

**“PERANCANGAN KOLEKSI PAKAIAN REMAJA WANITA READY TO WEAR DENGAN  
STYLE GLAM ROCK PADA BRAND NINOS”**

**Vecilia Agnes Wijaya**

**Soelistyowati**

Visual Communication Design  
Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra  
UC Town, Citra Land, Surabaya

**ABSTRAK**

Perancangan ini dilakukan untuk menciptakan sebuah hasil karya busana remaja wanita dari brand NINOS yang terinspirasi dari sebuah aliran musik sub genre glam rock yang pada era tahun 70 an merupakan suatu luapan ekspresi jiwa para remaja yang mengalami masa pemberontakan. Dari hal tersebut penulis terinspirasi untuk menciptakan sebuah hasil karya yang berupa koleksi pakaian ready to wear bertema “Ribelle” yang bertujuan sebagai sarana para remaja wanita di Indonesia untuk meluapkan emosi dan ekspresi jiwa nya melalui pakaian yang dikenakan.

**Kata Kunci:** *Brand NINOS, Remaja, Ekspresi Jiwa, Glam Rock, Ready to Wear*

**ABSTRACT**

*This design was done to create a teenage girl fashion style from brand NINOS, that was inspired from glam rock music genre in the 70's which shows teenage rebellion expression. From that point on, the writer was motivated to make a ready-to-wear fashion collection themed “Ribelle” which was destined as means for Indonesian teenage girl to express their emotion through their clothes that they wear.*

**Keyword:** *Brand NINOS, Teenage, Expressions, Glam Rock, Ready to Wear*

## **PENDAHULUAN**

Semakin berkembangnya dunia mode di Indonesia, membawa dampak yang cukup besar juga pada perkembangan pakaian remaja terutama pada remaja wanita. Mulai dari jenis bahan yang digunakan, hingga pada model pakaian remaja itu sendiri. Perkembangan tersebut menjadi suatu nilai tambah yang positif dalam bidang ekonomi, maupun di dalam bidang industri mode. Keterkaitan antara cara berpakaian dan masa transisi mereka dari kanak-kanak ke remaja, didasari dari 4 aspek yang terdapat di Maslow's Triangle antara lain:

- Aktualisasi diri ( kreativitas, spontanitas)
- Penghargaan dari lingkungan sekitar ( dihormati dan menghormati orang lain, prestasi)
- Cinta dan memiliki (diterima dan dicintai dalam suatu pertemanan)
- Fisiologis

Masa remaja adalah perubahan psikologi dan fisik dari kanak-kanak menjadi dewasa. Pada masa ini para remaja ingin menemukan jati diri mereka dengan cara mencari pengakuan dari lingkungan sekitarnya.: (Dr. H. Syamsu Yusuf LN., M.Pd. "Psikologi perkembangan anak dan remaja" 2011 209). Menurut ilmu psikologi perkembangan remaja, mereka tumbuh dengan lebih independen, mandiri, dan banyak ingin mencari tahu apa yang sedang terjadi di dunia luar. Pada tahap ini mereka akan lebih banyak mencontoh apa yang ada di sekitar mereka dan adanya perubahan karakter menjadi bebas dan tidak terbatas. Perubahan karakter mereka tersebut memicu konflik. Pemberontakan tersebut dipicu karena rasa khawatir orang tua yang berlebihan dan cenderung untuk mengekang kebebasan anak untuk mengembangkan diri tanpa memberi pengertian lebih mendalam. .( Dr. H. Syamsu Yusuf LN., M.Pd. "Psikologi perkembangan anak dan remaja 2011 : 105,116). Hal tersebut memicu penulis untuk menciptakan koleksi busana remaja wanita yang terinspirasi dari subgenre musik glam rock. Musik yang berasal dari Britania Raya dan bergelora pada era tahun 70 an ini merupakan musik yang mencerminkan pemberontakan remaja terhadap kasus pembebasan hak-hak moderen kaum gay dan lesbian. Karena pada masa itu sedang terjadi reformasi transgender yang didalangi oleh para artis seperti Marc Bolan, David Bowie, dan KISS yang pada waktu itu menjadi lambang kejayaan generasi glam rock sekaligus role model bagi kaum remaja karena kecintaannya pada subgenre music glam rock. ( <http://www.doremi.co.uk/glam/1972.html> ). Dari penjelasan diatas penulis ingin menciptakan suatu brand pakaian NINOS yang terinspirasi dari subgenre musik glamrock, dengan ciri khas gaya busana yang berwarna gelap dan penggabungan ornament yang berbau glamor yang disesuaikan dengan kebutuhan pakaian ready to wear remaja wanita pada masa kini. NINOS sendiri diambil dari bahasa Spanyol yang memiliki arti anak-anak yang beranjak dewasa. Pada musim Fall/Winter 2015 NINOS meluncurkan koleksi yang bertema "Ribelle" yang dalam bahasa Spanyol memiliki arti pemberontak.

## **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Menciptakan desain fesyen untuk wanita remaja berumur 16 hingga 21 tahun yang menyukai desain pakaian yang bertema glam rock. dan yang dapat mereka padu padankan dengan selera fashion mereka sendiri.

b) Menciptakan desain fesyen menggunakan bahan yang nyaman dan mendukung untuk dikenakan sehari-hari. Dengan menggunakan teknologi sablon dan border sebagai aksesoris di beberapa koleksi pakaian NINOS.

Manfaat perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Membangun kesadaran akan pentingnya kebutuhan pakaian remaja wanita yang sesuai dengan umur mereka. Tetap stylish tetapi tidak meninggalkan kesan pakaian yang membuat anak remaja terlihat lebih tua atau dewasa.
- b) Menciptakan inovasi dalam hal desain pakaian untuk wanita remaja dengan umur 17 hingga 22 tahun.

## **METODE PENELITIAN**

Proses perancangan penelitian menggunakan metode Design Thinking yang merupakan sebuah pola pikir seorang desainer yang memungkinkan seseorang untuk mentransformasi cara mengembangkan sebuah produk, jasa, proses, dan strategi. Beberapa faktor kunci dalam penggunaan Design Thinking untuk menciptakan inovasi adalah:

- a) Human-Centered Approach; pendekatan yang berfokus pada manusia, yang didasari dengan memahami kebutuhan, perilaku, dan motivasi manusia. Hal ini membutuhkan empati yang merupakan kemampuan untuk memposisikan diri dalam berbagai perspektif.
- b) Integrative thinking; kemampuan untuk tidak hanya bergantung pada proses analitis (yang hanya menghasilkan pilihan ini atau itu), namun juga mampu untuk melihat keterkaitan antara aspek-aspek yang tersembunyi dan bahkan kadang bertentangan dalam sebuah permasalahan sehingga tercipta solusi baru yang melampaui solusi alternatif yang ada.
- c) Rapid Experimentation & Prototyping; perlunya menciptakan sebuah kebiasaan untuk mencoba menciptakan prototipe seawal dan sesering mungkin agar proses desain dapat diperkaya oleh saran dan kritik dari para pemangku kepentingan (stakeholder) hingga akhirnya desain final merupakan sebuah desain yang diterima oleh pengguna/ pasar. Inovasi yang signifikan tidak dihasilkan oleh perbaikan atau perubahan minor, melainkan dari proses mempertanyakan segala sesuatu dan mengeksplor batasan-batasan dengan cara yang kreatif sehingga membawa proses desain ke arah yang sepenuhnya baru.
- d) Collaboration; terus meningkatnya kompleksitas produk, jasa, dan pengalaman telah menggantikan mitos bahwa desain adalah kerja dari "seorang genius yang kreatif" dengan sebuah kenyataan tentang perlunya kolaborasi tim lintas disiplin ilmu yang penuh semangat. (Tim Brown, 2008).

## **Metode Penggalan Data**

Metode penggalan data terbagi menjadi dua, yaitu metode penggalan data primer dan metode penggalan data sekunder. Metode penggalan data primer terdiri dari riset kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan metode penggalan data sekunder terdiri dari studi literatur. Dari dua penggalan metode di atas, penulis memilih untuk melakukan pendekatan dengan narasumber dengan menggunakan metode penggalan data primer yang berupa riset kualitatif, dengan wawancara secara langsung dengan expert user dan extreme user.

### **Metode Penggalan Data Primer**

Metode yang digunakan oleh penulis adalah riset kualitatif. Riset kualitatif merupakan riset yang didapat melalui hasil wawancara atau observasi langsung dengan narasumber atau target user. Narasumber dalam riset kualitatif ini terbagi menjadi dua yaitu extreme user yang merupakan pengguna atau penggemar, dan expert user yang merupakan pakar ahli dalam bidang tersebut.

### **Metode Penggalan Data Sekunder**

Metode pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang dapat berupa media massa, buku pengetahuan, artikel, laporan, catatan buku, dan masih banyak sumber terpercaya lainnya yang dapat digunakan sebagai studi literatur. Fungsi dari studi literatur adalah sebagai penguat atau pelengkap dari data primer yang bertujuan untuk memperkuat bukti dari riset Tugas Akhir.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Hasil Penggalan Data Primer**

Hasil penggalan data kualitatif saya peroleh melalui wawancara dengan narasumber yaitu expert user dan extreme user.

#### **a. Tascha Amalia (expert user)**

Menurut Tascha glam rock merupakan suatu tren pakaian yang pernah ada pada tahun 70 hingga 80 an. Beberapa artis seperti Madonna juga sempat membuat gaya berpakaian glam rock menjadi muncul kembali. Menurutnya cara berdandan ala glam rock sangat iconic. Karakter dari wanita remaja dengan style glam rock sendiri cenderung merupakan wanita yang ingin tampil beda dari lingkungan sekitarnya. Hal tersebut yang memicu remaja wanita untuk menggunakan pakaian yang berkarakter kuat ini. Menurutnya, mayoritas orang berpikir glam rock cenderung dengan warna gelap dan dandanan yang menyeramkan. Tetapi sebenarnya warna warna mencolok dan berkilau juga bisa dikategorikan dalam style glam rock. sebagai buktinya warna mencolok seperti merah dapat kita temukan dalam symbol rolling stones. Dan segala sesuatu yang berkilau dapat kita temukan di busana yang dikenakan oleh artis dan penyanyi pada era tahun 70 dan 80 an. Tascha berpendapat bahwa style glam rock memiliki daya jual yang besar di Indonesia, dan juga belum ada suatu brand lokal yang menjual pakaian ready to wear berkarakter glam rock. Tetapi desain dan bahan pakaian harus disesuaikan dengan iklim di Indonesia.

#### **b. Michelle Halim (expert user)**

Menurut Michelle, glam rock adalah definisi dari suatu style yang sangat menonjolkan identitas dirinya. Dapat dilihat baik melalui cara berdandan (make up dan gaya rambut) serta cara berpakaian. Cara berpakaian dari style glam rock banyak menarik perhatian dari lingkungan sekitar karena identik dengan ornament dan asesoris yang berlebihan seperti rantai, studded, material pakaian seperti kulit sintesis, sepatu boots tinggi, dan juga cara berdandan dengan warna-warna yang gelap. Michelle mengatakan bahwa banyak orang yang berpikir style glam rock hanya cocok untuk dikenakan oleh kalangan wanita remaja saja, namun dia berpendapat lain. Menurutnya untuk masa sekarang, style

tidak mengenal umur dan jenis kelamin. Bisa saja seorang artis seperti Kris Jenner yang sudah berumur 54 tahun berdandan ala glam rock. Selama orang tersebut bisa menyesuaikan dirinya, umur dan jenis kelamin bukanlah suatu hal yang berarti sebagai patokan sebuah gaya berbusana. Menurut Michelle untuk membuat suatu brand local dengan style glam rock di Indonesia harus lebih mengkombinasikan antara desain khas dari brand tersebut, dan apa yang target konsumen inginkan. Juga memperhatikan detail dari finishing dan ornament yang terdapat dalam suatu desain harus kuat mencerminkan ciri khas dari style glam rock tersebut.

c. Vanessa Mantofa (extreme user)

Menurut Vanessa, glam rock merupakan suatu style yang tidak monoton karena tidak hanya sisi glamor saja yang nampak, tetapi sisi bold dan strong juga nampak dalam style ini. Gaya berpakaian glam rock memiliki karakter yang sangat kuat, dimulai dari ciri khas warna, pengaplikasian asesoris dalam pakaian, hingga material yang digunakan tidak seperti pakaian ready to wear pada umumnya. Ciri khas warna hitam pada style ini juga dapat memanipulasi bentuk tubuh wanita. Vanessa berpendapat bahwa ketertarikan wanita remaja di Indonesia berdandan ala glam rock karena mereka ingin menunjukkan jati dirinya melalui gaya berpakaian mereka. Karena wanita remaja yang berusia sama dengannya sangat ingin menunjukkan identitas diri melalui apa yang digunakan baik dari asesoris, pakaian, dan make up. Selama ini Vanessa juga belum pernah menemui local brand di Indonesia yang memproduksi pakaian ready to wear berkarakter glam rock. Menurut nya hal tersebut merupakan suatu kesempatan yang baik untuk meraih pangsa pasar seluas mungkin di Indonesia. Vanessa suka berbelanja pakaian seperti outer dan dress. TOPSHOP dan HnM merupakan brand yang menjadi favorit Vanessa, karena brand tersebut sangat sesuai dengan style nya. Berbelanja online juga merupakan salah satu cara berbelanja yang paling sering dilakukan oleh Vanessa. Alasan Vanessa menyukai berbelanja online karena selain menghemat waktu, media social yang berupa instagram dari brand tersebut sangat update untuk mengunduh foto pakaian terbaru yang terkadang di Indonesia belum ada Vanessa biasa membelinya melalui belanja online.

d. Tania Aneira (extreme user)

Menurut Tania, glam rock merupakan suatu style yang totalitas. Style dari glam rock itu sendiri sudah sangat menonjol dan kuat, didukung dengan asesoris dan riasan wajah yang senada membuat style ini mencuri perhatian dari banyak orang yang melihat. Selain itu warna hitam untuk wanita juga merupakan warna yang paling aman untuk pakaian. Style glam rock identik dengan warna hitam dan sesuatu yang gemerlap seperti glitter, studded, dan ornamen-ornamen yang berwarna terang seperti magenta, merah, biru, dan putih merupakan warna pendukung dalam style ini. Kebetulan warna hitam merupakan warna favorit Tania, karena warna ini sangat mudah untuk dipasangkan dengan warna apapun. Outer dan pants merupakan item favorit yang sering dibeli oleh Tania. Karena menurutnya kedua item tersebut yang bisa sering dipadu padankan dengan lainnya. Tania juga merupakan penggemar brand local, salah satu brand favoritnya adalah On the Rock. Brand tersebut sangat sesuai dengan karakter berpakaian nya yang tidak terlalu feminim. Media sosial seperti instagram yang paling disukai oleh Tania, karena dari instagram Tania sering mendapatkan inspirasi untuk berpakaian dan juga banyak info menarik yang bisa didapat melalui media sosial tersebut.

### **Hasil Penggalian Data Observasi:**

Brand Kompetitor: "ZARA" merupakan salah satu perusahaan garmen yang berdiri pada tahun 1975 dan berpusat di kota Galicia, Spanyol. ZARA didirikan oleh Armancio Ortega dan Rosalia Mera. Hingga saat ini ZARA sudah berada di 73 negara, termasuk Indonesia. Gerai terbanyak terdapat di Negara Spanyol yaitu sebanyak 329 gerai. Setiap tahun ZARA memproduksi sebanyak 10.000 desain baru. CNN menyebutkan bahwa ZARA merupakan suatu fenomenal "Spanish Success Story" ZARA berkonsep pakaian ready to wear dengan sistem mass production yang memiliki arti bahwa produksi pakaian yang dilakukan bersifat massal. Untuk womenswear zara memiliki 3 kategori: Basic, Woman dan TRF. Yang digunakan untuk analisa kompetitor ini adalah ZARA TRF. Sumber: <http://www.fimela.com/life/zara-sejarah-kesuksesan-fashion-spanyol-1409176.html>

### **Indirect Competitor**

ZARA merupakan salah satu perusahaan fashion ready to wear dengan sistem mass production, yang memproduksi pakaian dengan cara massal. Brand ini memiliki tingkat produktifitas yang tinggi, sesuai dengan hasil observasi, ZARA dapat memproduksi 10.000 desain baru setiap tahunnya. ZARA memproduksi pakaian wanita, pria dan juga anak-anak. Untuk pakaian wanita sendiri terbagi menjadi 3 kategori yaitu ZARA WOMAN, ZARA BASIC, dan ZARA TRF. Ketiga kategori ini memiliki style yang berbeda. ZARA WOMAN merupakan pakaian wanita formal dan untuk harga, kategori ZARA WOMAN adalah yang termahal. Kemudian ZARA BASIC merupakan pakaian wanita sehari-hari seperti kaos dan pakaian kasual lainnya. Sedangkan ZARA TRF merupakan kategori pakaian yang memiliki desain untuk wanita remaja. Dari kisaran harga produk ZARA, kategori inilah yang memiliki harga paling terjangkau. Sesuai dengan brand NINOS yang berkarakter glam rock, penulis memilih ZARA TRF sebagai indirect competitor karena memiliki kesamaan target market yaitu untuk wanita remaja dan juga kesamaan taraf harga untuk setiap koleksinya. ZARA TRF sendiri memiliki koleksi pakaian dengan style yang beragam, dan style glam rock merupakan salah satu di dalamnya.

### **Hasil Penggalian Data Sekunder:**

#### **Teori Psikologi dan Perkembangan Remaja**

Remaja merupakan suatu masa dimana individu mengalami perkembangan dari kanak-kanak menjadi dewasa. (Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono. "psikologi remaja" 2012 : 2). Menurut WHO definisi remaja lebih bersifat konseptual yang dibagi menjadi tiga kriteria yaitu biologis, psikologis, dan sosial ekonomi. definisi dari tiga konseptual tersebut berbunyi sebagai berikut:

- Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual
- Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa
- Terjadi peralihan dari ketergantungan social-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri (Muangman, 1980 : 9)

Seorang remaja berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya (akil balig) sampai saat ia mengalami kematangan seksual. (Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono. "psikologi remaja" 2012 : 12). Dalam masa remaja ini, mereka mengalami suatu proses yang bernama entropy yang dimana kesadaran manusia masih belum tersusun rapi. Entropy secara psikologis memiliki arti bahwa isi dari kesadaran psikologis masih saling bertentangan dengan lingkungan sekitar yang memicu terjadinya suatu konflik dan pemberontakan, saling tidak terhubung secara nalar dan pikiran, dan dapat menimbulkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi orang yang bersangkutan. (Csikszentimihalyi & Larson. 1984 :19). Kondisi entropy ini selama masa remaja, secara bertahap disusun, diarahkan, distrukturkan kembali sehingga lambat laun terjadi kondisi negative entropy atau negentropy. Kondisi negentropy adalah keadaan dimana isi kesadaran tersusun dengan baik, pengetahuan yang satu terkait dengan pengetahuan yang lain dan pengetahuan jelas hubungannya dengan perasaan atau sikap. (Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono. "psikologi remaja" 2012 : 14)

Batasan remaja menurut PBB pada tahun 1985, dimulai dari umur 12 – 25 tahun dinamakan masa kesempurnaan remaja (adolescence proper) dan merupakan puncak perkembangan emosi. Dalam tahap ini juga muncul kecenderungan untuk mementingkan diri sendiri, memerhatikan harga diri dan bangkitnya dorongan seks. (Muss, R. "Theory of adolescence" 1968 ; 204)

a. Ekspresi Jiwa dan emosi

Ekspresi Jiwa merupakan suatu reaksi ataupun tindakan yang muncul dari dalam benak setiap manusia ketika terjadi suatu peristiwa baik senang, sedih ataupun terkejut dan juga pengungkapan yang mencurahkan segala isi hati dan pikiran tentang apa yang sedang terjadi, apa yang belum terjadi, dan yang akan terjadi. (<http://kbbi.web.id/ekspresijiwa>) Ekspresi jiwa sangat berhubungan dengan emosional seseorang, dimana emosi tersebut memicu suatu ekspresi yang bisa berupa amarah, tangisan, teriakan, tertawa, dan sebagainya. Hal ini terhubung dengan psikologi remaja seperti pembahasan di poin kata kunci yang pertama, yang juga membahas tentang emosi remaja dari masa transisi kanak-kanak menuju dewasa yang cenderung untuk memberontak dan menentang nilai-nilai yang ada, marah karena apa yang terjadi tidak sesuai dengan eskpektasi, dan mementingkan diri sendiri.

b. Ready To Wear

Kutipan diatas memiliki arti yaitu *Ready to wear* (pakaian siap pakai), atau *Pret-a-porter*, mencakup setiap koleksi yang terdiri dari pakaian yang diproduksi dalam volume - yang berbeda dari pakaian di haute couture. Couture adalah pembuatan sesuatu yang klasik, sedangkan Ready to wear (siap pakai) bersifat lebih modern, tunduk pada tren dan perubahan. Sebuah koleksi ready to wear dibuat untuk basis pelanggan yang lebih luas dan akan diproduksi dengan standarisasi ukuran. Ready to wear dapat muncul dari sebuah rumah desain (brand) yang juga memproduksi couture, hingga internasional dan desainer kecil yang mendirikan label independen. (Colin and Elinor "BASIC FASHION DESIGN DEVELOPING A COLLECTION" 2009:84).

Ready to wear dibuat dengan standarisasi ukuran yang sesuai dengan ukuran ideal pangsa pasar di suatu negara. Pakaian ready to wear juga diproduksi dalam jumlah banyak untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja.

“This can be traced back to the beginning of 20th century, following the industrial revolution and the introduction of the sewing machine. immigrants from eastern europe with tailoring skills settled in new york and set up workshops in crowded tenements to service the growing population. after the first world war, companies began to visit the paris shows and buy pattern to copy for the american market using cut, make and trim outfits in new york. by the end of the second world war this was replaced with licensing deals, which was less costly than buying couture samples to copy” kutipan diatas merupakan sejarah munculnya ready to wear yang memiliki arti sebagai berikut: hal ini dapat ditelusuri kembali di awal abad 20, menyusul revolusi industri dan pengenalan mesin jahit. imigran dari Eropa Timur dengan keterampilan menjahit menetap di new york dan mengatur lokakarya di rumah-rumah petak ramai untuk melayani pertumbuhan populasi. setelah perang dunia pertama, perusahaan mulai mengunjungi acara mode di Paris dan membeli pola untuk menyalin untuk pasar Amerika. Mereka menggunakan potongan, membuat dan menjiplak pakaian di new york. Pada akhir perang dunia kedua ini digantikan dengan kesepakatan lisensi, yang lebih murah daripada membeli sampel couture untuk menyalin (<https://translate.google.com/>).

c. Glam Rock

Glam rock merupakan suatu subgenre musik yang berasal dari Britania Raya, yang bergelora di era tahun 70 an. Banyak peristiwa yang terjadi di era tahun 70 an yang mengakibatkan aliran music glam rock mendunia. Maraknya gay, lesbian, transgender, dan prostitusi di kalangan remaja juga menjadialah satu aspeknya. Musik glam rock menjadi sarana curahan isi hati anak remaja yang menuntut hak-hak modern kaum gay dan lesbian. (<http://www.doremi.co.uk/glam/1972.html>). Setelah terjadinya kerusuhan Stonewall yang merupakan sebuah demonstrasi spontan dengan kekerasan yang dilakukan oleh para kaum homoseksual atas dasar penggerebekan bar stonewall yang merupakan bar tempat berkumpulnya komunitas gay bertempat di Greenwich Village, New York, Amerika Serikat. Tempat tersebut adalah pusat kawasan bar-bar yang berisikan komunitas gay dan lesbian. Pada akhirnya mereka merapatkan barisan untuk semakin memperluas kawasan gay dan lesbian tersebut agar mereka dapat mengungkapkan secara terbuka orientasi seksual mereka tanpa takut ditangkap. Beberapa artis dan penyanyi pada jaman itu juga mengakui secara terbuka tentang orientasi seksual mereka. Salah satunya adalah seorang penyanyi glam rock David Bowie yang secara terbuka mengakui bahwa dirinya adalah seorang gay. Banyak kekacauan yang terjadi pada masa itu, antara lain adalah terjadinya perang Indocina ke 2 di Negara Vietnam, skandal Watergate di Amerika, pengeboman oleh Irish Republican Army di London, dan kerusuhan stonewall. Kekacauan tersebut berdampak besar terhadap psikologis remaja pada masa itu. (Sladen and Yedgar, “PANIC ATTACK!” 2007 : 10).



Pada masa itu David Bowie merupakan penyanyi yang didewakan. Banyaknya fans Bowie yang terdiri dari kalangan remaja merasa bahwa dia adalah seorang publik figure yang memiliki kesamaan dalam hal orientasi seksual. Mereka merasa David Bowie adalah panutannya. Tidak asing jika pada masa itu mereka berdandan dengan gaya rambut dan riasan seperti Bowie. Hingga pada akhirnya David Bowie meluncurkan album pertamanya yang berjudul "Space Oddity" yang terinspirasi dari film A Space Odyssey. "By early 1969, Bowie had returned full time to music. He signed a deal with Mercury Records and that summer released the single "Space Oddity." Bowie later said the song came to him after seeing Stanley Kubrick's 2001: A Space Odyssey. "I went stoned out of my mind to see the movie and it really freaked me out, especially the trip passage." ( <http://www.biography.com/people/david-bowie-9222045#meet-ziggy-stardust> ). Kutipan diatas memiliki arti yaitu pada awal 1969, Bowie telah kembali memberikan seluruh waktunya untuk musik. Dia menandatangani kesepakatan dengan Mercury Records dan pada waktu musim panas merilis single "Space Oddity." Bowie kemudian mengatakan lagu itu datang kepadanya setelah melihat 2001 Stanley Kubrick: Odyssey A Space. "Aku pergi dirajam keluar dari pikiran saya untuk melihat film dan itu benar-benar ketakutan saya keluar, terutama di bagian perjalanannya."( <http://dictionary.com/english/indonesian/html> ) "his song quickly resonated with the public, sparked in large part by the BBC's use of the single during its coverage of the Apollo 11 moon landing. The song enjoyed later success in the United States, when it was released in 1972 and climbed to number 15 on the charts". ( <http://www.biography.com/people/david-bowie-9222045> ). Kutipan diatas memiliki arti yaitu lagu tersebut sangat cepat diterima oleh masyarakat karena lagu tersebut digunakan oleh BBC pada saat BBC mengover acara mendaratnya Apollo di bulan. Penyanyi yang fenomenal ini, sempat menggunakan obat-obatan terlarang. Publik beropini bahwa lirik lagu dari "Space Oddity" tersebut merupakan hasil ciptaan Bowie pada saat mengkonsumsi obat terlarang karena isi dari lirik tersebut merupakan fiksi. Isi dari lirik tersebut menceritakan bahwa adanya seorang astronot fiksi bernama Major Tom yang akan diterbangkan ke bulan, dan disaat perjalanan ke luar angkasa astronot tersebut hilang kontak dan akhirnya menghilang. ( <http://www.cnnindonesia.com/hiburan/focus/selamat-jalan-ziggy-stardust-2964/all> ). Salah satu icon yang fenomenal dari Bowie adalah gambaran petir yang terdapat di wajahnya. Hal tersebut merupakan sebuah inspirasi untuk ornamen yang akan digunakan penulis untuk pembuatan koleksi tugas akhir

### **Teori Warna**

Warna merupakan unsur rupa yang paling mudah diperoleh oleh mata. (Atisah Sipahelut dan Petrussumadi, 2002). Warna merupakan kesan yang ditangkap oleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda yang dikenainya. ( Kamus Besar Bahasa Indonesia 1992). Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa warna merupakan sesuatu yang dapat ditangkap oleh mata yang disebabkan oleh pantulan cahaya. Teori warna dapat dibagi menjadi dua yaitu warna hangat yang terdiri dari warna kuning kehijauan hingga merah dan warna dingin yaitu terdiri dari warna ungu

kemerahan hingga hijau. ( Ernawati dkk, 2008). Teori warna dapat dikelompokkan menjadi tiga macam yaitu:

- a. Warna Primer, yang disebut sebagai warna dasar. Terdiri dari warna merah, kuning, dan biru.
- b. Warna Sekunder, yang merupakan hasil pencampuran dari warna primer. Terdiri dari warna orange, hijau, dan ungu.
- c. Warna Intermediet, merupakan hasil pencampuran warna antara primer dan sekunder.

Dari penjelasan diatas, warna merupakan suatu hal yang paling berpengaruh dalam suatu desain busana. Warna merupakan cerminan dari brand pakaian tersebut. Warna yang dipakai dalam koleksi pakaian ini adalah merah, hitam, abu, sedikit putih dan biru. Warna hitam memiliki sifat yang misterius, kuat, kegelapan pemberontak, pembangkang. Warna merah memiliki sifat yang berani, seksi, dan glamor. Warna abu memiliki sifat yaitu labil, misterius. Warna putih memiliki sifat muda, terang, netral. Sedangkan warna biru memiliki sifat yang santai dan dingin. Perpaduan warna diatas merupakan kombinasi warna yang mencerminkan brand NINOS yang diperuntukan untuk remaja yang mengalami berbagai masa transisi, seperti merah dan biru, diambil dari warna kilatan yang terdapat dalam riasan David Bowie. Kemudian juga menggunakan bahan pakaian yang tidak biasa seperti kulit, dan ornament pendukung seperti stud. Hal tersebut termasuk dalam salah satu teori aspek desain busana yaitu desain dekoratif.

## **SOLUSI VISUAL**

Penulis menciptakan suatu brand yang bernama NINOS yang diambil dari bahasa perancis yang memiliki arti anak-anak yang beranjak menjadi dewasa. Kali ini NINOS memilih tema yaitu RIBELLE untuk musim Fall/Winter 2016/2017. NINOS menciptakan koleksi Ready to wear untuk wanita remaja yang terinspirasi dari sub genre musik glam rock. Desain menggunakan asesoris dan bahan pakaian yang merupakan ciri khas glam rock seperti studded, leather (kulit imitasi), kain bermotif bintang, dan beberapa desain menggunakan teknik bordir untuk ornamen.

Target market NINOS yaitu:

- Wanita remaja usia 17 – 22 tahun
- Wanita remaja yang bersifat bebas, tidak terbatas, menyukai tantangan, dan ingin berpenampilan yang menunjukkan identitas dirinya.
- Tingkat ekonomi menengah hingga menengah keatas
- Menduduki pendidikan di Sekolah Menengah Atas baik swasta, nasional plus, internasional hingga perkuliahan.

Produk NINOS memiliki price range atau kisaran harga dari Rp. 399.000 hingga Rp. 1.399.000. sesuai dengan bahan dan jenis dari produk tersebut. Ciri khas dari NINOS adalah memiliki style perpaduan antara rock dan glamor dan menggunakan siluet pakaian A-line dan fitted. Warna yang digunakan dalam koleksi pakaian kali ini adalah hitam, abu tua, putih, merah dan biru. Bahan yang digunakan antara lain katun kaos, katun stretch, katun motif, kulit sintetis dan juga bludru motif

Hasil desain:



Gambar 1.1 Koleksi Desain



Gambar 1.2 Koleksi Desain



Gambar 1.3 Koleksi Desain



**Gambar. 1.4 koleksi desain**

Tiga koleksi dominan warna merah dan hitam, *style rock glam* yang terdiri dari blus model gantung dengan bawahan rok maupun celana, serta di beri aksesoris motif bintang serta bentuk hati. Dipadu dengan jaket kulit serta aksesoris kalung-kalung bergaya metal dan sepatu boot.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil pakaian yang sudah jadi, dapat disimpulkan bahwa hasil pakaian dari brand NINOS menjawab latar belakang permasalahan yang ada. Dari segi desain pakaian yang cocok untuk wanita remaja yang ingin mengekspresikan dirinya melalui pakaian yang dikenakan.

### **Saran**

Komunikasi yang baik antara anak dan orang tua yang mempengaruhi lingkungan agar tetap terjaga, komunikasi yang baik sehingga jiwa anak dapat berkembang dengan baik, sebaiknya juga orang tua mengikuti perkembangan jaman yang juga mempengaruhi penampilan serta mengekspresikan penampilan dari keinginan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Colin and Elinor "BASIC FASHION DESIGN DEVELOPING A COLLECTION" 2009:84.
- Csikszentimihalyi & Larson. 1984 :19
- Dr. H. Syamsu Yusuf LN., M.Pd. "Psikologi perkembangan anak dan remaja" 2011: 209.
- Dr. H. Syamsu Yusuf LN., M.Pd. "Psikologi perkembangan anak dan remaja 2011 : 105,116.
- D. Weinstein, Heavy Metal: The Music and Its Culture (Cambridge, MA: Da Capo Press, 2000
- <http://dictionary.com/english/indonesian/html>
- <http://kbbi.web.id/ekspresijiwa>
- <https://translate.google.com/>
- <http://www.cnnindonesia.com/hiburan/focus/selamat-jalan-ziggy-stardust-2964/all>
- <http://www.doremi.co.uk/glam/1972.html>
- <http://www.biography.com/people/david-bowie-9222045#meet-ziggy-stardust>
- <http://www.biography.com/people/david-bowie-9222045>
- <http://www.fimela.com/life/zara-sejarah-kesuksesan-fashion-panyol-1409176.html>
- <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes/experiencers.shtml>
- Muangman, 1980 : 9
- Muss, R. "Theory of adolescence" 1968 ; 204
- Prof. Dr. Mohammad Ali "Psikologi Remaja" 2004:20
- Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono. "psikologi remaja" 2012 : 2
- Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono. "psikologi remaja" 2012 : 12.
- Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono. "psikologi remaja" 2012 : 14
- Sladen and Yedgar, "PANIC ATTACK!" 2007 : 10