

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Brand lokal di Indonesia saat ini menjadi pusat perhatian masyarakat karena mengalami perkembangan yang cukup pesat terlihat dari maraknya *brand* lokal yang sudah bermunculan di pasaran. Selain itu, adanya kemajuan teknologi, peluang untuk mengembangkan *brand* lokal semakin mudah, dan hadirnya gerakan dengan tagar *#LocalPride* yang ada di media sosial menandakan awal kebangkitan produk lokal di bidang fashion Indonesia terutama *clothing line* (Harfiasnyah dan Djuwita, 2021). Seiring dengan berkembangnya *brand* lokal, selain fashion dewasa perkembangan fashion untuk anak pun turut menyesuaikan dengan perkembangan tren. Pakaian anak-anak tidak hanya sebatas menggunakan bahan yang nyaman, tetapi juga sesuai dengan pribadi anak dengan warna dan model yang unik serta menarik sesuai tren yang sedang berkembang (Martina dan Zahra, 2015). Oleh karena itu, para ibu ingin tampil serasi dengan anak agar dapat mengembangkan kreativitas dan karakter anak untuk memilih pakaian yang disukai dan ingin pakai oleh sang anak.

Dari hasil observasi yang dilakukan ke berbagai *store* dan *booth local brand* yang terdapat di Bandung, pakaian serasi (*matching*) cukup menjadi tren yang dikenakan untuk menunjang penampilan, terutama bagi ibu dan anak. Selain itu, sudah sangat banyak *clothing brand* baik lokal maupun Internasional yang menciptakan produk pakaian serasi untuk ibu dan sang anak. Hal ini dialami pada salah satu *brand* lokal Bandung yang sedang berkembang yaitu *Crazy Little Party Club*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Diza Diandra selaku pemilik *Crazy Little Party Club*, *brand* yang memiliki karakteristik motif dan ilustrasi yang *playful*, retro, dan *color-blocking* ini menjadi wadah untuk menciptakan produk dengan desain eksklusif sesuai permintaan *customer*. *Crazy Little Party Club* ingin mengembangkan variasi produk *brandnya* dengan menciptakan memori yang berarti (*meaningful*) dari desain motif yang dibuatnya serta membantu orang tua terlibat dalam ketertarikan perkembangan anak sehingga target pasar yang dituju

oleh *Crazy Little Party Club* mengarah kepada produk ibu dan anak. Maraknya *local brand* yang saat ini juga fokus ke dalam perkembangan produk anak dan jenis pakaian *ready to wear* ibu dan anak pun mulai berkembang mengikuti tren setelah melihat *runway* Jakarta Fashion Week 2023 pada bulan September 2022 lalu. *Brand* lokal *Cotton Ink* menampilkan karyanya yang berkolaborasi dengan beberapa *brand* lokal lainnya dengan mengangkat tema *Playground of Dreams* yang menampilkan outfit serasi untuk Ibu dan Si Kecil menggunakan perpaduan motif pada koleksi tersebut (Hutasoit, 2022).

Setelah melakukan observasi, *brand Crazy Little Party Club* memiliki peluang untuk dapat mengembangkan produk fashion berupa pakaian *ready to wear* ibu dan anak, dengan memasukkan desain motif berdasarkan karakteristik dan identitas *brand*, yaitu menggunakan motif geometris sesuai ciri khas *Crazy Little Party Club* ke dalam rancangan busana produk fashion *ready to wear* ibu dan anak. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk *Crazy Little Party Club* memiliki potensi untuk dikembangkan dengan menambahkan teknik rekalatar berdasarkan data dan target pasar dari *Crazy Little Party Club* yaitu ibu dan anak, dimana mengutamakan kenyamanan produk untuk pemakai. Melihat tren yang muncul saat ini, *Crazy Little Party Club* memiliki peluang besar dalam pengembangan produk pakaian *ready to wear* dilihat dari karakteristik *brand* yang memiliki target market ibu dan anak.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya peluang pengembangan produk pakaian ibu dan anak sesuai kebutuhan *local brand Crazy Little Party Club*.
2. Adanya potensi untuk mengembangkan teknik rekalatar berdasarkan karakter desain *brand Crazy Little Party Club*.
3. Adanya potensi untuk mengaplikasikan teknik rekalatar ke dalam produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak untuk memenuhi kebutuhan *brand Crazy Little Party Club*.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan produk pakaian ibu dan anak pada saat ini sesuai kebutuhan *local brand Crazy Little Party Club* ?
2. Bagaimana pengembangan teknik rekalarat berdasarkan karakter desain *brand Crazy Little Party Club* ?
3. Bagaimana cara mengaplikasikan teknik rekalarat ke dalam produk pakaian *ready to wear* ibu dan anak untuk memenuhi kebutuhan *brand Crazy Little Party Club* ?

I.4 Batasan Masalah

Batasan yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Ruang lingkup geografis atau daerah pengumpulan data primer adalah Jakarta dan Bandung.
2. *Target Market* mengacu kepada para ibu yang memiliki anak perempuan.
3. Menggunakan inspirasi motif geometris untuk diaplikasikan menggunakan kombinasi teknik *digital printing* dan teknik bordir pada produk pakaian *ready to wear* ibu dan anak.
4. Produk akhir yang dihasilkan berupa produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak berdasarkan identitas *brand Crazy Little Party Club*.

I.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana perkembangan tren produk pakaian ibu dan anak pada saat ini.
2. Menghasilkan pengembangan teknik rekalarat berdasarkan karakter desain *brand Crazy Little Party Club*.
3. Menciptakan produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak menggunakan pengaplikasian teknik rekalarat berdasarkan kebutuhan dan identitas *brand Crazy Little Party Club*.

I.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan informasi mengenai perkembangan tren produk pakaian ibu dan anak pada saat ini.
2. Memberikan wawasan mengenai pengembangan teknik rekalarat berdasarkan karakter desain *brand Crazy Little Party Club*.
3. Terciptanya produk pakaian *ready-to-wear* ibu dan anak untuk koleksi terbaru *brand Crazy Little Party Club*.

I.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif untuk pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan yaitu sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data melalui berbagai sumber referensi baik melalui buku, jurnal, *proceeding*, laporan tugas akhir sebelumnya, dan sebagainya mengenai perkembangan *local brand* di Indonesia, *brand Crazy Little Party Club*, penggunaan motif pada produk pakaian ibu dan anak, dan penerapan teknik reka latar pada produk pakaian *ready-to-wear* saat ini, sehingga diperoleh data sekunder untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan untuk penyusunan laporan tugas akhir.

2. Observasi

Metode ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu mengumpulkan data – data terkait pemilihan bahan/material, warna, *siluet cutting*, hingga jenis motif dan komposisi motif yang banyak digunakan pada *local brand* Indonesia dengan cara mengamati langsung (observasi lapangan), seperti mengunjungi pusat perbelanjaan yaitu Mall 23 Paskal, yang terdapat beberapa toko pakaian anak di dalamnya seperti Gingersnaps, Zara Kids, dan H&M Kids, serta *local brand* seperti *Happy Go Lucky* (HGL), dan *Brightspot Market 2022*. Selain itu, observasi *online* yaitu, dengan mengamati dan menganalisis *local brand* motif atau *pattern* seperti *Cotton Ink*,

Liunic On Things, Smitten by Pattern, Thef00lswhodream, Tibbywear, hingga _popiro secara *online* melalui *website* dan Instagram.

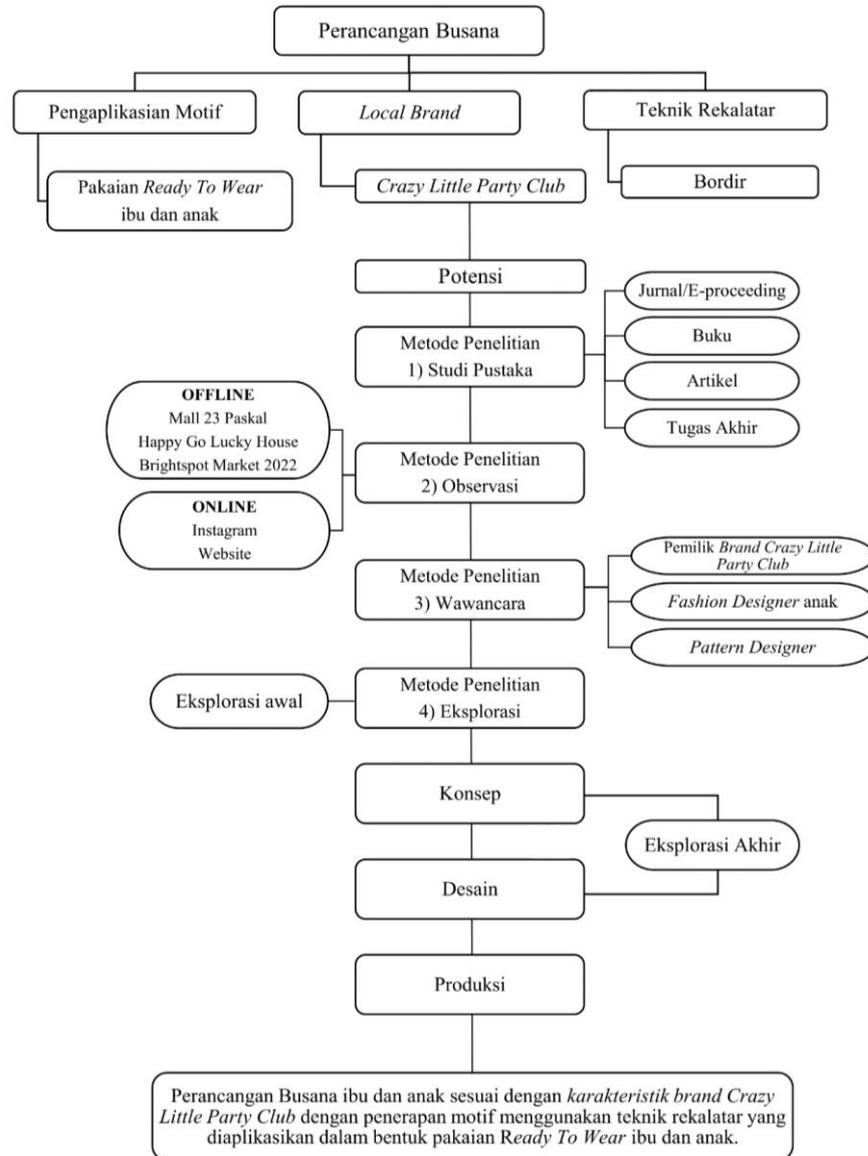
3. Wawancara

Metode ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu wawancara *online* dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber, yaitu Ibu Diza Diandra selaku pemilik *brand Crazy Little Party Club, The babybirds* selaku *pattern designer*, dan Ibu Fakhira yang merupakan seorang *fashion & pattern designer* anak. Wawancara ini dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data terkait tren motif saat ini, jenis motif yang digunakan untuk produk pakaian anak, penerapan teknik rekalar yang berpotensi diterapkan pada produk pakaian anak hingga langkah – langkah serta proses dalam pembuatan motif. Selain itu, pengumpulan data secara langsung dilakukan bersama pemilik *brand Crazy Little Party Club* dengan mengunjungi narasumber secara langsung ke studio *brand Crazy Little Party Club*.

4. Eksplorasi

Metode ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam proses pengkomposisian motif juga desain produk pakaian *ready-to-wear* Ibu dan Anak. Eksplorasi dilakukan dengan melakukan eksplorasi ragam motif milik brand Crazy Little Party Club, membuat komposisi motif terpilih, melakukan eksplorasi teknik rekalar yaitu, teknik digital printing dan bordir. Selain itu, membuat moodboard untuk inspirasi dalam perancangan desain dengan metode *SCAMPER* dan pengaplikasian komposisi motif pada desain busana.

I.8 Kerangka Penelitian



Gambar I.1 Kerangka Penelitian
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

I.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini, diuraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Studi Literatur

Pada bab ini, menjelaskan mengenai teori- teori yang mendukung topik penelitian seperti definisi, klasifikasi, dan pengembangan dari objek pembahasan penelitian utama yaitu, motif, *brand Crazy Little Party Club*, teknik bordir, dan produk pakaian *ready to wear* ibu dan anak.

Bab III Data dan Analisa Perancangan

Pada bab ini, diuraikan mengenai pemaparan data primer dan sekunder berupa wawancara, artikel, dan observasi yang digunakan pada penelitian.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini, diuraikan mengenai tahapan - tahapan yang dilakukan saat penelitian mulai dari analisa *brand* pembandingan, eksplorasi komposisi motif, pembuatan konsep, target market, proses pembuatan produk akhir, dan hasil produk akhir.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran hasil dari pengerjaan karya produk yang akan dipaparkan dan disimpulkan serta adanya saran.