

PERANCANGAN *DAILY WEAR* UNTUK PRIA ANGGOTA KOMUNITAS PECINTA ALAM

Thio Santa Monica¹, Widia Nur Utami²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

thiosanta@student.telkomuniversity.ac.id¹, widianur@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Anggota pria komunitas pecinta alam memiliki ketertarikan terhadap pakaian *outdoor*. Material yang kuat serta fungsi yang ditawarkan oleh pakaian *outdoor* menjadi pertimbangan anggota pria komunitas pecinta alam, memakai pakaian *outdoor* untuk pakaian sehari-hari mereka. Namun, pakaian *outdoor* merupakan pakaian yang memang ditujukan untuk di lapangan dan kurang cocok untuk digunakan untuk sehari-hari. Dengan perancangan yang tepat serta tetap mempertahankan spesifikasi pakaian *outdoor*, diharapkan dapat menjadi pilihan pakaian sehari-hari anggota pria komunitas pecinta alam. Pada penelitian ini, metode yang diterapkan adalah metode penelitian kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara terhadap narasumber dari anggota komunitas dan mengumpulkan data terkait dari studi literatur. Tujuan dari penelitian ini adalah dapat mengaplikasikan elemen-elemen pada pakaian *outdoor* terhadap pakaian di luar kegiatan pecinta alam, dengan hasil akhir dari penelitian ini adalah *daily wear* bergaya pakaian *outdoor* dan juga spesifikasi yang terdapat pada pakaian *outdoor*.

Kata Kunci : *daily wear, outdoor, pria, komunitas*

Abstract

Male members of the nature lover community have an interest in outdoor apparel. The strong materials and functions offered by outdoor apparel are considered by male members of the nature lover community wearing outdoor apparel for their daily wear. However, outdoor apparel is apparel that is intended for the field and is not suitable for everyday use. With the right design and still maintaining the specifications of outdoor apparel, hoped that it can become the choice of daily wear for male members of the nature lover community. In this study, the applied method is a qualitative research method, with data collection methods through field observations, interviews with interviewees from community members and collecting related data from literature studies. The purpose of this research is to be able to apply elements of outdoor clothing to clothes outside of nature lovers' activities, with the result of this research is *daily wear* in the style of outdoor clothing and the specifications in outdoor clothing.

Keywords: *daily wear, outdoor, male, community*

PENDAHULUAN

Komunitas pecinta alam pertama kali berasal dari Bandung pada tahun 1960an, lalu diikuti MAPALA UI. Perkembangan komunitas pecinta alam di Kota Bandung terlihat dari Mahitala (kelompok pendaki gunung Universitas Parahyangan Bandung), menjadi kelompok pertama yang telah mendaki Seven Summits, tujuh gunung tertinggi di tujuh kontinen. Sebagai salah satu tempat berkembangnya komunitas pecinta alam, anggota kelompok pecinta alam di Kota Bandung tentu sangat berkembang. Perkembangan komunitas di Kota Bandung ini menjadi pilihan penulis untuk memilih anggotanya sebagai

sumber data penulisan. Anggota komunitas pecinta alam di Kota Bandung berasal dari berbagai latar belakang, seperti komunitas yang terbentuk dari suatu sekolah, unit kegiatan mahasiswa, ataupun masyarakat di suatu regional. Anggota komunitas pecinta alam juga melakukan kegiatan-kegiatan seperti *hiking, touring*, berjalan-jalan di alam, dan *camping*. Namun, kegiatan kebersamaan seperti itu merupakan kegiatan yang dilakukan di waktu luang, mereka, terutama anggota pria, mempunyai pekerjaan utama sebagai karyawan, wiraswasta, mahasiswa dan yang lainnya.

Kegiatan seperti *hiking* dan *camping*, tentu memerlukan pakaian yang dapat mendukung aktivitas tersebut (Muchlis, 2012). Ketertarikan anggota pria komunitas pecinta alam dengan merek pakaian *outdoor*, membuat mereka mengenakan pakaian *outdoor* tersebut ke kegiatan sehari-hari mereka. Seperti yang dikatakan juga oleh Muchlis (2012), perlengkapan penggiat alam bebas saat ini tidak hanya digunakan pada saat seseorang akan melakukan kegiatan saja, perlengkapan tersebut akhirnya menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari (casual) yang akhirnya menjadi sebuah identitas.

Pakaian *outdoor* mempunyai bahan yang kuat dan tahan dalam berbagai cuaca. Pakaian tersebut juga merupakan pakaian yang fungsional dan merepresentasikan seorang pecinta alam. Dengan kriteria tersebut, membuat anggota pria komunitas pecinta alam, tetap menggunakan pakaian *outdoor* dalam kegiatan sehari-hari mereka. Adanya hal ini, menjadi sebuah potensi untuk membuat pakaian yang cocok digunakan sehari-hari untuk anggota pria komunitas pecinta alam.

Penulis akan membuat set pakaian yang terdiri dari atasan, *outer*, dan celana. Item tersebut merupakan pakaian yang paling banyak digemari anggota pria. Pakaian tersebut akan tetap menggunakan material-material yang mencerminkan pakaian *outdoor*, tapi akan disesuaikan kembali ketebalannya, sehingga dapat tetap nyaman digunakan dalam keseharian

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Adanya potensi pengembangan konsep *daily wear* yang bertemakan pakaian *outdoor*
2. Adanya potensi pengembangan produk *daily wear* yang bertemakan pakaian *outdoor*

BATASAN MASALAH

1. Penelitian ini dibatasi pada pria usia produktif (20 tahun – 32 tahun) dan merupakan anggota komunitas pecinta alam di Kota Bandung.
2. Waktu penelitian dilakukan pada kurun waktu tahun 2020-2021 di Kota Bandung

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian tugas akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Penulis mengumpulkan data mengenai unsur rupa dan prinsip desain, konsep perancangan, pengertian komunitas, spesifikasi pakaian pria, serta metode *SCAMPER* melalui buku, laporan, jurnal dan skripsi sebagai dasar pengetahuan dalam penelitian ini.

2. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara dengan pria anggota komunitas pecinta alam di Bandung untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan mereka. Data ini akhirnya akan menjadi acuan utama dalam penelitian ini.

3. Observasi

Penulis melakukan observasi untuk mendapatkan data tambahan seperti *brand* inspirasi dan *brand* pembanding. Observasi dilakukan dengan melihat *social media* dari *target market* untuk melihat keseharian serta penggunaan produk fesyen yang dikenakan. Mengunjungi laman berjualan resmi *brand* inspirasi dan *brand* pembanding, serta observasi ke lapangan, seperti melihat pakaian *outdoor* Eiger, Arei dan Consina.

4. Eksplorasi

Penulis melakukan eksplorasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam pembuatan pakaian bergaya *outdoor*. Eksplorasi dilakukan dengan membuat *moodboard* untuk inspirasi perancangan dengan metode *SCAMPER*.

STUDI PUSTAKA

1. Busana Pria

Menurut buku Busana Pria karya Dr. Sri Wening, M.Pd, busana pria umumnya terbagi menjadi 2 golongan kepentingan ialah busana (*clothing*) dan pelengkap busana (*furnishing*).

1. Busana atau *clothing* merupakan busana sebagai penutup badan. Busana dibagi menjadi dua bagian penggunaannya yaitu busana luar dan busana dalam. Busana luar dapat dibagi dalam beberapa tujuan yaitu: busana kerja atau bepergian (*business or street wear*) dan busana sport dan santai (*sport wear and casual wear*).

2. Pelengkap (*furnishing*) merupakan asesoris yang digunakan untuk melengkapi busana pria, terdiri dari krah (*collars*), dasi (*ties*), sapu tangan (*handkerchiefs*), sabuk (*belt*), penggantung celana berupa sabuk ke bahu (*suspender*) kaos kaki (*hosiery*), pengikat kaos kaki (*garters*), selendang tebal untuk menutupi leher (*mufflers/scrafs*), dan topi.

2. Komunitas Pecinta Alam

Komunitas pecinta alam pada awalnya bermunculan pada tahun 50an, namun nama pecinta alam pertama kali mulai terbentuk pada tanggal 18 Oktober 1953 oleh Awibowo. Pada tahun tersebut juga Perkumpulan Pecinta Alam (PPA) terbentuk. Komunitas pecinta alam tersebut dibentuk dengan maksud untuk mewedahi hobi positif anak muda dan terlepas dari hal-hal negatif. Perkembangan komunitas pecinta alam ditandai oleh terbentuknya komunitas pecinta alam di Universitas Indonesia pada tahun 1960an yang diberi nama MAPALA UI, awal anggotanya merupakan perkumpulan mahasiswa jurusan sastra. Selain MAPALA UI, di tahun yang sama juga terbentuklah Wanadri.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas pecinta alam pada awalnya masih berkisar di konservasi serta penjelajahan hutan dan gunung. Dengan berkembangnya alat dan pengetahuan diri para anggota, mulailah mereka melakukan kegiatan lain seperti: arung jeram, susur goa dan panjat tebing (Anuraga, 2018).

3. Kegiatan Outdoor

Pada awal munculnya komunitas pecinta alam di Indonesia, perlengkapan untuk kegiatan-kegiatan alam masih sangat terbatas. Pada tahun tersebut belum ada produsen di Indonesia yang bisa memproduksi perlengkapan tersebut. Oleh karena itu, penggunaan perlengkapan bekas ABRI (Angkatan Bersenjata Republik Indonesia) dimanfaatkan oleh anggota komunitas pecinta alam. Perlengkapan yang biasanya digunakan adalah ransel, tenda sederhana, perlengkapan yang terbatas seperti pakaian, jaket dan sarung sebagai pengganti sleeping bag (Badil, dikutip dalam Utomo, 2009).

Terdapat 4 klasifikasi wisata alam, yaitu *soft adventure*, *hard adventure*, *ecotourism*, dan *special interest/wildlife tourism*. *Soft adventure* adalah kegiatan alam yang memerlukan sedikit tenaga dan risiko, seperti: bersepeda, berkendara (*riding*), dan wisata ke taman safari. *Hard adventure* adalah kegiatan alam yang memerlukan tenaga fisik yang besar, berisiko besar dan berbahaya, kegiatannya seperti: trekking di area hutan dan gunung, *rock climbing* dan parasailing. *Ecotourism* biasanya merupakan perjalanan alam ke cagar alam yang memiliki spesifikasi pendidikan, sedangkan *special interest/wildlife tourism* merupakan kegiatan pelestarian alam, dengan subjek yang memiliki ketertarikan terhadap suatu lingkungan alam (atau wisata alam liar) (Bindele, dkk. 2013).

4. Pakaian Outdoor

Berdasarkan pada kategori penjualan produk pada merek *outdoor* Eiger, Arei, dan Consina pada *website brand* tersebut, terdapat klasifikasi pakaian *outdoor* adalah sebagai berikut: Jaket yang terdiri dari jaket *windproof*, jaket *waterproof*, jaket *softshell*, jaket *fleece*. Untuk atasam, terdiri dari kemeja *flannel*, kemeja katun, kaos Polo dan *T-shirt*. Bawahannya terdiri dari celana *cotton ripstop* dan celana nilon.

5. SCAMPER

SCAMPER memakai pertanyaan yang tertuju untuk menyelesaikan masalah (atau untuk menemukan sebuah kesempatan). SCAMPER pada dasarnya, adalah pertanyaan-pertanyaan yang dapat memacu ide, untuk menambahkan, atau memodifikasi sesuatu yang sudah ada. SCAMPER terdiri atas:

1.S: *Subtitute* (mengganti)

Pikirkan tentang penggantian bagian dari produk atau proses menjadi yang lainnya.

2.C: *Combine* (menggabungkan)

Pikirkan tentang menggabungkan dua atau lebih bagian dari produk atau proses untuk membuat sesuatu yang baru atau untuk meningkatkan fungsi.

3.A: *Adapt* (mengadaptasi)

Pikirkan tentang bagian mana dari sebuah produk atau proses yang bisa diadaptasi atau yang bisa mengubah fungsi utama dari produk atau prosesnya

4.M: *Modify* (memodifikasi)

Pikirkan tentang mengganti bagian atau keseluruhan dari produk atau proses atau mendistorsi dengan cara yang tidak biasa

5.P: *Put in other use* (penggunaan lain)

Pikirkan tentang kemungkinan menggunakan produk atau proses untuk fungsi yang lainnya

6.E: *Elimate* (mengeliminasi)

Pikirkan tentang apa yang akan terjadi jika menghilangkan bagian dari sebuah produk atau proses dan mempertimbangkan apa yang bisa dilakukan diposisi tersebut

7.R: *Rearrage* (mengatur kembali)

Pikirkan tentang kemungkinan jika bagian dari sebuah produk atau proses bekerja terbalik atau diurutkan secara berbeda. (Serrat, 2017).

HASIL DAN ANALISIS

Berdasarkan studi literatur yang didapatkan, wawancara dan observasi yang telah dilakukan, didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Perlengkapan penggiat alam bebas saat ini tidak hanya digunakan pada saat seseorang akan melakukan kegiatan saja, perlengkapan tersebut akhirnya menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari

(casual) yang akhirnya menjadi sebuah identitas (Muchlis, 2012).

2. Data Primer

1. Anggota komunitas pecinta alam menyukai pakaian *outdoor*, karena pakaia tersebut memiliki bahan yang kuat serta tahan diberbagai cuaca.
2. Anggota pria komunitas pecinta alam menyukai produk yang fungsional.
3. Hasil observasi menunjukkan mereka menyukai warna-warna yang *earhttone*.
4. Potensi penggunaan teknik *colorblock* dalam perancangan.



Gambar 2. Eksplorasi Moodboard 2

3. Data Sekunder

1. Pakaian merupakan sebuah bentuk representasi identitas pecinta alam. Konsumsi pakaian *outdoor* merupakan salah satu gaya hidup dan mengikuti perkembangan mode dalam pakaian dunia pecinta alam (Utomo, 2014).
2. Tak hanya wanita yang mengikuti tren zaman sekarang, namun juga pria sudah menjadikan *fashion* sebagai gaya hidup (Septiani & Any, 2020).



Gambar 3. Eksplorasi Moodboard 3

4. Analisa Perancangan

Merancang busana sehari-hari (*casual*) untuk anggota pria komunitas pecinta alam yang memiliki kegiatan rutin sehari-harinya dengan inspirasinya merupakan pakaian *outdoor* dan tidak meninggalkan identitas pakaian *outdoor*. Menggunakan teknik *colorblock* dalam perancangannya untuk elemen dekoratifnya dan tetap menggunakan warna *earhttone*.

Eksplorasi Awal

Selain mencari studi literatur, melakukan wawancara dan observasi, juga dilakukannya eksplorasi sebagai acuan perancangan dengan menggunakan metode *SCAMPER*. Eksplorasi yang dilakukan adalah pembuatan *moodboard*. Proses pertama yang dilakukan adalah dengan membuat 3 *moodboard* dan akhirnya dipilih satu sebagai acuan dalam perancangan pakaian. Warna yang ditimbulkan pada *moodboard* harus memiliki warna yang bertabrakan untuk pembuatan pakaian yang *colorblock*.



Gambar 1. Eksplorasi Moodboard 1



Gambar 4. 10 Desain Awal

Desain awal tersebut merupakan desain awal yang dirancang berdasarkan *moodboard* terpilih, yaitu *moodboard* yang pertama.

Eksplorasi Lanjutan



Gambar 5. *Moodboard* Terpilih



Gambar 6. 10 Desain Lanjutan

Setelah pertimbangan desain yang merujuk pada *moodboard*, merepresentasikan *moodboard*, harmoni secara warna, dan ketersediaan material pada saat observasi, berikut merupakan 2 set desain yang terpilih:

Setelah sedikit perubahan pada warna *moodboard* dan inspirasi dari beberapa pakaian *outdoor*, ada perubahan juga pada desain yang dirancang. Berikut merupakan 10 desain berdasarkan *moodboard* terpilih yang sudah diperbarui dan disesuaikan.



Gambar 7. 2 Desain Terpilih

Target Market



Gambar 8. Lifestyle Board

Target market pada penelitian ini adalah anggota pria komunitas pecinta alam. Mereka merupakan orang-orang yang senang menjelajah alam. Anggota pria tersebut memiliki banyak aktivitas setiap harinya, seperti: bekerja, berolahraga, berkumpul bersama teman-teman, dan melakukan hobi lainnya, seperti beberapa anggota ada yang menyukai fotografi alam. Berikut merupakan segmentasi pasar yang didapatkan melalui wawancara, yaitu:

1. Segmentasi Demografis

Target market pada konsep perancangan ini berdasarkan segmentasi demografis adalah sebagai berikut:

- Gender: Pria
- Usia: 20-32 Tahun
- Pendapatan: >Rp 3.000.000, -
- Pekerjaan: Pegawai swasta, pekerja kreatif, freelancer

2. Segmentasi Geografis

Target pasar tinggal di Bandung

3. Segmentasi Psikografis

Merupakan pria yang *easy going*, *friendly*, dan *humble*. Pria yang memiliki rasa simpati dan senang bergail. Berkegiatan sehari-harinya bekerja, berolahraga, dan berkumpul bersama teman-teman.

Produk Akhir dan Merchandise

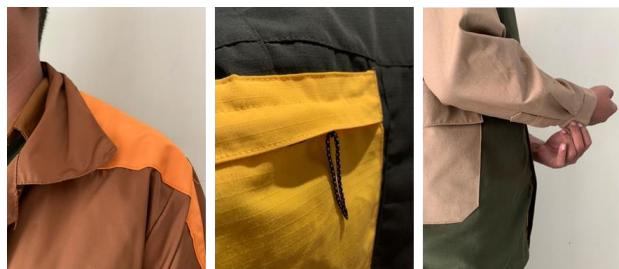
Berikut merupakan visualisasi dari produk akhir dan merchandise dari karya penelitian tugas akhir ini.



Gambar 9. Desain Pertama



Gambar 10. Desain Kedua



Gambar 11. Detail pada Pakaian



Gambar 12. Label pada Kemeja



Gambar 13. Label pada Celana



Gambar 15. Packaging



Gambar 14. Label pada Jaket

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan laporan yang berjudul “Perancangan *Daily Wear* untuk Pria Anggota Komunitas Pecinta Alam di Kota Bandung” dapat disimpulkan bahwa:

1. Adanya fenomena komunitas di Kota Bandung, terutama komunitas pecinta alam. Anggota komunitas ini didominasi oleh pria dan itu menjadi peluang penulis untuk mendapatkan target pasar yang lebih luas.

2. Adanya potensi untuk membuat rancangan *daily wear* untuk pria anggota komunitas alam di Kota Bandung. Ketertarikan terhadap pakaian *outdoor* membuat mereka memerlukan pakaian sehari-hari dengan gaya pakaian *outdoor*. Pakaian *outdoor* yang ditujukan untuk kegiatan lapangan tidak cocok jika digunakan dalam sehari-hari. Perancangan *daily wear* ini memadupadankan kesan kasual untuk digunakan sehari-hari dan spesifikasi dari pakaian *outdoor* tersebut merupakan alasan anggota pria anggota komunitas pecinta alam di Kota Bandung menyukai pakaian *outdoor*.

3. Perancangan ini didasari oleh studi literatur yang didapatkan, wawancara terhadap beberapa pria dari berbagai komunitas pecinta alam di Kota Bandung, observasi sosial media narasumber dan observasi ke toko-toko *brand* pakaian *outdoor*, yaitu Eiger, Arei dan Consina yang merupakan *brand* yang diminati oleh para narasumber sebagai perbandingan terhadap produk yang dirancang. Setelah observasi dan wawancara yang dilakukan didapatkan bahwa penulis akan merancang kemeja, *outer* dan celana, yang merupakan produk fesyen yang sering digunakan oleh pria anggota komunitas pecinta alam dalam kegiatan sehari-hari mereka.

4. Pada proses perancangan, penulis menggunakan metode SCAMPER dan tetap mengedepankan spesifikasi yang dimiliki oleh pakaian *outdoor*, dimana pakaian tersebut mempunyai daya tahan yang kuat dan tahan dalam berbagai cuaca, pakaian yang fungsional serta merepresentasikan seorang pecinta alam. Pemilihan warna sendiri didapatkan dari wawancara serta observasi sosial media pria anggota komunitas, yaitu *earthtone*. Warna-warna ini akhirnya menjadi acuan dalam pembuatan *moodboard*. Penulis melihat ada peluang dari penggunaan *colorblock* karena penggunaan teknik *colorblock* ada beberapa pakaian *outdoor* dan menjadi inspirasi dalam perancangan pakaian ini. Penulis mendapatkan bahan katun *twill* sebagai bahan utama dalam pembuatan kemeja, taslan sebagai bahan utama dalam pembuatan kemeja dan katun ripstop sebagai bahan utama pembuatan celana.

REFERENSI

- [1] Novi Hardita, Larasati. 2020. Pengertian Komunitas Secara Umum Serta dalam Biologi Menurut Para Ahli. Dari atikel: <https://www.diadona.id/d-stories/pengertian-komunitas-secara-umum-serta-dalam-biologi-menurut-para-ahli-200626g.html>, diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 00.03
- [2] Serrat, Olivier. 2017. The Scamper Technique. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-0983-9_33, diakses pada 3 Mei 2021 pukul 02.18 Desi Triana, Aswan. 2019.
- [3] Anuraga, J. L. Y. (2018). Pencinta Alam Sebagai Bentuk Peran Pemuda Di Tengah Tantangan Kehidupan Kota. Jurnal Studi Pemuda, 5(2), 447. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.37946>
- [4] Arifah, A., Zulbahri, L., & Riyanto. (2009). Modul Dasar Busana. Universitas Pendidikan Indonesia, 1, 66. <https://docplayer.info/30943299-Modul-dasar-busana-oleh-prof-dr-arifah-a-riyanto-m-pd-dra-liunir-zulbahri-m-pd.html>
- [5] Bindele, E., Larissa, M., & Åhman, S. (2013). *CAMPING AS A FORM OF NATURE TOURISM* Case Study: Svanen / Joutsen *Camping*. September, 1–48. [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/64487/Engama Bindele Mauricette Larissa.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/64487/Engama_Bindele_Mauricette_Larissa.pdf?sequence=1)
- [6] Muchlis. (2012). Sebagai Penanda Gaya Hidup Studi Kasus pada Produk Busana, Alas Kaki (Sepatu dan Sandal Gunung), Jam Tangan dan Tas. Jurnal Seni Rupa & Desain Vol.1 No.1 2012, 1(1), 1–16.
- [7] Rosdiana, P. (2018). Pengaruh Relasi Merek dan Identifikasi Komunitas dengan Mediasi Keterikatan dan Tekanan Normatif. Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication Vol. 8 No. 2 Agustus 2018-Januari 2019, 8(LOYALITAS MEREK KOMUNITAS PENDAKI GUNUNG), 208–231.
- [8] Septiani, I. T., & Any, W. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk *Fashion Shopie Paris* Di Kota Pekanbaru. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, XII(2), 285–299.
- [9] Utomo, D. M. (2014). Kecenderungan Konsumsi Studi Kasus Konsumsi Produk *Outdoor* pada Komunitas Exploring Bandung. 5, 63–65.