

PERANCANGAN MODEST FORMAL WEARABLE DENGAN IMPLEMENTASI ELEMEN DESAIN PADA BRAND ARINA

Lolytha Sekar Arina, Soelistyowati , S.Pd.,M.Pd., Fabio Ricardo Toreh

Universitas Ciputra, Surabaya, 60219, Indonesia

lolytha.arina@gmail.com

soelistyowati@ciputra.ac.id

fabio.toreh@ciputra.ac.id

ABSTRACT

The role of women in the world of work has increased sharply especially Muslim women. The position of women in the world of work can be equated with the position of men. Where women have the ability and opportunity to get the same position or position as men. In addition, supported by the forecasting trend that is the trend of female forces and modern workstyle women are more willing to express themselves. With this encouragement, women who work continue to grow every time. In addition, the world's Muslim population is increasing every year. With the increase in working Muslim women, this has made the demand for women's work clothes increase. In addition, the modern lifestyle of women who work in urban Indonesia, has caused office clothes to be more efficient in style, flexibility and practicality. This raises the need for Muslim clothing that can provide a sense of comfort in activities in the office while looking trendy without leaving the Islamic Sharia aspect. This research method uses qualitative methods by collecting data through observation and study of literature and quantitative methods by distributing surveys to consumers.

Keywords: muslim, modest fashion, formal wear, brand Arina

ABSTRAK

Peran wanita dalam dunia bekerja meningkat tajam terutama wanita muslimah. Kedudukan wanita dalam dunia pekerjaan sudah dapat disetarakan dengan kedudukan pria. Dimana wanita mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk mendapatkan kedudukan atau posisi yang sama dengan pria. Selain itu, didukung dengan trend forecasting yaitu adanya trend female force dan modern workstyle wanita lebih berani untuk mengekspresikan diri. Dengan adanya dorongan tersebut, wanita yang bekerja terus bertambah setiap waktunya. Selain itu, populasi muslim dunia juga bertambah setiap tahunnya. Dengan adanya peningkatan wanita muslimah yang bekerja, hal ini membuat permintaan busana kerja wanita meningkat. Selain itu, gaya hidup modern wanita yang bekerja di perkotaan Indonesia, telah menyebabkan pakaian kantor menjadi lebih efisien dalam gaya, fleksibel, dan praktis. Hal tersebut memunculkan kebutuhan terhadap busana muslimah yang dapat memberikan rasa nyaman dalam beraktivitas di kantor sekaligus berpenampilan trendi tanpa meninggalkan segi syariah Islam. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan studi literatur dan metode kuantitatif dengan membagikan survei ke konsumen.

Kata Kunci: busana wanita, wanita bekerja, modestwear, brand Arina

PENDAHULUAN

Kedudukan wanita dalam dunia pekerjaan sudah dapat disetarakan dengan kedudukan pria. Dimana wanita mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk mendapatkan kedudukan atau posisi yang sama dengan pria. Selain itu, dengan adanya trend female force dan modern workstyle wanita lebih berani untuk memilih kemauan mereka, seperti akan bekerja atau hanya berumah tangga. Dengan adanya dorongan diri tersebut, pekerja wanita terus berkembang setiap waktunya.

Meningkatnya jumlah dan posisi pangkat yang lebih tinggi dari pekerja perempuan di bidang sektor formal tentu mengubah gaya pakaian kantor (pakaian bisnis) saat ini. Banyak wanita muslimah yang memutuskan untuk menggunakan hijab kemudian tetap bekerja dan harus menyesuaikan diri dengan lingkungan kantor, namun tidak ingin meninggalkan akidahnya. Gaya hidup modern pekerja perempuan perkotaan di Indonesia, telah menyebabkan pakaian kantor menjadi lebih efisien dalam gaya, fleksibel, praktis, dan trendi (Indrianti P., 2013) (Indrianti P., 2017). Hal tersebut memunculkan kebutuhan terhadap busana muslimah yang dapat memberikan rasa nyaman dalam beraktifitas di kantor sekaligus penampilan trendi tanpa meninggalkan segi syariah Islam. Namun, tidak meninggalkan segi dari trend yang ada saat ini.

Menurut Pew Research Center, diprediksikan pada tahun 2030 penduduk yang beragama

Islam akan mencapai 8,3 miliar penduduk. Dengan begitu, pasar modest fashion sangatlah besar. Bersamaan dengan itu, pengguna busana muslim terus bertambah dan tren busana muslim pun semakin diminati. Perindustrian dan Perdagangan Indonesia sudah mulai menggalakkan kampanye “Menuju Indonesia sebagai Kiblat Fesyen Muslim Dunia Tahun 2020”. Eka Rofi Shanty, mengungkapkan bahwa enam dari 10 perempuan Indonesia memakai pakaian muslim, dan itu tidak harus jilbab atau penutup kepala.

Oleh karena itu, penulis dengan brand Arina bermaksud untuk merancang pakaian kantor muslim; oleh gaya dan elemen desain (garis, siluet, detail, tekstur, dan warna) yang menyediakan persyaratan pakaian kantor profesional dan modis namun mencakup aurat yang sesuai dengan syariah Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Nazir (1988), menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan metode untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu rangkaian kondisi, suatu objek, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, dan sifat-sifat yang diselidiki.

1. Pengumpulan Data Primer
 - A. Kualitatif

- a. Observasi: dilakukan dengan mendatangi langsung store Massimo Dutti Tunjungan Plaza dan The Executive Pakuwon Mall untuk mengamati pakaian apa saja yang dijual.
 - b. Wawancara dengan para *expert*: dilakukan dengan mewawancarai 6 narasumber yang memiliki keahlian busana wanita, formal wear, dan modest wear, di antaranya Aphiana Candrajani selaku *designer* dan pemilik brand Anni, Giovani Witanto selaku *supervisor brand* Massimo Dutti Tunjungan Plaza, Alyn Dea Clarynta selaku *pattern maker*, Widodo selaku ahli produksi, Nuri Fauziah, M. Psi selaku pembicara dan aktivis dakwah, serta Erika Choirunnisa selaku *store manager* The Executive Pakuwon Mall.
- B. Kuantitatif
- Kuesioner extreme users: dilakukan melalui Google Forms tentang elemen desain seperti preferensi warna *style*, detail, panjang pakaian, dan *buying behaviour* konsumen agar dapat dijadikan pedoman saat melakukan proses desain.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini



Figur 1. Busana Wanita

merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti bahan-bahan referensi diantaranya buku mengenai modestwear, busana kerja, teknik pleats, elemen dan prinsip desain, artikel, jurnal, web dan internet yang berhubungan dengan tugas akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Busana Wanita

Istilah busana berasal dari bahasa sanskerta yaitu “bhusana” dan istilah yang populer dalam bahasa Indonesia yaitu “busana” yang dapat diartikan “pakaian”. Pengertian busana adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh, baik dengan maksud melindungi tubuh maupun memperindah penampilan tubuh (Wijayanto, 2017). Namun demikian pengertian busana dan pakaian terdapat sedikit perbedaan, dimana busana mempunyai konotasi “pakaian yang bagus atau indah” yaitu pakaian yang serasi, harmonis, selaras, enak dipandang, nyaman melihatnya, cocok dengan pemakai serta sesuai dengan kesempatan. Berbusana menurut kesempatan maksudnya ialah

berbusana menyesuaikan dengan tempat ke mana busana tersebut akan dikenakan, karena setiap kesempatan menuntut jenis busana yang berbeda.

2. Modest Wear



Figur 2. Modest Wear

Dalam agama Islam, fungsi utama berpakaian adalah untuk menutupi aurat. *Modest wear* adalah berbagai jenis busana yang dipakai oleh wanita muslimah sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dimaksud untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang tidak pantas untuk diperlihatkan kepada publik (Wati, 2017). Bagian yang perlu ditutup pada diri seorang perempuan adalah semua anggota tubuh kecuali wajah dan kedua telapak tangan sampai pergelangan.

Pada prinsipnya Islam tidak memberikan batasan *style* busana muslim secara kaku. Islam hanya memberikan batasan bagian dari tubuh yang mana saja yang harus ditutupi, sedang bentuk *style* busana kembali kepada selera masing-masing asalkan tidak berlebihan dengan penempatan penggunaan

yang sesuai. Busana muslimah sebenarnya bersifat universal, dapat dipakai oleh perempuan muslim dimanapun ia berada tanpa membedakan suku bangsa maupun letak geogra-fisnya.

3. Busana Kerja



Figur 3. Busana Kerja

Pengertian busana kerja menurut Arifah A Riyanto (2003 : 109) menjelaskan busana kerja adalah busana yang dipakai ketika melakukan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Karakteristik busana kerja yaitu model busana kerja harus menunjang aktivitas pekerjaan, tidak menggunakan warna yang mencolok, dan tidak terlalu ketat sehingga mudah bergerak.

4. Gaya Berpakaian Kerja



Figur 4. Gaya Berpakaian Kerja

Menurut (Wood, 2018), pakaian kantor terpecah menjadi beberapa kode etika berpakaian, tergantung dari keadaan, jabatan, dan aturan dari tempat kerja itu sendiri. Beberapa diantaranya adalah:

1) *Business Formal*

Pakaian formal bisnis adalah pakaian yang biasa dikenakan untuk menghadiri acara resmi.

2) *Business Professional*

Pekerjaan yang membutuhkan pakaian profesional bisnis setiap hari seperti akuntansi dan perusahaan/ perkantoran yang memiliki aturan atau kode etik dalam berpakaian formal agar terlihat rapi & profesional.

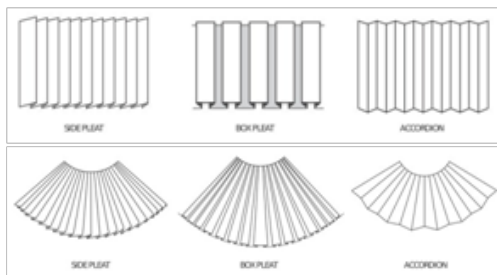
3) *Business Casual*

Business casual adalah gaya berpakaian untuk bekerja yang lebih santai.

4) *Small Business Casual*

Gaya berpakaian *small business casual* biasanya diterapkan pada kantor yang masih memiliki bisnis kecil ataupun pada perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif sehingga kenyamanan pekerja merupakan hal yang utama.

5. Teknik Pleats



Figur 5. Macam pleats

Pleats adalah teknik unik untuk mengubah bentuk kain, dimana lipatan dibuat untuk membuat garis-garis simetris; pola geometris, yang mengubah permukaan dua dimensi menjadi dekorasi tiga dimensi. Kain *pleats* merupakan jenis kain yang dilipat-lipat secara rapi dimana *pleats* diproses dengan alat dan obat.

6. Implementasi Elemen Desain

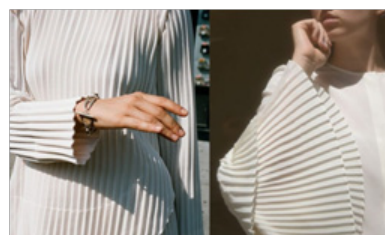
a. *Sillhoutes*

Garis siluet artinya garis bayangan dari keseluruhan gambar desain busana. Garis siluet ada beberapa macam, beberapa yang digunakan adalah:

1) Siluet A : Dalam rancangan koleksi ini, siluet A diaplikasikan pada potongan *blazer dress* yang melebar ke bawahnya.

2) Siluet H : Siluet H dalam rancangan koleksi ini diaplikasikan pada top dengan *cutting loose*.

b. Garis



Figur 6. Implementasi Garis

Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain (Bagusnugroho, 2014). Dalam perancangan koleksi ini garis

diaplikasikan pada teknik *pleats* yang memiliki garis *vertical*.

c. Ukuran (*Size*)

Ukuran adalah unsur lain dalam desain grafis yang mendefinisikan besar kecilnya suatu objek. Ukuran diterapkan dalam panjangnya busana sehingga busana dapat memenuhi kriteria sebagai *modestwear*.

7. Implementasi Prinsip Desain

a. Proporsi

Dalam koleksi ini proporsi aplikasikan pada panjang dress atau atasan yang menutupi bagian lekuk tubuh belakang.

b. *Unity*

Prinsip *unity* atau kesatuan diaplikasikan pada koleksi desain yang memiliki desain satu dan desain lainnya kesinambungan sehingga koleksi mudah untuk dipadukan.

c. *Harmony*

Dalam koleksi ini harmoni diaplikasikan pada warna-warna yang dipilih selaras dengan sifat warna yang cocok untuk busana formal. Selain itu juga memiliki *cutting* yang minimalis.

8. *Trend Fashion*



Figur 7. Mega Trend

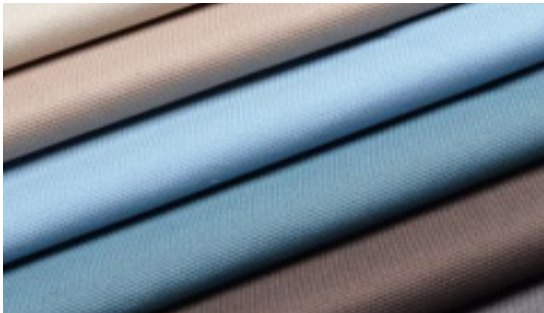
Dalam perancangan, peneliti mengambil dua tren besar yaitu *female force* dan *modern workstyle*. *Modern workstyle* adalah gaya bekerja dimana waktu kerja dan kondisi kerja menjadi lebih fleksibel. Sedangkan gerakan feminisme adalah gerakan dimana wanita lebih memiliki kontrol penuh untuk mengungkapkan pendapat dan menentukan arah tujuan mereka.

Pemilihan warna pengembangan desain produk dalam penelitian ini mengacu pada hasil survei yang telah dilakukan. Warna-warna favorit *extreme users* adalah warna netral seperti hitam dan putih, dan warna-warna pastel.

Dari perspektif psikologi warna, hitam melambangkan *protection, power, elegance, sophistication* (Jacob Olesen, 2018). Sedangkan warna putih menggambarkan *cleanliness, purity, perfection, goodness, hope, clarity, openness*.

Dengan kesan yang didapatkan dari kedua warna tersebut, pemilihan hitam dan putih merupakan warna yang tepat untuk perancangan *formal wear* sehingga lebih mudah untuk *mix and match*. Di samping itu juga terdapat warna *mauve* dan *peach* sebagai warna pastalnya. Kedua ini melambangkan sisi wanita yang lembut dan feminisme sehingga diharapkan koleksi pakaian kerja brand Arina

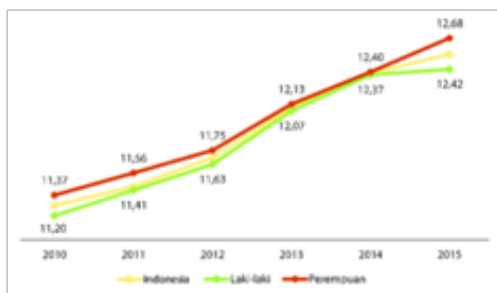
Pemilihan material yang digunakan adalah menggunakan bahan polyester yang didukung oleh PT. Gistex. Bahan polyester adalah salah satu bahan kain yang dibuat oleh manusia. Bahan polyester bukan berasal dari alam, melainkan melalui proses kimiawi. Kata polyester sendiri berasal dari dua kata, polymer yang berarti plastik dan ester yang merupakan hasil pencampuran minyak bumi, alkohol, dan asam karboksilat (Kania, 2018).



Figur 8. Bahan polyester

Karakteristik bahan polyester adalah bahan tidak mudah kusut, tahan terhadap pertumbuhan jamur, kuman maupun bakteri, lebih awet dan tahan lama (Amimama, 2019). Dilihat dari sifat-sifat tersebut bahan polyester merupakan bahan yang cocok untuk pakaian kerja.

9. Peluang & Konsumen Bisnis



Figur 9. Grafik Pertambahan Wanita Berkarir

Peluang adalah ruang gerak yang memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan untuk memanfaatkannya dalam usaha mencapai tujuan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016). Berdasarkan latar belakang mengenai tren besar *female force* dan *modern workstyle*, kondisi karakteristik pekerja wanita yang dapat bekerja dengan waktu dan tempat yang fleksibel, serta meningkatnya populasi muslim di dunia. Hal ini dapat menjadi peluang bisnis yang menghasilkan produk yang menjawab adanya urgensi-urgensi tersebut dengan memberikan solusi berupa produk *modest formal wear* yang *trendy*. Peluang ini menjadi landasan bagi *brand* Arina dalam melakukan *benchmarking* saat akan memasuki industri fashion sebagai *brand* dan desainer baru.

10. Brand Introduction

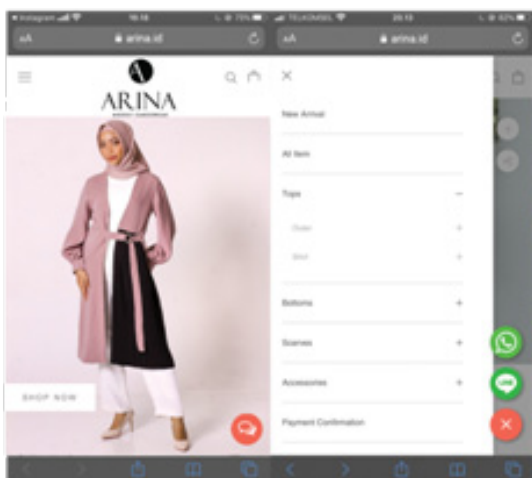


Figur 10. Logo Arina

Arina adalah *brand modestwear* yang didirikan pada tahun 2019 oleh desainer Lolytha Sekar Arina. Nama dari *brand* ARINA terinspirasi dari nama akhir desainer *brand* yang merupakan gabungan kedua nama orang tua desainer, yaitu AR-is dan INA sehingga menjadi ARINA. Pemberian nama ini bertujuan untuk mempermudah

konsumen untuk mengingat nama *brand* yang merupakan nama asli dari desainer *brand*. Dalam bahasa Arab sendiri arti nama dari Arina sendiri adalah *intelligence* atau kecerdasan. Hal ini selaras dengan sifat wanita yang bekerja yaitu cerdas.

Brand Arina merupakan *brand* yang menyediakan pakaian semi formal untuk wanita berkarir dengan gaya bekerja dengan mengikuti tren fesyen saat ini. Desain dari brand Arina mengutamakan kesopanan, kenyamanan dan *fashionable*.



Figur 11. Website Arina

Website adalah platform utama yang digunakan untuk branding dari brand Arina. Dalam website ini akan menampilkan koleksi desain, keterangan bahan & detail, serta harga sehingga customer dapat langsung purchase melalui website tersebut. Website ini juga dapat langsung tersambung ke customer service nomor WA atau akun Line

jika customer menemukan pertanyaan.

Untuk *branding* di sosial media, *brand* Arina menggunakan instagram. Instagram digunakan tidak hanya untuk upload koleksi desain terbaru, tapi juga membangun interaksi dengan *customer* dengan memberikan *quotes* dan juga giveaway. Nuansa yang dibangun dalam setiap foto di instagram adalah *feminime*, *independent*, dan *modest*.

Untuk meningkatkan *brand awereness*, dan mengomunikasikan *value brand* Arina sendiri dilakukan endorse ke selebgram atau *influencer* yang memiliki followers sesuai target market brand Arina, yaitu wanita muslim, wanita yang bekerja dengan perekonomian menengah hingga menengah ke atas seperti Indah Nada Puspita, Tiqasya yang berprofesi sebagai dokter dan *influencer*, dan juga Mega Iskanti, seorang *entrepreneur* yang juga berprofesi sebagai selebgram dan telah bekerjasama dengan berbagai *brand modestwear* lainnya.



Figur 12. Collaterals



Gambar 13. Moodboard

Untuk menunjang produk, Arina memiliki *collaterals*. Diantaranya *invoice*, *hanger*, *hang-tag*, *care label*, *business card*, *label*, *packaging* yang berupa *paper bag* dan *box*.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berikut adalah hasil pengembangan desain dengan tema “eagerly” yang artinya penuh semangat. Terinspirasi dari gedung-gedung kokoh dan interior strips diaplikasikan pada garis pleats yang merepresentasikan sifat *careerwomen* yaitu *strong dan powerful*, juga dengan sentuhan warna-warna pastel untuk menambahkan kesan wanita yang feminim pada koleksi desain. Desain yang ditawarkan terdiri dari 5 *looks* dengan perpaduan warna netral dan pastel sehingga mudah untuk *mix and match*. Diantaranya adalah *blazer dress*, *blazer*, *long outer*, *top*, dan *pants*.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada *experts* dan konsultasi dengan pembimbing dan juga hasil *online survey* kepada *potential users*

didapatkan perlunya kenyamanan untuk menunjang aktivitas wanita karir. Selain itu juga memperhatikan segi desain dan warna agar terlihat *fashionable* dan *trendy*. Kendala yang dialami oleh perancang adalah dalam produksi yang harus memerhatikan pola agar nyaman dipakai dan memenuhi syarat pakaian *modest*. Selain itu juga ketersediaan alat dan sdm yang mumpuni karena pada proses *finishing* produk, harus memakai *lining* dengan jahitan halus dan juga menggunakan teknik *laser cut* untuk *finishing pleats*.

Saran

Brand arina adalah sebuah *fashion brand* yang berfokus pada *modest careerwear*. Namun hal tersebut tidak memungkirkan bagi *brand* arina untuk terus berkembang menciptakan pakaian lainnya yang disesuaikan dengan kondisi dan peluang yang ada dengan tetap mempertahankan konsep *modestwear*. Penambahan motif dan permainan warna akan menjadi inovasi kedepannya bagi sebagai daya tarik *brand* arina. Selain itu, di saat-saat tertentu seperti idul fitri atau idul adha, arina juga menciptakan pakaian yang bisa dipakai kembar dengan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ariyanto, arifah a. 2003. Teori busana. Bandung: yapemdo.
- Appmi. 2005. Kreasi busana kerja Wanita muslim.
- Ichsan, achmad. 2018. Indonesia menuju kiblat fesyen dunia. Jakarta: gema.

- Muliawan, porrie. 2003. Analisa pecah model busana wanita. Jakarta: bpk gunung mulia.
- Sanyoto, s. And widada, r., 2009. Nirmana. Yogyakarta: jalasutra.
- Seivewright, s. 2012. Basic fashion design: research and design. Switzerland: ava publishing sa.
- Soekarno., 2002. Buku penuntun membuat pola busana tingkat dasar. Jakarta: gramedia pustaka utama.
- Sugiyono. 2011. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d. Bandung: afabeta
- Wulandari, e., 2018. Pembuatan pola. Jakarta: andi.

Jurnal:

- Ariyanto, arifah a. 2009. Modul dasar busana. Bandung: program studi pendidikan tata busana jurusan pendidikan kesejahteraan keluargafakultas pendidikan teknologi dan kejuruan universitas pendidikan indonesia.
- Dineva, p., llieva, j., (2016). Fashion design of silhouettes with the use of 3d elements. Applied researches in technics, technologies and education (artte), 04(02), 85-91.
- Indrianti, p. 2013. Analisis gaya modern busana kerja muslimah. Thesis program pascasarjana fsrd, institut teknologi bandung.
- Indrianti, p. 2013. Gaya busana kerja muslimah indonesia dalam perspektif fungsi dan syariah islam, vol 15 no 2.
- Indrianti, p., Ds, m.1, & Oki kurniawan, m2. 2018. The prospect of outwear as modern

office wear for muslim women, vol 21, malaysian journal of consumer and family economics, malaysia.

- Riyanto, a.A., Zulfahri, I. 2009. Modul dasar busana, program studi pendidikan tata busana jurusan pendidikan kesejahteraan keluarga fakultas pendidikan teknologi dan kejuruan universitas pendidikan indonesia. Bandung.
- Yusmerita. 2007. Modul desain busana. Padang: jurusan kesejahteraan keluarga fakultas teknik universitas negeri padang

Website

- Bayleaf. (2019). Pengertian dan cara merawat kain plisket. Retrieved from <https://bayleaf.id/cara-merawat-kain-plisket/>, diakses pada 17 november 2019 pukul 17.00.
- Bayleaf. (2019). Pengertian dan cara merawat kain plisket. Retrieved from <https://bayleaf.id/cara-merawat-kain-plisket/>, diakses pada 17 november 2019 pukul 17.00.
- Kania dekoruma. 2018. Macam-macam bahan polyester, kelebihan, dan kekurangannya. Retrieved from <https://www.Dekoruma.Com/artikel/75511/macam-macam-bahan-polyester-kelebihan-dan-kekurangannya>, diakses pada 29 november 2019 pukul 22.40.
- Livia. 2014. 4 Key moments in the history of the pleated dress. Retrieved from <http://www.Afashionhistory.Com/fashion-history/4-key-moments-in-the-history->

of-the-pleated-dress/, diakses pada 19 november 2019 pukul 20.35.

Miranti, d. (2016). Brand busana lokal berstandar internasional. Retrieved from [https://www.Checkinjakarta .id/read/the-executive-local-brand-standar-internasional](https://www.Checkinjakarta.id/read/the-executive-local-brand-standar-internasional), diakses pada 10 oktober 2019 pukul 12.30