

## PERANCANGAN PAKAIAN *UNISEX* ANAK UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK FASHION *LOCAL BRAND CRAZY LITTLE PARTY CLUB*

Fani Khoirunnisak Nabilah<sup>1</sup>, Widia Nur Utami Bastaman<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup> Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257  
faninabilah@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, widianur@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak:** Perkembangan fashion di Indonesia mengalami kemajuan yang semakin pesat ditandai dengan hadirnya *local brand* fashion yang menampilkan berbagai kualitas dan keunikannya. Salah satu keunikan produk fashion yang dikembangkan *local brand* banyak menerapkan penggunaan motif yang beragam, sehingga produk lokal Indonesia mulai digemari sebagian besar masyarakat. *Local brand* yang sedang berkembang dan menerapkan penggunaan motif pada produknya adalah *brand Crazy Little Party Club*, dengan karakteristik motif yang *playful, colorful, retro, color blocking, meaningful, dan creative*. Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik *brand Crazy Little Party Club*, *brand* ini memiliki peluang untuk pengembangan varian produk fashion salah satunya pakaian *unisex* anak sebagai koleksi terbaru *brand Crazy Little Party Club*. Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu studi literatur, observasi, wawancara dan eksplorasi. Kemudian, berdasarkan hasil observasi pada *local brand* terkait teknik reka latar yang berpotensi untuk diaplikasikan pada produk pakaian *unisex* anak adalah teknik *digital printing* dan bordir, dengan menggunakan inspirasi motif geometris. Penelitian ini bertujuan untuk merancang pakaian *unisex* anak dengan luaran penelitian berupa satu set pakaian, yaitu atasan dan bawahan.

**Kata kunci:** Pakaian anak, *Unisex, Local Brand, Motif, dan Crazy Little Party Club*.

**Abstract:** The development of fashion in Indonesia is progressing rapidly, marked by the presence of local fashion brands that display their various qualities and uniqueness. One of the uniqueness of fashion products developed by local brands is the use of various motifs, so that local Indonesian products are starting to be popular with most people. A local brand that is currently developing and implementing the use of motifs on its products is the Crazy Little Party Club brand, with the characteristics of playful, colorful, retro, color blocking, meaningful, and creative motifs. Based on the results of interviews with the owner of the Crazy Little Party Club brand, this brand has the opportunity to develop fashion product variants, one of which is children's unisex clothing as the newest collection of the Crazy Little Party Club brand. The research method used is a qualitative method,

*with data collection techniques namely literature studies, observation, interviews and exploration. Then, based on observations on local brands related to background design techniques that have the potential to be applied to children's unisex clothing products, digital printing and embroidery techniques are used, using geometric motifs as inspiration. This study aims to design children's unisex clothes with the research output being a set of clothes, namely tops and bottoms.*

**Keywords:** *Children Clothing, Unisex, Local Brand, Motifs, and Crazy Little Party Club.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan fashion di Indonesia mengalami kemajuan yang semakin pesat, hal ini ditandai dengan hadirnya *local brand* fashion yang menampilkan berbagai kualitas dan keunikannya. Menurut Harfiansyah dan Djuwita (2021), kebangkitan produk lokal di bidang fashion muncul karena adanya gerakan tagar *#LocalPride* di media sosial yang membuat *brand* lokal sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Salah satu keunikan produk fashion yang dikembangkan *local brand* banyak menerapkan penggunaan motif yang beragam, sehingga produk lokal Indonesia mulai digemari sebagian besar masyarakat. Salah satu *local brand* yang sedang berkembang dan menerapkan penggunaan motif pada produknya adalah *brand Crazy Little Party Club*. *Brand* ini didirikan oleh Diza Diandra di tengah situasi pandemi pada tahun 2021 di Kota Bandung dengan karakteristik motif yang *playful, colorful, Retro, color blocking, pattern, meaningful, dan creative*.

*Crazy Little Party Club* merupakan *brand* berbasis desain dan ilustrasi, yang mempunyai visi *creating memories* dengan tujuan agar orang tua lebih terlibat dalam pendidikan anak usia dini. Berdasarkan karakteristiknya, *brand* ini memiliki potensi untuk pengembangan varian produk fashion salah satunya yaitu dengan mengembangkan produk pakaian *unisex* anak sebagai koleksi terbaru untuk *brand Crazy Little Party Club*. Berdasarkan hasil observasi *online* pada media sosial *brand* fashion lokal anak, terkait produk fashion yang terus berkembang dan *local brand* yang semakin kompetitif dalam menawarkan produk yang berkualitas dengan

berbagai inovasi desain dilakukan dalam membuat beberapa produk pakaian anak yang diminati pasar. Diperkuat dengan salah satu *local brand* yaitu Soleram yang meluncurkan karyanya berkolaborasi dengan *Smitten by Pattern* pada 4 April 2022, koleksi yang dihadirkan bertajuk HOMPIMPA dengan menampilkan *outfit* pakaian *unisex* yang bisa dipakai oleh anak laki-laki dan perempuan dengan penggunaan motif yang *playful*, serta menggunakan *bright* dan *soft color*.

Berdasarkan hasil observasi, bahwa kebutuhan produk pakaian *unisex* anak dengan penerapan motif semakin beragam dan menjadi peluang untuk *brand Crazy Little Party Club*. Pengembangan produk yang dapat dilakukan ialah perancangan pakaian *unisex* anak yang menerapkan karakteristik *brand* dengan pengaplikasian teknik reka latar dan mempertimbangkan pemilihan warna, motif, dan jenis produknya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terkait pakaian anak dan kebutuhan *brand Crazy Little Party Club*, bahwa teknik reka latar banyak digunakan pada produk pakaian anak. Sehingga, pengaplikasian teknik reka latar yang berpotensi untuk diterapkan pada produk pakaian *unisex* anak ialah teknik *digital printing* dan bordir. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah merancang pakaian *unisex* anak untuk pengembangan produk fashion *local brand Crazy Little Party Club* dengan penerapan motif yang menggunakan teknik reka latar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode kualitatif dengan metode pengumpulan data studi literatur, observasi, wawancara, dan eksplorasi. Studi Literatur merupakan metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data terkait *local brand* yang ada di Indonesia, jenis-jenis motif yang diterapkan pada produk pakaian anak, dan perkembangan pakaian *unisex* anak pada saat, bersumber dari berbagai literatur seperti buku, jurnal, *proceeding* dan laporan tugas akhir

sebelumnya. Kemudian Observasi, metode ini dilakukan dengan dua tahap yaitu melalui observasi *online* dan observasi lapangan yang bertujuan untuk mengumpulkan data perkembangan produk anak secara umum, serta terkait motif dan perkembangan bordir pada pakaian. Observasi *online* dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati dan menganalisis *local brand* melalui *website* dan media sosial. Sedangkan observasi Lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara langsung ke pusat perbelanjaan yaitu Mall 23 Paskal dengan mengunjungi beberapa *brand* yang ada seperti Zara, Gingersnaps dan H&M. Serta mengunjungi pusat *local brand* yaitu *happy go lucky* dan *bright spot market*.

Metode wawancara yaitu dilakukan dengan dua tahap, melalui tahap wawancara *online* dan wawancara langsung yang bertujuan untuk mendapatkan data perkembangan produk *brand Crazy Little Party Club*, mendapatkan data terkait pakaian anak, mendapatkan data terkait jenis-jenis dan konsep pembuatan *pattern* atau motif, dan mendapatkan data terkait desain pakaian *unisex*. Kemudian tahapan eksplorasi, yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam proses pengembangan motif dan perancangan desain busana. Eksplorasi dilakukan dengan mengenali teknik reka latar, serta membuat repetisi motif dan moodboard untuk inspirasi dalam perancangan dan pengaplikasian pada desain busana.

## HASIL DAN DISKUSI

### ***Product Development***

*Product development* atau pengembangan produk dalam fashion adalah proses merancang, merencanakan, dan mengembangkan produk yang dapat dijual untuk target konsumen. Tujuan pengembangan produk adalah untuk menyatakan bahwa produsen memahami dan mengikuti spesifikasi yang

ditetapkan untuk membuat produk tertentu. Pengembangan produk dalam industri fashion merupakan bagian penting dari keseluruhan proses manufaktur. Dan tujuan utamanya adalah mengelola semua tahap pembuatan produk secara efisien (Baukh, 2023). *Product development* dalam fashion terdiri dari beberapa langkah yang harus diselesaikan sebelum barang diproduksi. Menurut Baukh (2023), di bawah ini merupakan langkah-langkah paling umum dalam proses *Product development*:

1. Memvisualisasikan ide
2. Membuat *Tech Pack*
3. Pembuatan *Sample*
4. Manufaktur
5. *Quality control*

### **Teknik SCAMPER**

Teknik *SCAMPER* bermula ditemukan dan dicetuskan oleh Alex Osborn yang kemudian dikembangkan oleh Bob Eberle hingga menjadi sebuah singkatan. Teknik *SCAMPER* didasarkan pada gagasan bahwa segala sesuatu yang baru merupakan modifikasi atau inovasi dari sesuatu yang sudah ada. Teknik *SCAMPER* merupakan sebuah proses kreatif yang didalamnya terdapat proses modifikasi, inovasi, perbaikan, sebuah produk menjadi produk lain yang lebih inovatif. Berikut ini tahapan yang terdapat dalam teknik *SCAMPER*:

1. *Substitute* (Mengganti)
2. *Combine* (Menggabungkan)
3. *Adapt* (Mencocokkan)
4. *Modify* (Memodifikasi)
5. *Put Another Use* (Menggunakan pada fungsi lain)
6. *Eliminate* (Menghapus)
7. *Rearrange* (Menyusun kembali)

### **Local Brand**

*Local brand* merupakan produk yang berasal dari dalam negeri, diproduksi dan dipasarkan di dalam negeri. Menurut Blackett (dikutip dalam Kotler dan Pfoertsch, 2006), sebuah *brand* atau merek adalah jaminan kualitas, asal, dan kinerja, dalam meningkatkan nilai yang dirasakan dari pelanggan dan mengurangi risiko kerumitan dalam pembelian keputusan. Sedangkan, menurut *American Marketing Association* (dalam Kotler dan Keller, trans. Benjamin Molan, 2007) *brand* didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya dengan tujuan mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual untuk membedakannya dari para pesaing.

Menurut Harfiansyah dan Djuwita (2021), kebangkitan produk lokal di bidang fashion muncul karena adanya gerakan tagar *#LocalPride* di media sosial yang membuat *brand* lokal sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. *Local Pride* Indonesia merupakan sebuah media informasi dan juga sebagai gerakan untuk mendukung *local brand* melalui media sosial.

### **Teknik Rekalatar**

Teknik rekalatar adalah teknik produksi tekstil yang pada pembentukan ragam hiasnya dilakukan setelah tekstil terbentuk, setiap teknik produksi tekstil memiliki karakteristik dan ciri khas masing-masing, serta memiliki potensi pengembangan yang dapat meningkatkan nilai (*value*) suatu produk tekstil dari berbagai teknik. Dua teknik rekalatar yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *digital printing* dan bordir.

*Digital Printing* adalah metode dalam percetakan *modern* yang melibatkan teknik *digital* sebagai media transfer antara materi ke media percetakan. Secara lebih umumnya pengertian *digital printing* dapat disimpulkan sebagai proses cetak gambar yang sudah didesain menuju ke material atau media fisik. Bordir didefinisikan sebagai salah satu kerajinan ragam hias untuk busana yang menitik-

beratkan pada keindahan dan komposisi warna benang pada permukaan kain dengan alat bantu yaitu mesin jahit bordir atau mesin jahit bordir komputer.

### Hasil Wawancara

Dalam proses wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data terkait perkembangan produk *Crazy Little Party Club*, tren pakaian anak, jenis-jenis motif dan pembuatannya, serta produk pakaian *unisex*. Wawancara dilakukan bersama narasumber sebagai berikut:

1. Pemilik *brand Crazy Little Party Club*, yaitu Diza Diandra yang bertujuan untuk mendapatkan data perkembangan produk *brand*.
2. *Designer* pakaian anak, yaitu Fahira Bilqis Averoussina yang bekerja di *brand pop kidswear*, dengan tujuan untuk mendapatkan data terkait tren pakaian anak.
3. *Designer pattern*, yaitu *The Babybirds* yang bertujuan untuk mendapatkan data terkait jenis-jenis dan konsep pembuatan *pattern* atau motif.
4. *Designer* pakaian *unisex*, yaitu Rima Insania sebagai pemilik *brand Pinx* dengan tujuan untuk mendapatkan data terkait desain pakaian *unisex*.

Tabel 1 Hasil Wawancara

No	Narasumber	Hasil Wawancara
1	Diza Diandra	<p>a. <i>Lifestyle brand</i> berbasis desain dan ilustrasi dengan pengerjaan produk <i>custom</i>.</p> <p>b. Produk pertama adalah bingkisan dengan desain eksklusif sesuai permintaan klien.</p> <p>c. Karakteristik <i>brand</i> yaitu <i>playful, colorful, retro, color blocking, pattern, meaningful</i> dan <i>creative</i>.</p> <p>d. <i>Brand Crazy Little Party Club</i> mempunyai <i>goals</i> mengembangkan produk <i>ready to wear</i>, yaitu pakaian <i>unisex</i> serta pakaian ibu dan anak.</p> <p>e. Motif <i>brand Crazy Little Party Club</i> yaitu berbentuk <i>abstrak, organis, geometris, floral</i>, dan fauna.</p>

2	Fahira Bilqis Averoussina	<p>a. Tren pakaian anak pada 2023 menggunakan warna <i>pastel</i> dan <i>vibrant</i>, dengan penempatan konsep <i>pattern</i> yang <i>playful</i> dan motif yang imajinatif.</p> <p>b. Poin penting dalam perancangan produk pakaian anak pada saat memilih bahan dan menentukan potongan produk yaitu mempertimbangkan kenyamanan dari anak, baru menentukan keindahan.</p>
3	<i>The Babybirds</i>	<p>a. Dalam pembuatan motif, sebuah konsep cerita merupakan satu hal yang penting.</p> <p>b. Pembuatan motif tanpa adanya cerita konsep, hal itu bisa menjadi tidak ternilai, karena di pasaran banyak konsumen yang tertarik untuk membeli sebuah cerita yang unik dibalik pembuatan motif tersebut.</p> <p>c. Banyak sumber inspirasi untuk jenis-jenis motif pada pakaian anak, bisa diambil dari bentuk hewan, tumbuhan dan sesuatu yang ada disekitar anak atau yang berhubungan dengan anak-anak.</p> <p>d. Karakter motif brand Crazy Little Party Club yaitu berbentuk abstrak, organis, geometris, floral, dan fauna.</p>
4	Rima Insania	<p>a. Dalam pembuatan produk pakaian <i>unisex</i> harus mempertimbangkan pemilihan warna dan penempatan <i>pattern</i>nya, jangan sampai terlalu ramai.</p> <p>b. Dalam membuat pakaian <i>unisex</i> tidak boleh terlalu bermain dengan <i>colorful</i>, dominannya harus tetap diwarna-warna aman. Pembuatan produk pakaian <i>unisex</i> dapat menempatkan warna-warna gelap sebagai basic dan warna terang hanya sebagai aksen saja</p> <p>c. <i>Brand</i> anak di Indonesia jarang sekali yang menggunakan warna <i>colorful</i>, <i>brand</i> anak di Indonesia rata-rata bermain di warna <i>earth tone</i>.</p> <p>d. Dalam membuat pakaian anak, hal yang harus diperhatikan adalah bahan yang nyaman untuk dipakai si anak.</p>

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

### Hasil Observasi

Metode observasi ini dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data perkembangan produk anak secara umum, serta terkait motif dan perkembangan bordir pada pakaian.

1. Pemilihan warna pada produk *local brand* itu menggunakan *soft color*, *earth tone*, *vibrant color*.
2. Inspirasi motif yang dipilih dari bentuk-bentuk flora dan geometris.
3. Siluet *cutting* yang *simple* cocok untuk pakaian anak-anak, seperti kemeja, *cardigan*, *vest* dan *dress*, dengan pemilihan material berbahan katun yang lembut dan nyaman untuk digunakan anak-anak.



4. Pada observasi tersebut didapat bahwa penggunaan teknik pada produk *local brand* ialah menggunakan teknik *digital printing*, *knit*, *bordir* dan *fabric manipulation*.
5. Penulisan ukuran/*size* yang ada diproduksi menggunakan umur, seperti tertulis ukuran 4-5 dan menggunakan *size* pada umumnya yaitu S, M, L.

### **Ketentuan Produk *Unisex***

Berdasarkan hasil observasi untuk pertimbangan desain akhir produk pada penelitian ini, didapatkan bahwa kaidah atau elemen desain pakaian *unisex* yang umum pada produk itu sebagai berikut:

1. *Opening*, berdasarkan hasil observasi *opening* atau bukaan lubang kancing pada produk, hal ini dapat ditelusuri Kembali dari seabad yang lalu ketika lubang kancing pada pakaian pria dan wanita berada di sisi yang berbeda. diyakini bahwa pria selalu berpakaian sendiri, jadi memiliki kancing di sisi kanan akan cocok untuk kebanyakan pria (yang kidal). Sedangkan kebanyakan wanita yang mampu membeli pakaian mewah dengan kancing, mereka akan mengandalkan pelayan untuk membantu berpakaian. Pelayan lebih suka memiliki kancing di sisi kanan mereka sendiri (yang ada di sisi kiri pakaian). Dari perbedaan bukaan tersebut, maka penempatan bukaan untuk produk pakaian *unisex* lebih *flexible*.
2. Karet pinggang, menurut hasil observasi pada produk celana anak umumnya menggunakan karet pinggang. Hal ini bertujuan agar produk tersebut *flexibility*, ada kelonggaran, toleransi terhadap perbedaan badan dan bentuk anatomi badan sehingga bisa digunakan oleh perempuan maupun laki-laki.
3. Kerah baju, pada umumnya kerah baju pada produk pakaian anak menggunakan jenis kerah kemeja, kerah *shiller* dan kerah *shanghai*.

Tiga jenis kerah baju tersebut adalah jenis kerah yang bisa digunakan untuk produk pakaian *unisex*.

4. Pada umumnya potongan produk pakaian *unisex* dibuat lurus, longgar dan tidak berlekuk. Sehingga, dapat digunakan oleh laki-laki maupun perempuan.

### Deskripsi Konsep

Konsep karya yang akan dirancang pada penelitian ini, dilakukan dengan beberapa tahap pembuatan konsep yang diantaranya adalah *Imageboard*, eksplorasi teknik bordir, eksplorasi material dan desain sketsa, hingga proses perancangan produk yang menggunakan teknik *SCAMPER*.

### Konsep *Imageboard*



Gambar 1 *Imageboard*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Penelitian ini mengambil konsep dengan judul ARTGEO. ARTGEO merupakan kata serapan yang mewakili filosofi dari suatu seni dan bentuk geometris. ARTGEO yang berarti seni geometris adalah suatu fase dalam seni Yunani yang ditandai dengan munculnya motif-motif geometris dalam lukisan. Pada konsep *imageboard* ini menggunakan motif-motif geometris seperti garis, segi empat, segitiga, lingkaran, dan bentuk geometris lainnya. Seni geometris juga

menjadi ciri khas seni lukis dekoratif yang menggabungkan pola-pola geometris dengan warna-warna cerah. Konsep ARTGEO ini memiliki karakter *style* yang *simple* dan *casual*, serta memberikan kesan ceria dan *happy*. Visual tersebut dipresentasikan pada produk pakaian *unisex* anak dengan menggunakan material *baby terry* dan *drill*. Kemudian menerapkan teknik *digital printing* dan bordir pada permukaan produk.

### Hasil Eksplorasi



Gambar 2 Inspirasi Elemen Motif Bordir  
Sumber: Data Perusahaan (2022)

Tabel 2 Hasil Eksplorasi

Noo	Material	Hasil Bordir
1	<i>Babby Terry</i>	
2	<i>Babby Terry</i> (Kain Motif)	


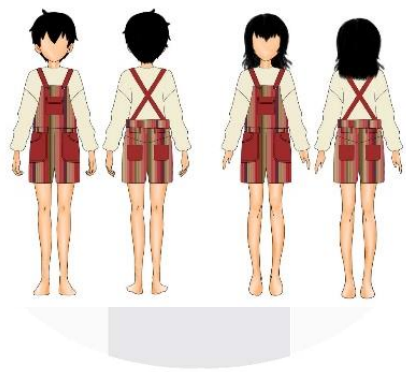

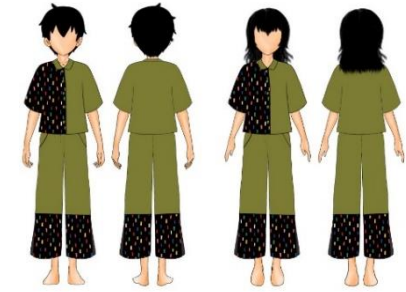
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



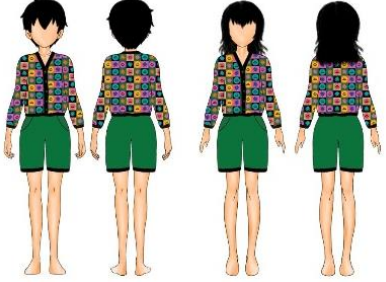

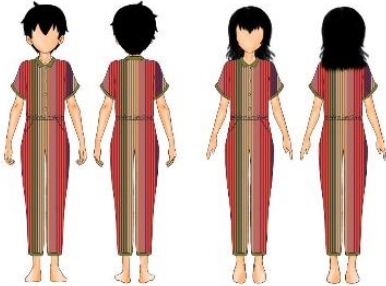

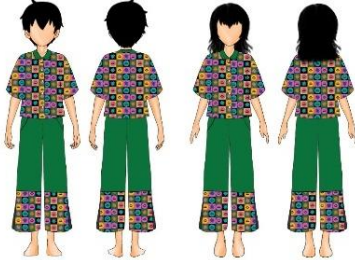
### Kesimpulan:

1. Dari hasil *test* bordir tersebut, pertimbangan pemilihan motif untuk bordir diambil dari elemen motif yang terdapat pada modul-modul motif *brand Crazy Little Party Club*.

2. Motif bordir yang dipilih yaitu bentuk geometris yang sesuai dengan konsep perancangan dan *imageboard*. Berhubungan dengan lingkungan sekitar anak seperti area bermain dan bentuk mainannya yang berupa rumah, bola, balok, dan bentuk *shape*.
3. *Baby terry* salah satu jenis bahan yang bisa digunakan untuk membuat *sweater, jaket, hoodie, jumper*, dan jenis pakaian hangat lainnya.
4. *Baby terry* memiliki permukaan luar selayaknya bahan kaos biasa, sedangkan bagian dalamnya mempunyai struktur berbentuk kumpula 'loop'.
5. Pertimbangan memilih bahan *baby terry* yaitu karena bahan ini memiliki daya serap yang baik, meskipun bahannya sedikit tebal namun tetap nyaman untuk digunakan saat anak-anak beraktifitas dan tidak panas.

Tabel 3 Perancangan Pakaian dengan Metode SCAMPER

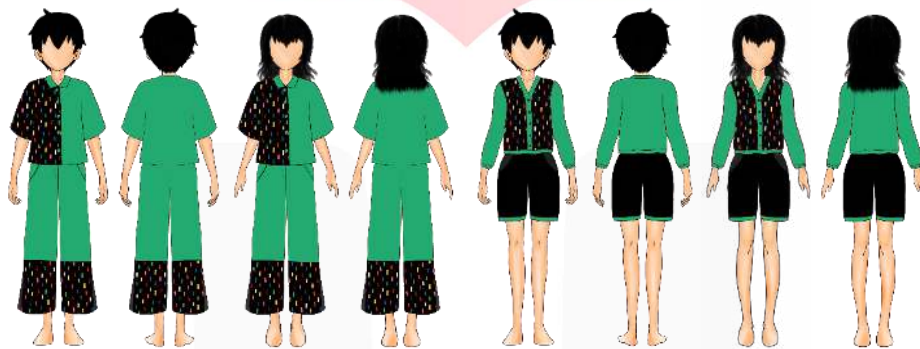
No	Inspirasi	Desain Produk	SCAMPER
1			<p><b>Adapt:</b> Mengadaptasi bentuk <i>apron</i> menjadi sebuah <i>jumpsuit</i>.</p> <p><b>Modify:</b> Memodifikasi bentuk saku yang ada pada bagian depan dada.</p> <p><b>Put Another Use:</b> Penerapan saku pada sisi kiri dan kanan <i>jumpsuit</i> di bagian depan-bawah dan bagian belakang.</p>
2			<p><b>Adapt:</b> Mengadaptasi bentuk kemeja yang ada pada <i>moodboard</i>.</p> <p><b>Modify:</b> Memodifikasi bentuk geometris menjadi sebuah celana dengan penambahan saku pada sisi kiri dan kanan.</p>

			<b>Combine:</b> Mengkombinasi material kain polos dengan kain motif pada desain.
3			<p><b>Adapt:</b> Mengadaptasi bentuk <i>cardigan</i> berdasarkan <i>moodboard</i>.</p> <p><b>Subtitute:</b> Memodifikasi celana dengan perubahan pada bagian bawah lingkaran celana.</p>
4			<p><b>Adapt:</b> Mengadaptasi bentuk geometris tersebut menjadi sebuah <i>overall</i>.</p> <p><b>Put Another Use:</b> Penerapan saku pada sisi kiri dan kanan <i>overall</i>.</p> <p><b>Modify:</b> Memodifikasi bentuk lingkaran menjadi sebuah kancing.</p>
5			<p><b>Subtitute:</b> Menerapkan bentuk kemeja pada desain dengan adanya perubahan bentuk pada kerah kemeja.</p> <p><b>Modify:</b> Memodifikasi penerapan motif ke dalam kemeja dan penerapan saku pada sisi kanan dan kiri celana.</p> <p><b>Combine:</b> Mengkombinasi material kain polos dengan kain motif pada desain.</p>

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

## Desain Produk

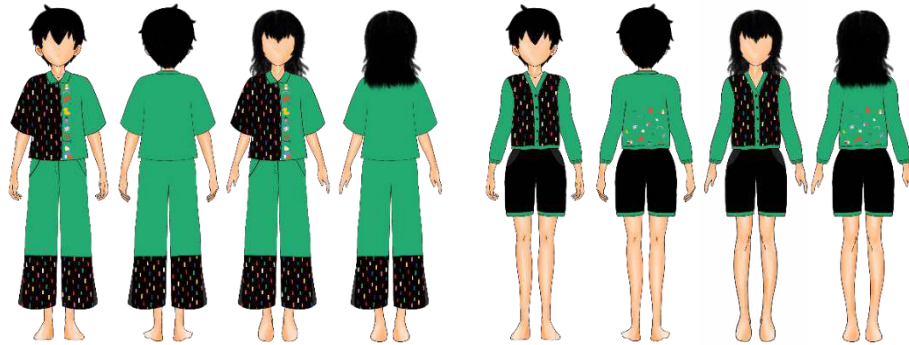
Berdasarkan hasil eksplorasi yang merupakan proses *test print*, *test bordir*, pemilihan dan *repeat* motif, desain menggunakan metode dan tahapan *product development* dengan inspirasi imageboard 'ARTGEO'. Menggunakan material *baby terry*, dan *drill*. Dengan eksplorasi motif menggunakan teknik *digital printing* dan bordir. Desain terpilih ada 2 dengan desain terbaik untuk produk akhir. Di mana proses pemilihan desain ini juga melibatkan mitra yang bekerjasama dalam penelitian ini. Pemilihan 2 desain akhir ini juga atas pertimbangan dari Diza Diandra sebagai pemilik *brand Crazy Little Party Club*, dengan tetap berdasarkan pertimbangan pada konsep perancangan, *imageboard*, hasil observasi yang sebelumnya telah dilakukan, dan karakteristik *brand Crazy Little Party Club*.



Gambar 3 Desain Terpilih  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Tahap selanjutnya setelah pemilihan desain akhir ialah tahap penempatan motif bordir pada desain produk yang sudah terpilih. Penempatan bordir ini dipertimbangkan berdasarkan teori penempatan bordir. Pengaplikasian motif bordir pada desain terpilih ditempatkan pada penempatan motif tepi atau pinggir dan penempatan motif bebas.





Gambar 7 Pengaplikasian Motif Bordir Pada Desain Terpilih  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas dalam Jurnal "Perancangan Pakaian *Unisex* Anak Untuk Pengembangan Produk Fashion *Local Brand Crazy Little Party Club*" dapat disimpulkan bahwa:

1. Menghasilkan perancangan teknik reka latar dengan pengembangan motif repetisi dan perancangan komposisi motif. Berdasarkan karakter *brand* dan hasil observasi, teknik reka latar yang berpotensi untuk diterapkan ke dalam produk pakaian *unisex* anak adalah teknik *digital printing* dan bordir, seperti yang tertulis dibatasan masalah. Di mana *digital printing* merupakan identitas dari *brand Crazy Little Party Club* dengan karakter motif yang *playful, colorful, Retro, color blocking, pattern, meaningful, dan creative*. Serta penambahan teknik bordir dengan memvisualisasikan bentuk motif berupa geometris dan tunggal, yang terinspirasi dari lingkungan bermain sekitar anak, seperti bola, rumah, mainan balok, *shape* dan bentuk geometris lainnya. Menggunakan pemilihan warna seperti warna-warna pelangi yang diterapkan pada motif dan dipadukan dengan warna dasar hitam.
2. Beberapa hal yang didapatkan atau dipelajari dari pembuatan pakaian *unisex* anak adalah pemilihan bahan atau material yang memiliki

karakter adem, tidak transparan, nyaman saat digunakan anak-anak, terbuat dari bahan organik tanpa adanya campuran *polyester*. Kemudian memiliki sifat bahan yang lentur, *stretch*, lembut dan mudah menyerap keringat saat anak beraktifitas sehari-hari. Selain itu, penggunaan motif untuk pakaian *unisex* memiliki batasan tersendiri, dengan tidak menggunakan motif yang mengarah ke *feminine* atau motif flora, namun menggunakan motif berupa geometris maupun abstrak.

## SARAN

Berikut merupakan saran yang dapat diusulkan berdasarkan proses perancangan dan produksi pada karya yang diciptakan dalam Laporan Tugas Akhir “Perancangan Pakaian *Unisex* Anak Untuk Pengembangan Produk Fashion *Local Brand Crazy Little Party Club*” :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini yang menggunakan material utama *baby terry* dan *drill* untuk produk pakaian *unisex* anak, perlunya pertimbangan dalam pemilihan dan penggunaan material untuk membuat produk anak. Pada dasarnya dalam membuat produk pakaian anak harus menggunakan bahan yang memiliki daya serap yang baik, sifat bahan yang lentur, tekstur bahan yang halus, lembut, adem, mampu menyerap keringat dan bersifat *stretch*. Hal tersebut menjadi suatu pertimbangan dalam pemilihan material yang akan digunakan dalam pembuatan produk pakaian anak, agar pakaian tersebut nyaman saat dipakai oleh anak-anak dalam beraktifitas.
2. Proses perancangan menggunakan teknik bordir yang diaplikasikan ke dalam pakaian *unisex* anak pada penelitian ini menggunakan ukuran 3 cm dan 5 cm pada setiap elemen motifnya. Setelah melihat hasil



produk dari Tugas Akhir ini, ternyata untuk ukuran elemen motif bordirnya itu terlalu besar. Sehingga untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan untuk mencoba eksplorasi ukuran elemen motif teknik terlebih dahulu. Sehingga dapat dijadikan pembandingan, agar dapat menemukan ukuran elemen motif bordir yang sesuai.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. (2022). *Trend Mode Unisex* Kini Kembali Digemari. Krjogja.com
- Arfiana, J. A., & Bastaman, W. N. U. (2022). Perancangan Desain Busana Pre-Wedding Dengan Menerapkan Komposisi Motif Yang Terinspirasi Dari Batik Garutan 'Cupat Manggu'. *Singularity: Jurnal Desain dan Industri Kreatif*, 3(1), 20-26.
- Bastaman, W. N. U., & Putri, T. F. (2021). Pengembangan Motif Pada Busana *Activewear* Zumba Untuk Wanita Di Kota Bandung. *Moda*, 3(1), 64-80.
- Bastaman, W.N.U., Syafii, A.S.H., & Febriani, R. (2021). Periodisasi perkembangan fashion brand lokal di Bandung tahun 1994–2018. *Dinamika Revolusi Industri 4.0: Transformasi Teknologi Digital dan Evolusi Budaya – Wulandari dkk (eds)*.
- Bryan. (2022). Mengenal Artinya Baju Unisex dan Modelnya. tshirtbar.id
- Cahyati, H., Muin, A., & Musyrifah, E. (2018). Efektivitas Teknik SCAMPER dalam Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Siswa. *Journal of Medives: Journal of Mathematics Education IKIP Veteran Semarang*, 2(2), 173-182.
- Esa, H. N, & W. N. Utami (2020). Perancangan Produk Ready To Wear Untuk Menunjang Kegiatan *Heritage Walk*. *eProceedings of Art & Design* 7(2).
- Fauzi, E. R. (2019). Menggambar Motif Ragam Hias. Pustekkom Kemdikbud. <https://sumber.belajar.kemdikbud.go.id/repos/FileUpload/SeniMotif/topik5.html>
- Harfiansyah, M. F., & Djuwita, A. (2021). Motif Penggunaan *Brand* Lokal Di Kalangan Generasi Milenial (studi Deskriptif Penggunaan *Clothing Line* Dan Produk Sepatu Lokal Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Harly, G. S., & Octavia, D. (2014). Pengaruh *Endorsement Fashion Blogger* Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013 – 2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 140-151.
- Janah, L. R. Ragam hias gunung (kayon) wayang kulit purwa sebagai sumber ide perancangan karya tekstil.

- Kartikawati, M. U. (2020). Perkembangan Fesyen Lokal di Indonesia Meroket. Inilah.com.
- Kight, K. (2011). A Field Guide to Fabric design. In C. Bix (Ed.), Computer-Aided Design (Vol. 7, Nomor 2). Amy Marson. [https://doi.org/10.1016/0010-4485\(75\)90124-4](https://doi.org/10.1016/0010-4485(75)90124-4)
- Poespo, G. (2005). Panduan membuat ragam hias motif bordir: serta penerapannya pada busana wanita & pria. Gramedia Pustaka Utama.
- Pure Local Brand. (2015). Apa Itu *Local Brand*. wixsite.com
- Putri, R. F., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo *Store Brand* Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213-220.
- Safarie, F. R., & Yuningsih, A. (2022, January). Strategi Humas *Lookatmewear* dalam Membangun *Brand Image Local Brand*. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 1, pp. 410-415).
- Sirait, R. M. (2021). *The influence of local brand image and product quality on customer loyalty at PT. Sinar Menara Deli Medan*. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 38-45.
- Tjandra, V. W., Karnadi, H., & Renaningtyas, L. (2020). Perancangan Fashion *Brand* Anggethik. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 11.
- Toraman, S., & Altun, S. (2013). *Application of the six thinking hats and scamper techniques on the 7th grade course unit Human and environment: an exemplary case study*. *Mevlana International Journal of Education*, 3(4), 166-185.
- Winto, F. R. (2021). Produk Lokal Fashion Indonesia Mulai Digemari Masyarakat. Investor.id
- Yuliarma, Y. (2016). *The Art of Embroidery Designs: Mendesain Motif Dasar Bordir dan Sulaman*.