

Perancangan Busana Uniseks Bergaya *Co-Ed Androgynous* Berbasis Konsep *Sustainable Fashion*

Dewa Made Weda Githapradana^{1*}, Rahayu Budhi Handayani², Gabriela Laras Dewi Swastika³

^{1,2} Program Studi Desain Produk Fesyen, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

Abstract

Covid-19 pandemic resulted many changes and adjustments in various sectors of life, including the creative fashion industry sector. One of the topics that came out was the concept of sustainable fashion as a solution to overcome the challenges of changing times. One of the ideas for implementing the concept is "reduce-reuse-recycle". The topic of this research is the application of the reduce-reuse-recycle concept in the design of co-ed androgynous unisex fashion using clothing waste, unsold clothing stock, and leftover fabric scraps. The topic of unisex clothing is a global fashion trend phenomenon that represents the efficiency of product differentiation as well as a gender identity campaign through appearance. The research problem is to find a suitable concept of design development for a unisex fashion product with co-ed androgynous style based on sustainable. The purpose of the research is to determine the concept and process of designing a unisex fashion product with a co-ed androgynous style based on a sustainable concept. The research method uses descriptive qualitative methods through triangulation (combined) data collection techniques covering several ways, namely literature, observation, interviews, and experimental. The design method uses the DUCMOT fashion system design stage with the design process in research and experimental testing. This concept not only has a positive impact on the surrounding environment but can also hone the creativity of industry players in utilizing and extending the life cycle of a product into new, innovative products.

Keywords

Co-ed Androgynous, Gender Fluid, Sustainable Fashion, Unisex, Upcycle Design

Dewa Made Weda Githapradana

Email : _____

weda.gita@ciputra.ac.id

Address

Fakultas Industri Kreatif,

Universitas Ciputra

CitraLand CBD Boulevard, Made,

Kota Surabaya, Jawa Timur,

Indonesia

Perancangan Busana Uniseks Bergaya *Co-Ed Androgynous* Berbasis Konsep *Sustainable Fashion*

Dewa Made Weda Githapradana, Rahayu Budhi Handayani, Gabriela Laras
Dewi Swastika

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung 2 tahun menyebabkan perubahan yang cukup signifikan pada sektor industri kreatif khususnya fesyen. Pandemi memaksa pelaku industri fesyen untuk beradaptasi dengan perubahan dan kebiasaan baru. Industri fesyen mengalami penurunan yang signifikan pada kurun waktu 2020 -2021 [1]. Penyebaran virus Covid-19 tidak hanya membahayakan kesehatan manusia namun juga memberikan dampak negatif bagi pertumbuhan ekonomi di bidang industri kreatif khususnya fesyen. Data statistik menunjukkan dampak pandemi telah banyak menutup bisnis ritel fesyen, baik skala kecil maupun besar. Industri fesyen dunia mengalami penurunan penjualan sebesar 27 – 30 % [2]. Dampak pandemi menurunkan penjualan industri fesyen di Indonesia hingga 70% [3]. Pandemi juga telah mempengaruhi perilaku konsumen dalam membelanjakan uang mereka. Kondisi ekonomi yang mengalami krisis mengakibatkan konsumen lebih bijak dalam membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan primer yang lebih menjadi prioritas. Fenomena tersebut mempersulit pelaku industri fesyen di Indonesia untuk bertahan dan mengembangkan bisnis.

Kondisi kehidupan mulai berangsur-asur membaik memasuki quartal 1 tahun 2022. Seiring dengan membaiknya kondisi pengendalian penyebaran virus Covid-19, keadaan ekonomi juga mengalami pemulihan. Sektor industri kreatif khususnya fesyen mulai beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi sebagai akibat usaha tetap bertahan pada situasi pandemi yang tidak menentu. Usaha pelaku dan pekerja fesyen adalah beradaptasi untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang berubah. Salah satu upaya kreatif dalam melakukan branding serta promosi adalah beralih ke ranah digital.

Pelaku dan pekerja di sektor industri fesyen khususnya di Indonesia, perlu stimulan dan alternatif solusi untuk bisa bangkit dan beradaptasi dengan situasi baru pasca pandemi. Beberapa permasalahan yang dihadapi pelaku industri fesyen akibat pandemi seperti kekurangan modal usaha, *dead stock* yang banyak belum terjual, dan upaya beradaptasi pada perubahan perilaku konsumen. Hasil wawancara dengan 10 pelaku industri fesyen yang tergabung dalam asosiasi Indonesian Fashion Chamber (IFC) dan tersebar di berbagai kota di Indonesia, rata-rata memberikan jawaban yang sama terhadap 3 faktor kendala tersebut di atas. Disrupsi pandemi mengganggu kelancaran bisnis yang mengakibatkan perputaran uang mengalami hambatan. Permasalahan modal usaha untuk pengadaan produk baru menjadi satu permasalahan utama. Penimbunan stok produk pada musim sebelumnya dikarenakan penurunan jumlah permintaan dan penjualan menjadi kendala yang tidak kalah penting. Selanjutnya perubahan tren dan perilaku konsumen juga menjadi faktor penghambat bisnis. Fenomena diatas perlu dicarikan alternatif solusi kreatif. Penelitian ini membahas solusi perancangan produk fesyen yang efektif dan efisien dalam mengatasi problematika pelaku industri fesyen dengan menerapkan konsep kreatif berbasis *sustainable fashion*.

Konsep *Sustainable Fashion*

Konsep keberlanjutan (*sustainable*) pada industri fesyen menjadi salah satu topik utama yang banyak didiskusikan baik dalam forum seminar formal ataupun diskusi-diskusi informal pada kurun waktu 10 tahun terakhir. Faktor *sustainability* menjadi salah satu konsep utama bagi perkembangan industri fesyen di masa mendatang [4]. Konsep *sustainable* merupakan salah satu model industri fesyen masa depan. Fesyen *sustainable* tidak hanya merupakan tren terkait penciptaan produk-produk busana yang ramah lingkungan, akan tetapi konsep keberlanjutan ini lebih luas meliputi regulasi yang memperhatikan etika sosial yang mengutamakan nilai kemanusiaan, sirkular ekonomi, dan juga perubahan pola pikir serta kesadaran konsumen untuk menerima konsep *sustainable* agar kehidupan dan eksistensi alam tetap dapat berlangsung seimbang.

Industri fesyen merupakan salah satu industri penyumbang limbah terbesar setelah industri migas. Industri fesyen produksi massal yang berkembang setelah era industrialisasi dan perubahan siklus tren fesyen yang sangat cepat pada akhirnya menimbulkan dampak isu lingkungan yang serius [5]. Industri

produksi masal dan siklus tren fesyen yang cepat berubah menghasilkan jumlah produksi yang sangat besar dalam 1 tahun. Produksi produk busana yang banyak dengan harga relatif murah telah merubah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk fesyen siap pakai. Konsep tersebut dikenal dengan istilah *fast fashion*, dimana jumlah produksi yang cepat dan besar pada akhirnya menghasilkan jumlah produksi yang melebihi kebutuhan pengguna dan juga melebihi kapasitas siklus kehidupan produk itu sendiri. Dampak yang dihasilkan adalah penumpukan jumlah limbah yang dapat mengancam kelestarian lingkungan.

Perubahan sistem yang terjadi sebagai dampak pandemi memungkinkan untuk melakukan penerapan konsep keberlanjutan pada industri fesyen mulai dari skala kecil hingga besar. Krisis pandemi pada sektor industri fesyen memberikan peluang untuk merubah sistem produksi dan pola pikir konsumen terhadap siklus tren fesyen. Konsep *slow fashion* yang merupakan oposisi dari konsep *fast fashion* dapat dikampanyekan lebih masiv lagi. Konsep tersebut dapat menjadi alternatif solusi atas problematika pelaku industri fesyen di Indonesia. Pemahaman yang benar terhadap *slow fashion* dan prinsip keberlanjutan akan dapat merubah gaya hidup masyarakat khususnya yang terfokus pada praktek manajemen pengadaan produk yang nantinya dapat mengubah tatanan sistem sosial yang memiliki kesadaran terhadap kelestarian lingkungan [6].

Upcycle Fashion

Manajemen pengadaan produk berbasis konsep berkelanjutan menjadi unsur penting bagi pelaku industri fesyen saat ini. Salah satu konsep penciptaan produk berbasis keberlanjutan adalah *upcycling*. Fesyen *upcycle* adalah proses penggunaan limbah pakaian dan tekstil untuk menciptakan produk baru. Proses *upcycle* merupakan alternatif praktik bisnis yang dapat secara efektif mengatasi masalah konsumsi, energi sumber daya material yang berlebihan, serta penggunaan bahan kimia di industri mode [7]. Proses desain *upcycle* adalah proses kreatif mengubah pakaian bekas dan limbah tekstil dengan menggunakan kembali *dead stock*, pakaian lama, atau limbah kain untuk membuat pakaian dan produk baru. Berdasarkan analisis penelitian perbedaan proses penciptaan desain *upcycle* dengan penciptaan desain menggunakan material baru adalah proses dan hasilnya secara alami tidak dapat diduga [8].

Proses penciptaan desain berkonsep *upcycle* membutuhkan kreatifitas lebih tinggi. Inovasi dan kreatifitas menjadi kata kunci pada saat mengolah kembali produk lama dan limbah menjadi produk baru yang memiliki nilai lebih tinggi dari produk sebelumnya [5]. Proses penciptaan kembali nilai yang lebih baik pada konsep *upcycle* memerlukan kesadaran estetika dan pengetahuan inovatif yang sangat berbeda dari proses mendesain pada umumnya. Proses daur ulang limbah tekstil dan pakaian menjadi produk dengan nilai yang lebih tinggi membutuhkan teknik dan kompetensi tingkat mahir bagi desainer dalam memanipulasi bentuk, potongan, dan mengolah material kreatif.

Hasil penelitian terpublikasi menyatakan bahwa sisa kain dan limbah tekstil yang dihasilkan dalam proses produksi busana berkisar antara 25-40% dari total kain yang digunakan. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa 50% dari bahan tersebut dapat didaur ulang menjadi pakaian baru. Bahkan proses daur ulang pada desain tertentu dapat menggunakan 80% bagian limbah pakaian dan tekstil [9]. Faktor penting yang harus diperhatikan bahwa proses desain daur ulang berbeda dengan proses desain biasa, dimana produk busana dirancang berdasarkan parameter bahan limbah. Metode pengembangan desain diawali dengan riset mengenai limbah yang akan didaur ulang. Proses kreatif pada proses desain *upcycled* dapat dinyatakan lebih spontan dan fleksibel.

Tren fesyen keberlanjutan termasuk konsep desain daur ulang (*upcycled design*) menjadi salah satu tema tren besar di industri mode saat ini. Namun temuan utama dari penelitian Hur dan Cassidy menyatakan masih ada tantangan dalam penerapan konsep desain keberlanjutan termasuk konsep desain daur ulang [10]. Tantangan tersebut berupa faktor internal dan eksternal. Tantangan internal seperti kurangnya pengetahuan mengenai konsep desain keberlanjutan bagi pelaku industri fesyen. Tantangan yang kedua adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya konsep keberlanjutan. Tantangan internal selanjutnya adalah kurangnya pendekatan implementasi desain berkonsep *sustainable* pada praktek desain dan produksi. Tantangan eksternal meliputi kompleksitas masalah keberlanjutan, permintaan konsumen yang dirasakan tidak mencukupi target, kesenjangan sikap dan perilaku dalam keputusan pembelian produk *sustainable* oleh konsumen pada rentang koleksi yang berkelanjutan dan insentif atau nilai yang tidak memadai bagi bisnis untuk menerapkan strategi desain berkelanjutan.

Dewasa ini beberapa studi dan penelitian difokuskan pada bagaimana konsep fesyen keberlanjutan ini dapat diterima oleh konsumen khususnya oleh kelompok generasi yang lebih muda yaitu milenial dan gen Z. Temuan utama dari penelitian dengan topik faktor apa saja yang mempengaruhi kelompok generasi Z tertarik untuk membeli produk fesyen daur ulang adalah seperti lima faktor utama termasuk kepedulian lingkungan, nilai sosial, nilai keunikan desain, persepsi risiko keuangan, dan persepsi risiko kualitas [11]. Lima faktor tersebut dapat menjadi acuan pada proses perancangan produk berkonsep keberlanjutan yang digunakan sebagai alternatif solusi untuk diterapkan kepada pelaku industri fesyen dalam upaya beradaptasi dengan perubahan akibat krisis pandemi. Yang menjadi fokus pembahasan dalam penulisan ini adalah faktor keunikan desain dan nilai sosial yang terkandung pada sebuah produk daur ulang.

Gender Fluid Fashion, Co-ed Androgynous, dan Uniseks

Konsep keberlanjutan pada perancangan dalam penelitian ini ditambahkan konteks nilai sosial yang diambil dari salah satu tema *Sustainable Development Goals* yaitu tema tentang persamaan gender (*gender equality*). Sejarah fesyen mencatat bahwa kategori busana terkungkung oleh stereotipe gender biner. Gagasan mengkaitkan konsep fesyen keberlanjutan dengan isu gender adalah pada konteks efisiensi produksi; di mana konsep fesyen *gender neutral* (uniseks) dapat memperkecil kapasitas jumlah produksi. Isu diskriminasi gender merupakan permasalahan sosial yang sering direinterpretasi ke dalam trend fesyen. Kajian sejarah fesyen mencatat tren mode yang muncul dilandasi tema persamaan gender muncul sejak awal abad 20 yang kemudian berkembang hingga saat ini. Isu sosial yang direpresentasikan ke dalam tren fesyen seperti kebangkitan gerakan emansipasi wanita dan restrukturisasi *heteronormative performativity* melalui gaya fesyen *gender fluid* [15].

Term *gender fluid*, *androgyny*, *co-ed*, dan uniseks fesyen merupakan istilah yang sering digunakan untuk merepresentasikan tren fesyen terkait isu gender. *Androgyny* dan gaya uniseks merupakan refleksi dari perubahan identitas gender di masyarakat. Diskriminasi gender merupakan fenomena permasalahan sosial yang sering muncul ke permukaan [12]. Isu gender di masyarakat disebabkan oleh perbedaan cara pandang dan pola pikir akan budaya dan keyakinan. Perbedaan tersebut mengakibatkan terjadinya perampasan hak dan kewajiban golongan minoritas oleh golongan mayoritas.

Co-ed merupakan fenomena tren fesyen dewasa ini. Tidak hanya Gucci, beberapa *brand* fesyen lain seperti Maison Margiela, Burberry, hingga *brand* fesyen asal Korea *Blindness* juga mengusung gaya *co-ed* di dalam konsep rancangannya. Konsep nonbinari-gender di dunia fesyen bukan merupakan hal baru [13]. Konsep *gender fluid* dalam fesyen telah ada dan merupakan refleksi dari sistem sosial sesuai zamannya [14]. Sebelum *co-ed* dikenal istilah gaya *androgyny* dan uniseks sebagai tren fesyen yang terinspirasi oleh isu *gender performativity*.

Konsep perancangan pada penelitian ini terfokus pada model busana uniseks bergaya (*co-ed androgynous*). Berdasarkan pemaparan di atas, *co-ed androgynous* yaitu gaya berbusana yang tidak terbatas pada batasan oposisi biner gender, yang mana konteks maskulin-feminin tampil berdampingan saling mempengaruhi (*fluid*). Perancangan busana uniseks bergaya *co-ed androgynous* menekankan pada efisiensi produksi, di mana produk busana didesain dengan konsep estetika yang nantinya dapat digunakan oleh laki-laki ataupun perempuan. Konsep desain tersebut dapat menekan jumlah difrensiasi produk sehingga dapat menghemat biaya produksi.

Pengembangan gagasan memadukan konsep desain daur ulang dengan konsep busana uniseks bergaya *co-ed androgynous*, merupakan upaya dalam menggali ide baru dan mengasah kreatifitas pelaku industri fesyen dalam menciptakan produk-produk yang inovatif. Perancangan tersebut membutuhkan kompetensi lebih jika dibandingkan dengan proses perancangan desain umumnya. Proses perancangan dengan konsep diatas membutuhkan sensitifitas desainer dalam mengolah unsur-unsur desain dalam komposisi estetis yang sesuai dengan kaidah konsep busana uniseks berbasis keberlanjutan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas dapat diperoleh rumusan masalah yaitu bagaimana perancangan produk fesyen uniseks bergaya *co-ed androgynous* berbasis konsep *sustainable fashion*? Tujuan penelitian dan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui konsep dan proses perancangan produk fesyen uniseks bergaya *co-ed androgynous* berbasis konsep *sustainable fashion*.

METODE

Metode penulisan dan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan) meliputi beberapa cara yaitu kepustakaan, observasi, wawancara, dan eksperimental. Data pustaka diperoleh dari sumber referensi berupa buku dan artikel dari jurnal seni, desain, dan ilmu sosial. Topik materi data pustaka meliputi tema studi fesyen, *gender performativity*, dan *sustainable fashion*. Data observasi diperoleh melalui pengamatan fenomena tren *co-ed androgynous* dan fesyen daur ulang melalui media online berupa media massa serta media sosial. Hasil observasi meliputi data elemen tren yang terdiri dari unsur desain berupa warna, tekstur, bahan, detail dekoratif, dan model busana. Metode perancangan menggunakan tahap perancangan *DUCMOT fashion system* dengan proses perancangan menekankan pada riset dan uji eksperimental. Metode penciptaan *DUCMOT* merupakan tahapan desain fesyen yang disusun penulis berdasarkan pengalaman sebagai praktisi.

ISI

Perancangan busana uniseks bergaya *co-ed androgynous* berbasis keberlanjutan menggunakan metode *DUCMOT Fashion system*. Metode *DUCMOT* terdiri dari 3 sistem utama dalam penciptaan produk desain fesyen. Ketiga sistem tersebut adalah *design*, *production*, dan *promotion*. Masing-masing sistem memiliki 4 bagian proses kreatif penciptaan. Tahap desain (*design*) merupakan tahap pertama dari alur metode penciptaan karya desain fesyen *DUCMOT*. Dalam tahap desain seorang desainer fesyen harus melakukan empat sub tahapan penciptaan, yaitu mencari dan menentukan inspirasi (*finding inspiration*), membuat rencana desain (*design brief*), melakukan riset (*research*), dan mulai mengembangkan desain (*design development*). Proses desain meliputi tahap imajinasi dan eksplorasi yang merupakan tahap awal penciptaan. Metode penciptaan selanjutnya adalah tahap ke 2 yaitu produksi (*production*) yang di dalamnya terdapat 4 sub tahapan yaitu eksplorasi pola (*pattern exploration*), pembuatan sampel (*prototyping*), eksekusi produksi (*sewing*), dan produk final (*final product or collection*). Pada tahap ini konsep desain ditransformasi ke dalam wujud produk fisik. Sistem ke 3 pada *DUCMOT Triadic Fashion System* adalah *promotion*. Tahap promosi di bidang desain fesyen terdiri dari empat sub tahapan yaitu tahap dokumentasi (*photoshoot*), tahap menyusun bisnis model, tahap *branding*, dan *marketing*. Tahap ini merupakan tahap proses distribusi informasi produk desain hingga mencapai konsumen atau target pasar yang dituju.

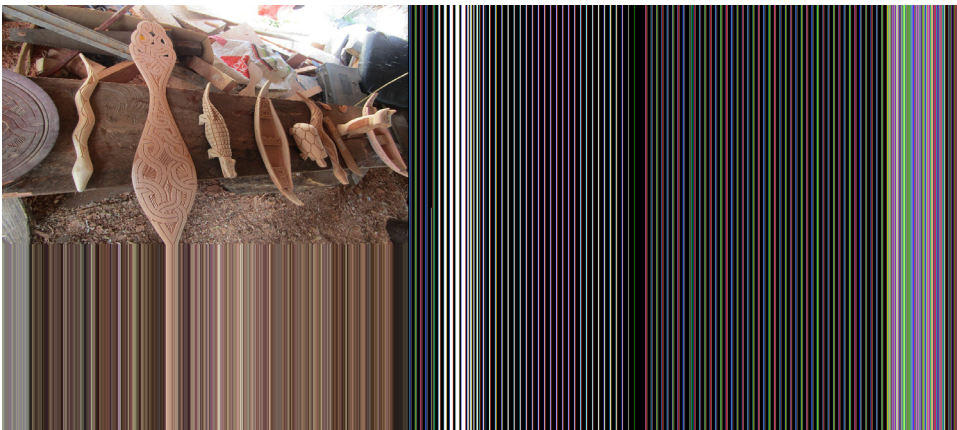


Gambar 1. Metode Penciptaan DUCMOT Fashion System, 2022.

Tahap pertama desain adalah mencari inspirasi dan membuat pengembangan gagasan desain (*design brief*). Inspirasi desain adalah daur ulang pakaian bekas dan limbah tekstil menjadi produk baru sehingga daur hidup produk tersebut menjadi lebih panjang. Perancangan terinspirasi juga oleh tren *gender fluid fashion* yang dewasa ini menjadi salah satu tema yang banyak diadaptasi oleh merek-merek besar pelaku industri mode di dunia. Fesyen *gender fluid* juga merupakan representasi dari konsep tema *Sustainable Development Goals* (SGD) yang salah satu tujuannya mengusung tema persamaan dan antidiskriminasi

gender. Fesyen *gender fluid* yang diterjemahkan ke dalam busana uniseks bergaya *co-ed androgynous* didasari juga pada efisiensi produksi yaitu desain busana yang dapat diadaptasi oleh kedua gender tanpa harus menambah diferensiasi produk antara divisi busana laki-laki atau wanita.

Bahan baku perancangan adalah *dead stock* koleksi lama yang belum terjual, limbah pakaian bekas, dan limbah perca kain sisa produksi. Jenis tekstil limbah didominasi oleh bahan denim, katun polyester, dan linen. Limbah pakaian yang didaur ulang terdiri dari celana denim, *dress*, kemeja, dan jaket. Limbah tekstil yang dimanfaatkan kembali pada desain terdiri dari perca kain sisa produksi. Pengembangan gagasan desain adalah upaya mendesain kembali limbah tersebut menjadi produk baru dengan menerapkan konsep estetika *recodeco* kontemporer. Konsep *recodeco* kontemporer adalah pendekatan estetika berbasis metode dekonstruksi dan rekonstruksi, yaitu upaya merombak bentuk yang sudah ada atau mapan dengan memodifikasi dan merekonstruksi produk desain untuk memperoleh kebaruan sesuai tren terdepan.



Gambar 2. Bahan Baku Limbah Pakaian dan Tekstil, 2022

Tahap riset merupakan tahap penting dalam proses perancangan. Proses pengembangan desain produk didasari oleh riset terhadap sumber inspirasi dan pengembangan gagasan, elemen tren, dan target pasar/ *extreme user*. Riset pengembangan inspirasi dan gagasan dilakukan dengan observasi terhadap limbah pakaian dan tekstil dari berbagai sumber seperti stok koleksi lama yang dapat diolah kembali, limbah pakaian bekas yang sudah tidak digunakan, dan limbah perca tekstil.

Riset observasi terhadap elemen tren merupakan tahapan mengaplikasikan pengembangan gagasan ke dalam konsep fesyen kontemporer melalui observasi elemen kunci tren yang terdiri dari tema tren, model produk, detail, warna, motif, dan fabrikasi/ adaptasi material. Observasi tema tren terfokus pada fesyen *gender fluid* dengan gaya *co-ed androgynous*. Studi komparasi dilakukan dengan melakukan pengamatan adaptasi tren *co-ed androgynous* pada beberapa fesyen brand seperti *Gucci*, *Alexander McQueen*, dan *Louis Vuitton*. Selain itu pengamatan tren *gender fluid* juga diamati melalui observasi terhadap perkembangan tren tersebut pada budaya populer melalui sosial media. Hasil observasi menyatakan bahwa trend *co-ed androgynous* populer khususnya dikalangan kaum muda milenial dan generasi Z. Salah satu petanda diterimanya tren gender fluid adalah runtuhnya batasan konsep biner klasifikasi pakaian wanita dan laki-laki. Generasi milenial dan khususnya generasi Z lebih memiliki keterbukaan pola pikir untuk mengadaptasi unsur feminin pada busana pria dan begitu juga sebaliknya, unsur maskulin pada busana wanita. Bahkan beberapa kelompok pengguna mengaburkan identitas gender dengan mengadaptasi konsep busana *genderless*. Observasi terhadap elemen tren model produk difokuskan pada produk pakaian *ready to wear* uniseks. Hasil pengamatan terfokus pada tren busana uniseks berpotongan longgar yang nyaman dan *versatile*. Observasi konsep busana *versatile* adalah pengamatan terhadap tren fesyen multi desain yang dapat diadaptasi dalam berbagai kesempatan. Riset elemen detail difokuskan pada pengamatan detail dekoratif dan konstruktif yang dapat diterapkan pada konsep busana *recodeco* seperti detail *patch work* dan *quilting*. Observasi elemen tren lainnya seperti warna, motif, dan fabrikasi difokuskan pada studi komparasi yang dilakukan sesuai dengan bahan baku limbah yang digunakan. Pengaplikasian elemen tren warna, motif, dan fabrikasi pada desain daur ulang membutuhkan kepekaan estetis khusus karena sifatnya yang tidak dapat diprediksi sebelumnya sehingga memerlukan spontanitas dan kreatifitas dalam pengembangannya.

Riset terhadap *extreme user/ target market* merupakan salah satu poin penting dalam proses perancangan. Pemetaan terhadap target market dapat memberikan panduan yang benar pada saat melakukan pengembangan desain. Riset target market didasarkan pada 4 faktor yaitu kondisi demografis, geo-

grafis, psikologi, dan perilaku konsumen. Perancangan ini menasar target pengguna kelompok pekerja muda laki-laki dan perempuan usia 20-40 tahun, golongan menengah ke atas dengan penghasilan di atas 5 juta rupiah dalam sebulan. Pengguna berdomisili di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Denpasar, dan Makassar. Kelompok pengguna tersebut memiliki kepribadian dinamis, cerdas, artistik, empati, toleran, dan berpikiran terbuka dengan perilaku mudah bergaul, mengikuti tren, dan aktif. Berdasarkan pemetaan tersebut dikumpulkan kelompok extreme user sebanyak 100 orang yang terdiri dari 50 laki-laki dan 50 perempuan yang nantinya digunakan sebagai responden uji terbatas bagi produk hasil perancangan.

Hasil riset berupa pengembangan gagasan, analisa elemen tren, dan target market disintesis ke dalam konsep yang melandasi perancangan. Konsep perancangan ini adalah pengembangan produk fesyen daur ulang *ready to wear* uniseks berkarakter multi desain. Konsep daur ulang (*upcycled*) pada produk adalah mengaplikasikan konsep keberlanjutan pada perancangan yaitu mengolah kembali limbah pakaian bekas pakai, stok tidak terjual, dan limbah perca kain sisa produksi menjadi produk baru yang memiliki nilai lebih tinggi. Konsep ini membantu pelaku industri lebih hemat dalam biaya produksi. Desain daur ulang juga merupakan penerapan konsep *zerowaste* yaitu memanfaatkan bahan baku dengan efisiensi tinggi, mempersedikit sisa limbah hasil produksi yang diaplikasikan dalam penerapan material kreatif ataupun aksesoris pelengkap.

Busana *ready to wear* adalah produk pakaian siap pakai dengan ukuran standar. Konsep uniseks bergaya *co-ed androgynous* adalah produk pakaian yang dapat digunakan oleh kedua jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan menerapkan tren *gender fluid*. Berdasarkan konsep tersebut pakaian pada perancangan ini didesain khusus dengan memperhatikan hal-hal yang lebih detail dan spesifik pada konteks ukuran dan penerapan estetika desain *gender fluid*. Penerapan jenis busana uniseks pada perancangan busana bertujuan pada efisiensi produksi. Pelaku industri dalam konteks ini desainer atau produsen busana, tidak perlu menciptakan koleksi dengan difrensiasi produk dengan banyak variasi model.

Konsep multi desain yang diterapkan pada perancangan ini adalah *reversible* dan *detachable*. *Reversible* merupakan konsep perancangan model busana yang mana pakaian dapat digunakan pada kedua sisi, baik sisi luar maupun sisi bagian dalam. Konsep *detachable* merupakan teknik perancangan yang mana komponen pakaian dapat dilepas pasang sehingga dapat digunakan dengan beberapa *look* berbeda. Teknik perancangan *reversible* dan *detachable* pada busana merupakan adaptasi penerapan konsep keberlanjutan. Teknik *reversible* dan *detachable* memungkinkan pakaian digunakan dengan berbagai gaya. Penerapan konsep tersebut bertujuan agar memperpanjang daur hidup pakaian.

Hasil riset berupa konsep desain divisualisasikan ke dalam wujud *moodboard* yaitu kumpulan gambar-gambar yang merefleksikan konsep perancangan. *Moodboard* digunakan sebagai panduan pada proses pengembangan desain. Proses pengembangan desain pada perancangan ini tidak seperti pada proses pengembangan desain pada perancangan biasa. Ide pengembangan desain produk terkait erat dengan jenis limbah yang akan didaur ulang. Berikut adalah *moodboard* dan proses pengembangan desain:



Gambar 3. Pengembangan Desain, 2022, JPEG, koleksi penulis

Sketsa pengembangan desain dengan konsep daur ulang pada gambar di atas berfungsi dalam memberikan panduan penerapan ide pengolahan limbah seperti peletakan sambungan lepas pasang, gambaran secara garis besar mengenai ide *patchwork*, siluet, *style*, dan beberapa detail dekoratif pada produk. Wujud produk final tetap menyesuaikan dengan limbah yang akan didaur ulang. Hal tersebut yang menyebabkan terjadi perbedaan visual antara ilustrasi berupa *mockup* dengan produk akhir.

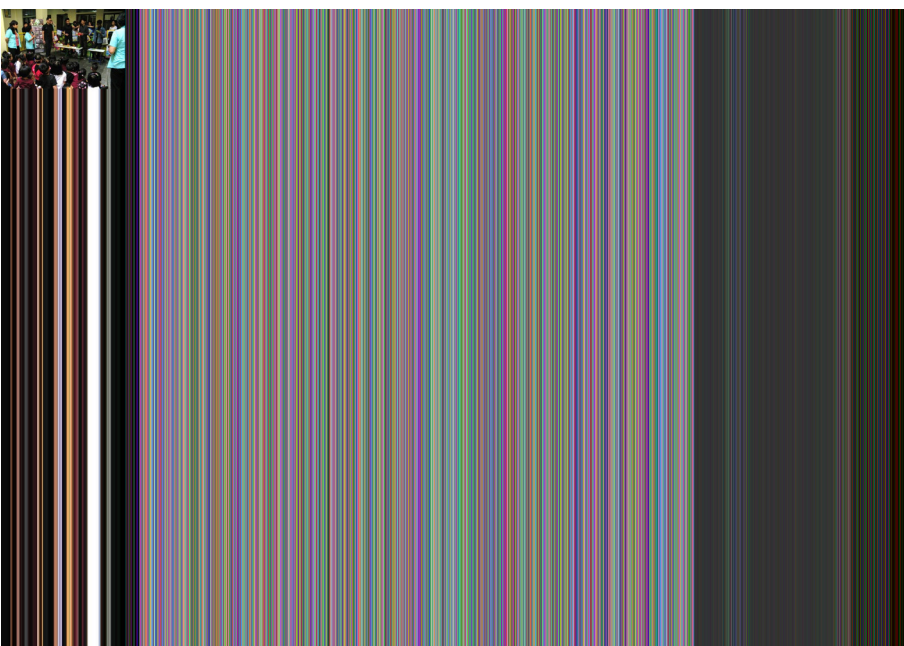
Proses produksi diawali dengan mendekonstruksi limbah pakaian bekas seperti kemeja kantor formal, celana denim, dan jaket sesuai konsep pengembangan desain. Tahap berikutnya adalah merekonstruksi kembali menjadi produk baru yang berbeda dengan produk sebelumnya. Proses produksi meliputi eksplorasi pola, yang mana pola busana uniseks dirancang dengan konsep berpotongan sederhana dengan model *oversize*. Proses selanjutnya adalah menyusun bagian potongan limbah dengan teknik *patchwork* yang merupakan detail utama perancangan. Konsep *reversible* diterapkan pada model jaket bomber yang pada bagian luar menggunakan limbah denim sedangkan pada bagian dalam tersusun dari gabungan limbah perca tekstil sisa produksi. Proses daur ulang limbah kemeja formal menjadi produk baru dengan konsep *detachable*. Produk baru berupa atasan kontemporer yang dapat digunakan dengan beberapa pilihan gaya seperti kemeja *crop* (pendek), panjang medium, hingga panjang dengan cara melepas pasang bagian-bagian tertentu.

Validasi produk hasil perancangan salah satunya diperoleh melalui hasil survei kepada 100 *extreme user* yang terdiri dari 50 responden laki-laki dan 50 responden perempuan dengan rentang usia antara 20 – 40 tahun. Hasil survei menyatakan bahwa 80,4% responden tertarik menggunakan produk daur ulang jaket uniseks *reversible*, 9,8% menyatakan ketidaktertarikan, dan 9,8% menyatakan keragu-raguan. Data survei untuk produk daur ulang kemeja uniseks berkonsep *detachable* adalah 77,5% menyatakan tertarik untuk menggunakan produk tersebut, 13,7% menyatakan tidak tertarik, dan 8,8% menyatakan keragu-raguan.

Model pengembangan desain produk daur ulang jaket *reversible* yang menjadi favorit *extreme user* adalah jaket look 5 dengan hasil poling sebanyak 22,6%. Hasil poling selanjutnya berturut-turut, look 4 sebanyak 20,6%, look 2 sebanyak 19,6%, look 3 sebanyak 20,6%, dan look 1 sebanyak 4,9%. Sisa poling tersebar pada responden yang memilih lebih dari 1 model jaket favorit sebanyak 21,6 %.

Hasil respon terhadap model pengembangan desain produk daur ulang kemeja dengan konsep *detachable* yaitu sebanyak 55,9% responden memilih kemeja *detachable* model 02. Kemeja model 01 mendapat respon sebanyak 40,2%. Sisa poling yaitu pada kelompok responden yang memilih kedua model kemeja sebagai favoritnya, sebanyak 2%.

Hasil poling pengembangan desain produk busana uniseks berkonsep daur ulang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai model produk yang dapat diterima dan diminati pasar. Pelaku industri dapat mengembangkan desain produk berdasarkan hasil evaluasi survei pasar dikombinasikan dengan riset perkembangan tren fesyen terdepan untuk menghasilkan produk terbaik.



Gambar 4. Produk Daur Ulang Unisex Bergaya Co-ed Androgynous, 2022, JPEG, koleksi penulis

Perancangan produk daur ulang uniseks pada penelitian ini memperhatikan 5 faktor utama yaitu kepedulian lingkungan, nilai sosial, nilai keunikan desain, persepsi risiko keuangan, dan persepsi risiko kualitas. Perancangan ini berbasis konsep *reduce-reuse-recycle*, yang diaplikasikan pada konsep sumber bahan baku produksi yang berfokus pada pengolahan limbah. Faktor nilai sosial diaplikasikan pada konsep mengusung kesetaraan gender yang merupakan sikap empati terhadap diskriminasi gender, khususnya bagi kaum gender minoritas. Nilai keunikan desain terletak pada konsep busana bergaya *co-ed androgynous* yang *reversible* dan *detachable*, sehingga 1 busana dapat digunakan dengan beberapa tampilan yang berbeda. Faktor resiko keuangan dan persepsi risiko kualitas diterapkan dengan mengontrol biaya produksi dengan efisien dengan kualitas kontrol produksi yang prima.

KESIMPULAN

Hasil data penelitian menunjukkan bahwa konsep *sustainable fashion* dalam hal ini adalah proses mendaur ulang pakaian bekas, stok produk tidak terjual, dan limbah perca tekstil merupakan konsep yang relevan diterapkan untuk industri fesyen saat ini dan masa depan. Konsep keberlanjutan ini tidak hanya berdampak positif bagi kelestarian lingkungan sekitar, namun juga dapat mengasah kreatifitas pelaku industri dalam memanfaatkan limbah dan memperpanjang daur hidup sebuah produk busana menjadi produk baru inovatif. Penerapan kategori produk busana uniseks bergaya *co-ed androgynous* merupakan adaptasi tren global dan upaya efisiensi terhadap difrensiasi produk. Upaya efisiensi merupakan usaha pengurangan jumlah produk yang diproduksi baik dari segi jumlah maupun model untuk meminimalisir limbah. Perancangan busana uniseks berbasis konsep *sustainable fashion* pada penelitian ini yaitu menerapkan konsep multi desain *reversible* dan *detachable* berdasarkan estetika *reco-deco* kontemporer. Hasil penelitian adalah penerapan metode *DUCMOT Fashion System* yaitu metode kreatif berbasis riset pengembangan gagasan, elemen trend, dan respon pengguna.

Data hasil penelitian juga menunjukkan bahwa busana daur ulang (*upcycled*) uniseks bergaya *co-ed androgynous* dapat diterima oleh pasar khususnya dari kelompok target market milenial dan gen z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata responden sampel *extreme user* mengetahui konsep busana uniseks dan pernah memakainya. Data juga menunjukkan bahwa pasar tertarik untuk menggunakan produk fesyen daur ulang uniseks bergaya *co-ed androgynous*.

Keunggulan penelitian ini terletak pada topik yang diangkat yaitu tentang konteks keberlanjutan dan *gender performativity* melalui fesyen. Kedua topik ini merepresentasikan salah satu isu sosial terdepan. Penelitian ini tidak hanya mengulas mengenai metode dan tahapan perancangan, akan tetapi disertai validasi uji pada *extreme user*. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dapat diterapkan pada industri dan menjadi solusi bagi pelaku industri dalam upaya beradaptasi dengan perubahan akibat pandemi. Kekurangan penelitian terletak pada keterbatasan waktu pelaksanaan dan dana sehingga uji validasi pada produk hanya terbatas pada uji sampel/ prototipe.

Rencana penelitian selanjutnya adalah pengembangan difrensiasi produk dan uji pasar dengan konsep dan lingkup yang lebih luas. Salah satu upaya adalah dengan menyusun dan melakukan riset mengenai strategi branding dan promosi. Rencana lainnya adalah meneliti konsep sirkular tahap selanjutnya dalam mengolah limbah produk penelitian pada perancangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Harbet, Parlin., Sembiring, Sanika. 2020. Analisis manajemen krisis Zara Fashion di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Public Relation. 1. 2. <https://doi.org/10.31294/jpr.v1i2.497>
- [2]. Rizal, Jawahir Gustav. 2020. Dampak Pandemi Corona, Penjualan Fashion Mewah Dunia Turun 650 Miliar Dollar AS. Kompas.com.
- [3]. Febrinastri, Fabiola. 2021. Akibat Covid-19 Penjualan Fesyen Indonesia Turun 70%, Ini Upaya Kemnaker. Suara.com.
- [4]. Khandual, A., Pradhan, S. 2019. Fashion Brands and Consumers Approach Towards Sustainable Fashion. In: Muthu, S. (eds) Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. Textile Science and Clothing Technology. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-1268-7_3
- [5]. CINI, Cigdem Asuman. 2019. An Upcycling Project In Textile And Fashion Design. The Research Journal of the Costume Culture. 27. 1: 11-19. <https://doi.org/10.29049/rjcc.2019.27.1.011>
- [6]. Shaikh, F. N. 2021. The Impact of Sustainability on Fashion Industry. Journal of Business Strategies.

15. 1: 45-58. DOI:10.29270/JBS.15.1(21).03
- [7]. Sung, Kyungeun., Cooper, Tim., Oehlmann Johanna., Singh, Jagdeep., Mont, Oksana. 2020. Multi-Stakeholder Perspectives on Scaling up UK Fashion Upcycling Businesses. *Fashion Practice*. 12. 3: 331-350. DOI: 10.1080/17569370.2019.1701398
- [8]. Chuma, Chipo., Muza, Tariro., Chipambwa, Walter. 2019. An Examination of the Upcycling Design Process of Used Clothes among Fashion Design Students: Towards an Approach for Sustainable Fashion Design Practice. *International Journal of Costume and Fashion*. 19. 2: 59 – 69. DOI : 10.7233/ijcf.2019.19.2.059
- [9]. Aus, R., Moora, H., Vihma, M. et al. 2021. Designing For Circular Fashion: Integrating Upcycling into Conventional Garment Manufacturing Processes. *Fash Text*. 8. 34. <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00262-9>
- [10]. Hur, Eunsuk., Cassidy, Tom. 2019. Perceptions and Attitudes towards Sustainable Fashion Design: Challenges and Opportunities for Implementing Sustainability in Fashion. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. 12. 2:208-217. DOI: [10.1080/17543266.2019.1572789](https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1572789)
- [11]. Pham, V. T., Xuan, V. T., Trang, N. M., Hang, P. M. T., & Nguyen, N. T. 2021. Factors Affecting Young Consumers' Intention to Purchase Upcycled Fashion Products – A Case Study in Vietnam. *Journal La Bisecoman*. 2. 4: 40-54. <https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v2i4.458>
- [12]. Sumerau, J. E., Mathers, L. A. B., & Moon, D. 2020. Foreclosing Fluidity at the Intersection of Gender and Sexual Normativities. *Symbolic Interaction*. 43.2: 205–234. <https://doi.org/10.1002/symb.431>
- [13]. Pambudi, N. S. H., Haldani, A., & Adhitama, G. P. 2019. Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Genderless Fashion. *Jurnal Rupa*. 4. 1: 54. <https://doi.org/10.25124/rupa.v4i1.2249>
- [14]. Lee, J.-E., & Kwak, T.-G. 2020. Study on Gender-Neutral Style in Modern Fashion. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association*. 22. 3: 111–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.30751/kfcda.2020.22.3.111>
- [15]. Paolletti, Jo B. 2015. *Unisex; Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution*. Indiana University Press. Bloomington Indiana USA.