang diterapkan pada penelitian ini. Produk akhir dari penelitian ini adalah membuat pengembangan serta peluang usaha dari busana *home wear* yang diperuntukkan bagi pekerja formal maupun informal.

Referensi

Jurnal

Alfianto, E. A. (2012). Kewirausahaan : Sebuah Kajian Pengabdian Kepada Masyarakat. *Heritage*, 1(2), 33–42.

Briawan, R. H. P. dan D. (2015). Persepsi Tentang Pangan Sehat, Alasan Pemilihan Pangan Dan Kebiasaan Makan Sehat Pada Mahasiswa. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 9(3), 211–218.

Cataldi, C., Dickson, M., & Grover, C. (2017). Slow fashion: Tailoring a strategic approach for sustainability. *Sustainability in Fashion and Textiles: Values, Design, Production and Consumption*, 22–46.

Hendariningrum, R. (2018). BUDAYA DAN KOMUNIKASI KESEHATAN (Studi Pandangan Kesehatan Pada Masyarakat Sunda Dalam Tradisi Makan Lalapan). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(1), 13–19.

Here, S. V., & Priyanto, P. H. (2014). Subjective Well-Being Pada Remaja Ditinjau Dari Kesadaran Lingkungan. *Psikodimensia*, 13(1), 10.

Lea, E. J., Crawford, D., & Worsley, A. (2006). Public views of the benefits and barriers to the consumption of a plant-based diet. *European Journal of Clinical Nutrition*, 60(7), 828–837.

Mandy, J., Suprayitno, G. S., & Ciputra, U. (2020). NORMCORE UNTUK BRAND THE AND YANG MENDUKUNG SLOW FASHION. 2.

Ruhl (2013) *Slow Food: From Farm to Healthy Body to Healthy Body*

Wisnu, S. D. (2014). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri Universitas Trisakti*, February, 215–230.

Paper

Nova.2007. "Ingin Sehat Salah Satunya dengan Mengatur Pola Makan." No. 1034/XX/17-23 Desember 2007

Petrini, C. B. (2012). The Central Role of Food. *Slow Food International*. Slow Food International.

Book

Eagan, Greta. (2014). *Wear No Evil: How to Change the World with Your Wardrobe*. Philadelphia: Running Press.

Situs Web

Covid-19.go.id <https://covid19.go.id/agenda-detail/update-penanganan-covid-19>

DetikFood (2019) <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4583159/mentimun-itu-tergolong-jenis-sayuran-atau-buah-ya>

Fesyen Design (2021) <https://www.fesyendesign.com/unsur-unsur-desain-busana/>

International, S. F. (2012). Slow Food International. Retrieved February 15, 2013, dari About us: <http://www.slowfood.com/international/1/about-u>

Kementrian Perindustrian (2020) <http://bdipadang.kemenperin.go.id/forum/thread/macam-macam-bordir-dan-penjelasan>

Kompas.com (2021) <https://nasional.kompas.com/read/2021/01/11/15431411/update-bertambah-8692-kasus-covid-19-di-indonesia-capai-836718?page=all>

Listiarini (2020) <https://iprice.co.id/trend/produk-terbaik/5-baju-rumah-terbaik-untuk-work-from-home-wfh-makin-asik/>

Marisca (2015) <https://majalah.stfi.ac.id/selada-lactuca-sativa-l/>

Pikiran Rakyat.2007. “Waktunya Turunkan Berat Badan.” *Pikiran Rakyat*.1 Oktober

Putri (2018) <https://www.klikdokter.com/me/devia.irine>

Reynette Fausto (2018). <https://www.femina.co.id/health-diet/masyarakat-indonesia-kurang-peduli-gaya-hidup-sehat->

World Health Organization (2018) <https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

Yuda (2020) <https://www.bola.com/ragam/read/4338749/9-manfaat-daun-kemangi-bagi-kesehatan-yang-menakjubkan>

Yuliati, N. A. (2015). Peningkatan Kreativitas Seni Dalam Desain Busana. *Imaji*, 5(2).

Zona Referensi (2021) <https://www.zonareferensi.com/unsur-unsur-seni-rupa/>

Lepas Wear (2021) <https://www.instagram.com/lepaswear/>

I AM ECCU (2021) <https://www.instagram.com/i.am.eccu/>

Seratus Kapas (2019) : <https://www.instagram.com/seratuskapas/>

Warta Ekonomi (2020) <https://www.wartaekonomi.co.id/read308175/7-barang-yang-banyak-dibeli-orang-saat-pandemi-peluang-bisnis-nih>