

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PEDOMAN PENGGUNAAN LAPORAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan Penelitian	3
I.6 Manfaat Penelitian	4
I.7 Metode Penelitian	4
I.8 Kerangka Penelitian	6
I.9 Sistematika Penelitian	7
BAB II Tinjauan Pustaka	8
II.1 <i>SCAMPER</i>	8
II.2 Perancangan/Desain	12
II.2.1 Unsur Rupa	12
II.2.2 Prinsip Rupa	19

II.3 Busana	23
II.3.1 Klasifikasi Busana	25
II.3.2 Jenis – Jenis Busana	23
II.4 <i>Outerwear</i>	29
II.4.1 Klasifikasi <i>Outerwear</i>	29
II.5 Anak	32
2.4.1 Karakteristik Anak	32
II.6 Busana Anak	35
II.7 <i>Quilting</i>	36
2.6.1 Perkembangan Teknik <i>Quilting</i>	37
2.6.2 Prinsip dan Desain <i>Quilting</i>	38
2.6.3 Jenis – Jenis Teknik <i>Quilting</i>	38
II.8 Motif	39
II.8.1 Pengertian Motif	39
II.8.2 Klasifikasi Motif	42
II.8.3 Teknik Dasar Menggambar Motif	43
II.8.4 Repetisi Motif	43
BAB III Data dan Analisa	46
III.1 Data Primer	46
III.1.1 Observasi	46
III.1.2 Wawancara	52
III.1.3 Eksplorasi Awal	63
III.2 Data Sekunder	65
III.3 Analisa Perancangan	72
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan	75
IV.1 Konsep Perancangan	75
IV.2 Analisa Brand Pemandang	75
IV.3 Karakteristik <i>brand</i> Sugacoat Studios	77

IV.4 Deskripsi Konsep	84
IV.5 Konsep <i>Image board</i>	85
IV.6 Target Market	86
IV.7 Konsep <i>Lifestyleboard</i>	87
IV.8 Hasil Eksplorasi	88
IV.8.1 Eksplorasi Stilasi dan Komposisi Motif	88
IV.8.2 Eksplorasi Teknik <i>Haerloom Quilt</i>	92
IV.8.3 Eksplorasi Desain	96
IV.8.4 Diskusi Bersama <i>Brand</i>	102
IV.9 Desain Produk	111
IV.9.1 Sketsa Produk	111
IV.9.2 <i>Production sheet</i>	113
IV.10 Proses Produksi	117
IV.11 Konsep <i>Merchandise</i>	119
IV.12 Konsep <i>Photoshoot</i>	122
IV.13 Produk Akhir.....	122
IV.13.1 Visualisasi Produk	123
IV.13.2 Visualisasi <i>Merchandise</i>	126
BAB Kesimpulan dan Saran	128
V.I Kesimpulan	128
V.II Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132