

RANCANGAN PRODUK *URBAN ACTIVEWEAR* UNTUK PEREMPUAN BERTUBUH BESAR

Michaela Rouli Margareta Siahaan
Faradillah Nursari

Prodi Kriya Tekstil dan Mode, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom, Bandung
e-mail: gretasiahaan@gmail.com

ABSTRACT

In Indonesia, activewear has recorded a 10% increase since 2013 and is predicted to increase over the next few years. However, major retail brands still focus on selling their products to small and medium size (S and M). Research conducted by Sanjaja and Sudikno (2012) on Prevalence of Overweight and Obesity of Adult Population in Indonesia, concluded that urban people have BMI (Body Mass Index) above average where women aged 20-30 years old have higher excess body weight than men. At this point, the author read the market trends for plus-size women with the size of L-XXL who need a variety of appearances by creating a fashionable urban activewear collection that is inspired by the sub-trend "Affix" taken from Indonesia Trend Forecasting book 2017-18. "Affix" trend is a variety of attachment and joint techniques to combine different materials; a fashion trick that can enrich the look with neutral color composition. This collection is expected to help plus-size women in expressing themselves with mixing and matching activewear that consists of outer garment that can be attached or joined into tops and bottoms and give stylish looks. The final product designed is aimed for urban women with daily various activities who need clothes that can be used for any situations.

Keywords: *Urban, Activewear, Plus Size, Fashion*

ABSTRAK

Di Indonesia, *activewear* mencatat peningkatan nilai 10% sejak tahun 2013 dan diprediksi akan semakin meningkat hingga beberapa tahun ke depan. Namun merek-merek retail besar masih menitikberatkan penjualan produk mereka pada size kecil dan sedang (S dan M). Penelitian yang dilakukan oleh Sanjaja dan Sudikno (2012) mengenai Prevalensi Gizi Lebih dan Obesitas Penduduk Dewasa di Indonesia, menyimpulkan bahwa masyarakat di perkotaan memiliki IMT (Indeks Massa Tubuh) diatas rata-rata dimana perempuan berusia 20-30 tahun memiliki tingkat berat badan berlebih yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Dari sini penulis membaca tren pasar untuk perempuan bertubuh besar dengan ukuran L-XXL yang membutuhkan variasi penampilan dengan membuat koleksi urban *activewear* yang *fashionable* dengan inspirasi yang diambil dari *sub-trend "Affix"* yang diambil dari buku *Indonesia Trend Forecasting 2017-18*. *Trend "Affix"* ini adalah variasi teknik pasang dan sambung untuk menggabungkan material yang berbeda, permainan olah bahan yang dapat memperkaya penampilan dengan komposisi warna netral. Koleksi ini diharapkan dapat membantu mereka dalam mengekspresikan diri dengan padu-padan busana *activewear* yang terdiri dari luaran yang dapat dibongkar pasang untuk menjadi atasan dan bawahan dan dapat menunjukkan penampilan *stylish*. Produk akhir yang dirancang ditujukan untuk perempuan urban yang memiliki kegiatan bervariasi setiap harinya sehingga mereka membutuhkan pakaian yang dapat dipergunakan untuk beberapa situasi.

Kata Kunci: *Urban, Activewear, Plus Size, Fesyen*

PENDAHULUAN

Activewear adalah *style* pakaian kasual yang didesain untuk kegiatan berolahraga atau rekreasi (dictionary.com). Menurut artikel yang dikeluarkan oleh *Global Business Guide Indonesia* (gbg Indonesia), *activewear* adalah salah satu kategori paling dinamis dalam penjualan produk-produknya secara global. Di Indonesia, *activewear* mencatat peningkatan nilai 10% sejak tahun 2013 dan diprediksi akan semakin meningkat hingga beberapa tahun ke depan. Peningkatan daya jual *activewear* ini sedikit banyaknya dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat urban (kota) yang semakin kompleks, rutin, dan padat membuat mereka mencari kegiatan-kegiatan yang dapat membantu menghilangkan stres seperti berolahraga, rekreasi, maupun belanja. Dengan rutinitas yang padat, orang-orang mencari kenyamanan selama beraktifitas dalam busana yang mereka kenakan sehingga tidak asing lagi melihat *post-workout look* (gaya berpakaian yang membuat seseorang terlihat seperti baru saja selesai berolahraga, sekalipun dia benar-benar baru selesai berolahraga atau tidak) di berbagai tempat. Celana yoga tidak lagi khusus digunakan untuk yoga namun dapat dipadukan dengan jaket kulit untuk dipakai berjalan-jalan atau sekedar belanja kebutuhan rumah tangga. Koleksi-koleksi khusus *activewear* sudah tidak asing lagi ditemukan di toko-toko retail di Indonesia seperti UNIQLO, Forever 21, Marks & Spencer, ataupun H&M.

Trend activewear ini berkembang di segala lapisan masyarakat urban, apapun bentuk tubuh dan tingkat sosial mereka. Namun merek-merek retail besar masih menitik beratkan penjualan produk mereka pada size yang berukuran kecil dan sedang (S dan M). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sanjaja dan Sudikno (2012) mengenai Prevalensi Gizi Lebih dan Obesitas Penduduk Dewasa di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa masyarakat di perkotaan (urban) memiliki IMT (Indeks Massa Tubuh) di atas rata-rata dimana perempuan memiliki tingkat berat badan berlebih yang lebih tinggi

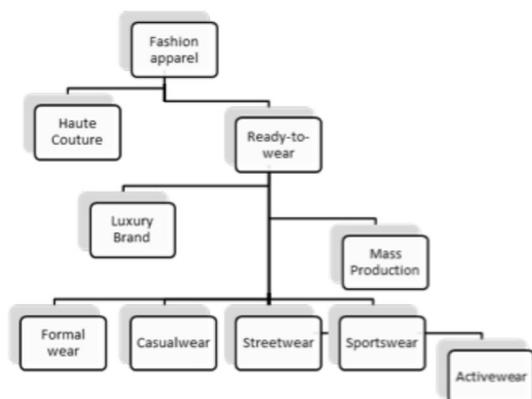
dibandingkan laki-laki (dengan IMT rata-rata 22.58 di usia 20-30 tahun). Pada rentang usia ini, perempuan yang tinggal di daerah kota besar aktif dalam bekerja maupun bersosialisasi dan mereka mengekspresikan diri dengan berpenampilan menarik untuk menunjang gaya hidup. Kegiatan yang bervariasi setiap harinya membuat mereka membutuhkan pakaian yang dapat dipergunakan untuk beberapa situasi tanpa harus bergonta-ganti pakaian. Kemajuan teknologi dengan maraknya penggunaan sosial media menghasilkan kalangan yang saling menginspirasi satu sama lain melalui sosial media seperti apapun bentuk tubuh mereka. Beberapa kalangan "*selebgram*" bertubuh besar seperti Neysa Soediro, menginspirasi banyak anak muda dengan penampilan yang modis. Namun, keterbatasan dalam mengekspresikan diri pada perempuan berbadan besar dapat dilihat dari ketersediaan pilihan *style* pakaian yang terbatas, sehingga membuat mereka berbusana secara aman dan menyesuaikan penampilan dengan jenis pakaian yang dijual di pasaran untuk ukuran tubuh mereka.

Dari penjabaran sebelumnya, penulis akan merancang koleksi urban *activewear* yang *fashionable* dengan inspirasi yang diambil dari *sub-trend "Affix"* yang diambil dari buku *Indonesia Trend Forecasting 2017-18*. *Trend "Affix"* ini adalah variasi teknik pasang dan sambung untuk menggabungkan material yang berbeda, permainan olah bahan yang dapat memperkaya penampilan dengan komposisi warna natural yang ringan. Koleksi ini terdiri dari atasan, bawahan, dan luaran yang dapat memenuhi kebutuhan para perempuan bertubuh besar bukan obesitas, sehingga ukuran pakaian dimulai dari size L-XXL, yang aktif dalam menjalani kegiatan sehari-harinya baik dalam bekerja, olahraga, maupun rekreasi. Koleksi ini diharapkan dapat membantu mereka dalam mengekspresikan diri dengan padu padan busana *activewear* yang *stylish*.

Dari penjabaran latar belakang tersebut, identifikasi masalah yang dapat dirangkum penulis adalah sebagai berikut:

Bagan 1. Klasifikasi *Fashion Apparel*

(Sumber: *Field Guide: How to be a Fashion Designer*, 2009)



1. Pilihan produk dengan *style activewear* untuk kalangan perempuan bertubuh besar tergolong terbatas dikarenakan banyaknya merek yang masih mendominasi untuk ukuran badan ideal (dengan size XS-M).
2. Kurangnya varian produk fesyen yang tersedia di pasaran yang dapat dipadukan untuk segala kesempatan bagi perempuan berbadan besar.

Tinjauan pustaka pada penelitian ini terbagi atas tiga kelompok yaitu:

1. Pemaparan singkat *activewear*.
2. Pemaparan mengenai defenisi urban dan gaya hidup urban.
3. Fenomena pakaian *plus size*.

Tujuan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Memfasilitasi kebutuhan *fashion* untuk melengkapi variasi *style* bagi perempuan bertubuh besar.
2. Menghasilkan koleksi *urban activewear* yang *stylish* yang dapat melengkapi variasi *style* bagi perempuan bertubuh besar, serta dapat dipadukan untuk melengkapi aktifitas yang banyak.

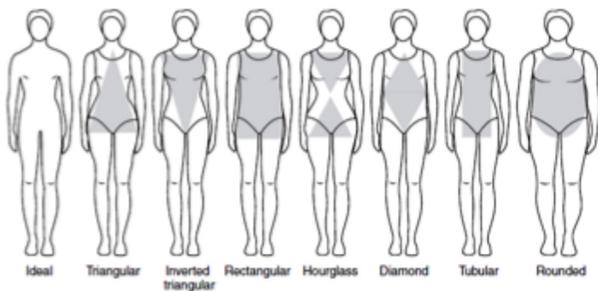
Haute Couture adalah sebuah sistem dalam produksi *fashion* dan komunikasi. Lahir

di abad ke-17, yang tujuan utamanya adalah untuk mendandani wanita dengan pakaian yang dibuat menurut pemesanan (*custom-made*).

Pret-a-porter atau *ready-to-wear* atau pakaian siap pakai adalah produksi garmen berseri dengan nilai tambah dari konsep *fashion*, yaitu, berubah sesuai dengan pergantian musim. Muncul selama Perang Dunia II di Amerika Serikat, *ready-to-wear* menguat pada tahun 1960 bersama-sama dengan sosok perancang busana (*fashion designer*), yang merencanakan koleksi untuk produksi industri, dan butik, cara baru menjual pakaian. *Ready-to-wear* merupakan pakaian yang dibuat menggunakan ukuran-ukuran dengan standar tertentu dan diproduksi dalam jumlah banyak untuk memenuhi kebutuhan berpakaian orang-orang (Colin Renfrew & Elinor Renfrew, 2009).

Activewear

"*Active sportswear*" atau *activewear* adalah istilah yang digunakan untuk menutupi pakaian yang dikenakan khusus untuk kegiatan olahraga (Oxford). *Activewear* mengacu pada pakaian dan aksesoris yang memberikan gaya, kenyamanan, dan juga nilai fungsi yang dibuat dengan material yang memiliki daya pakai yang lama. Pakaian seperti *T-shirt*, *polo shirt*, *tracksuits*, *parka*, *hoodies*, celana pendek (*shorts*), celana dengan material *velor*, dan *sweater* kerah bulat berbahan *fleece*. Pakaian dalam untuk kategori *activewear* berupa *sports bra* dan *jockstrap* memiliki material khusus dan *fitting* yang berbeda dari pakaian dalam umumnya. Jenis pakaian *activewear* mengutamakan fungsi untuk olahraga yang kemudian dengan kenyamanan dan gayanya bertransisi menjadi pakaian kasual yang mana gaya, material, komposisi potongan pakaiannya dapat digunakan untuk kegiatan bersosialisasi. Orang-orang yang suka menghabiskan waktu di luar dan beraktifitas padat lebih memilih untuk berpakaian kasual dengan menggunakan *activewear* yang memberi kenyamanan dan fungsional serta *stylish*.



Gambar 1. Bentuk tubuh perempuan
(Sumber: *Designing apparel for consumers*, 2014)

Gaya Hidup Urban (*Urban Lifestyle*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata urban memiliki dua arti, yaitu:

1. Berkenaan dengan kota; bersifat kekotaan.
2. Orang yang berpindah dari desa ke kota.

Perkotaan cenderung menjadi rumah bagi konsentrasi kekuasaan, seperti ibukota pemerintah dan kantor pusat perusahaan, dan orang-orang kaya dan berkuasa yang bekerja di dalamnya. Kota juga mengatur orang, menciptakan norma-norma, keyakinan, dan nilai-nilai (*Oxford references*).

Klasifikasi dan Prevalensi Bentuk Tubuh Perempuan Urban Serta Pengaruh Terhadap Ukuran Pakaian dan Pilihan Konsumen. *Body image* tiap orang tidaklah sama. Setiap individu memiliki keunikan tersendiri pada tubuhnya. Namun demikian bentuk tubuh manusia secara garis besar memiliki kemiripan sehingga dapat digolongkan menjadi beberapa tipe (Gambar 1).

Tubuh besar sering dikaitkan dengan *plus size* adalah ukuran yang berada diluar dari ukuran normal. Klasifikasi ukuran ini dapat dilihat dari Indeks Massa Tubuh (IMT) dan dengan melihat ukuran-ukuran lingkar dada, pinggang, dan pinggul yang biasa dikaitkan dalam pembuatan pakaian. Cara menghitung $IMT = \text{berat badan} / \text{tinggi badan}^2$ (meter).

Pada umumnya, tubuh diatas IMT normal memiliki ukuran-ukuran yang berlebih pada bagian lengan, perut, pinggul, paha dalam, dan pantat dikarenakan oleh penumpukan lemak berlebih. Penumpukan lemak dapat berubah

Tabel 1. Indeks Massa Tubuh (IMT)
(Sumber: Penulis, 2017)

IMT	Klasifikasi
<18.5	Berat badan kurang
18.5 - 24.9	Normal
25.0 - 29.9	Berat badan lebih
30.0 - 34.9	Kegemukan kelas I
35.0 - 39.9	Kegemukan kelas II
>40.0	Kegemukan kelas III

seiring bertambahnya usia dan lemak dapat juga menumpuk pada bagian pinggang (*Boorady, Suny*).

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) (2012), menyatakan bahwa di tahun 2008 ada lebih dari 1,4 miliar orang dewasa, berusia di atas 20 tahun, di seluruh dunia yang berada pada kategori kegemukan. Secara global, ada 200 juta pria dan 300 juta wanita yang obesitas, atau sekitar 10% dari populasi dunia (WHO). Berdasarkan perhitungan IMT, dilakukan beberapa penelitian untuk mengetahui persentasi jumlah masyarakat urban dan sub-urban Indonesia yang memiliki IMT diatas normal, yang mana dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa perempuan memiliki rata-rata IMT 22.58 dimana jumlah sampel yang tertimbang yaitu 5.700 untuk rentang usia 18-30 tahun (Sandjaja dan Sudikno). Selain itu, juga ditemukan 15,4% orang di Indonesia tergolong gemuk yang mana 32.9% adalah perempuan dan 19.7% adalah pria (*Hello Sehat*).

Flat Pattern Cutting (Pola Konstruktif Dasar)

Pola Konstruktif adalah bagan dua dimensi yang merepresntasikan bentuk yang akan dipotong pada kain, yang kemudian disatukan hingga menjadi bentuk tiga dimensi. Pola biasanya diletakkan di atas kain lalu kain tersebut dipotong mengikuti garis luar pola. Pola dasar pada proyek rumahan biasanya dibuat pada selembar kertas tipis, sedangkan pada studio desain atau rumah mode, pola dibuat pada kertas atau lembaran plastik



Gambar 2. Produk Helaian Kain Dan Skarf
(Sumber: Penulis, 2017)

berbahan tebal agar tidak mudah rusak. Di beberapa rumah mode dan pabrik, pembuatan pola dilakukan secara *digital* agar lebih tahan lama dan pola dapat dicetak ketika dibutuhkan. Gambar pola dasar harus menunjukkan bayangan siluet ketika dilihat dari depan, belakang, dan samping, berdasarkan blok pola yang dibuat dari ukuran si pemakai. Blok pola adalah bentuk dasar untuk memproduksi pola datar dalam produksi pakaian. Bentuk-bentuk blok pola disesuaikan dengan figur perempuan, laki-laki dewasa, remaja dan anak kecil, dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan usia.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dimana penulis melakukan pengumpulan data melalui studi literatur mengenai fenomena *body image plus size*, *prevalensi obesitas* di Indonesia, studi mengenai demografis masyarakat Indonesia, serta studi survey penyebaran jumlah dan proporsi penduduk miskin menurut kelompok besar pulau di Indonesia. Hasil pengumpulan data membantu penulis dalam menentukan target market dan koleksi pakaian yang akan dibuat.

Metode observasi dimana penulis mengobservasi perkembangan *fashion plus size* di Indonesia dan gaya hidup perempuan di kota sebagai bahan dalam mengetahui akan kebutuhan pakaian bagi perempuan bertubuh besar. Metode eksperimentatif dalam

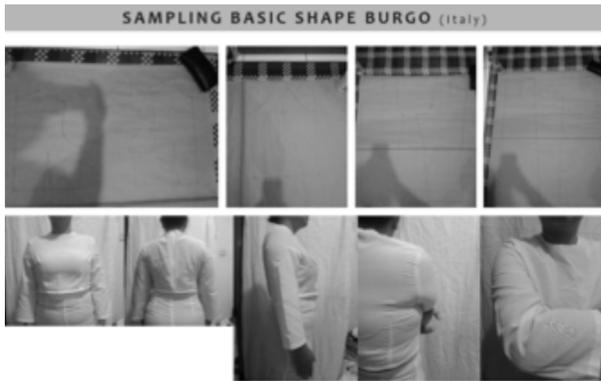
perancangan desain koleksi dan eksplorasi detail pada rancangan yang akan dibuat. Eksperimen yang dilakukan yaitu eksplorasi detail koleksi untuk menonjolkan teknik *mix and match* (material dan detail aksesoris pada pakaian), bongkar pasang, dan volume pakaian dengan pengolahan pecah pola.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian rancangan produk urban *activewear* untuk perempuan bertubuh besar ini dimulai dengan pengumpulan data-data untuk menentukan tema, *moodboard* dan *customer profile* yang membantu penulis dalam merancang koleksi. Lalu membuat *sample* pola dasar atasan, celana, dan rok menggunakan pola *Burgo* (Itali) dan *Bunka* (Jepang) yang akan di-*fitting* dan dibandingkan untuk nantinya memutuskan penggunaan pola pada koleksi yang akan dirancang. Dilanjutkan dengan mendesain koleksi pakaian dan *technical drawing*, serta membuat *sample* berukuran 1:2 yang kemudian direalisasikan pada material yang sudah ditentukan pada skala 1:1.

Berdasarkan target market, *customer profile* dan pembuatan koleksi *activewear*, penulis memberi judul koleksi *Affixtive* (gambar 3.1.1) yang pemilihan tema terinspirasi dari Indonesia *Trend Forecasting 17-18*, *Affix* ini dianggap paling sesuai dengan koleksi yang dirancang. Yang mana trend ini menggunakan teknik pasang dan sambung, permainan olah bahan yang menggabung beberapa material serta permainan kerut dan lipat sebagai detail, serta komposisi warna natural dan ringan. Material yang sering digunakan untuk jenis pakaian *activewear* seperti jersey, parasut, *cotton woven blend*, rib, *stretch mesh*, dll menjadi pilihan utama dalam pembuatan koleksi ini.

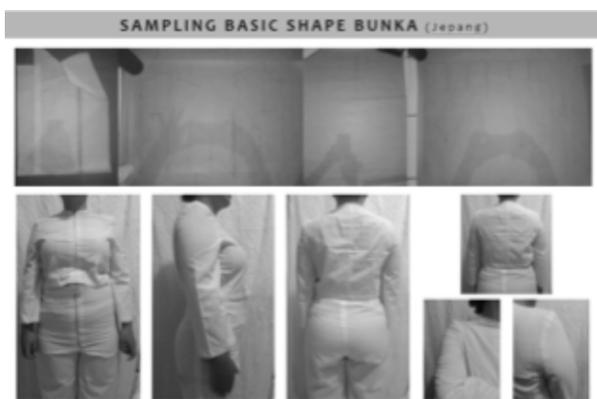
Tahap selanjutnya adalah membuat *sample* pola dasar atasan, rok dan celana menggunakan dua pola yaitu *Burgo* dan *Bunka* yang dibuat menggunakan ukuran penulis yang termasuk dalam kategori IMT berat badan lebih. Pembuatan *sample* ini untuk membandingkan



Gambar 3. Sampling *basic shape Burgo* (atasan)
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 4. Sampling *basic shape Burgo* (celana dan rok)
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 5. Sampling *basic shape Bunka* (atasan)
(Sumber: Penulis, 2017)



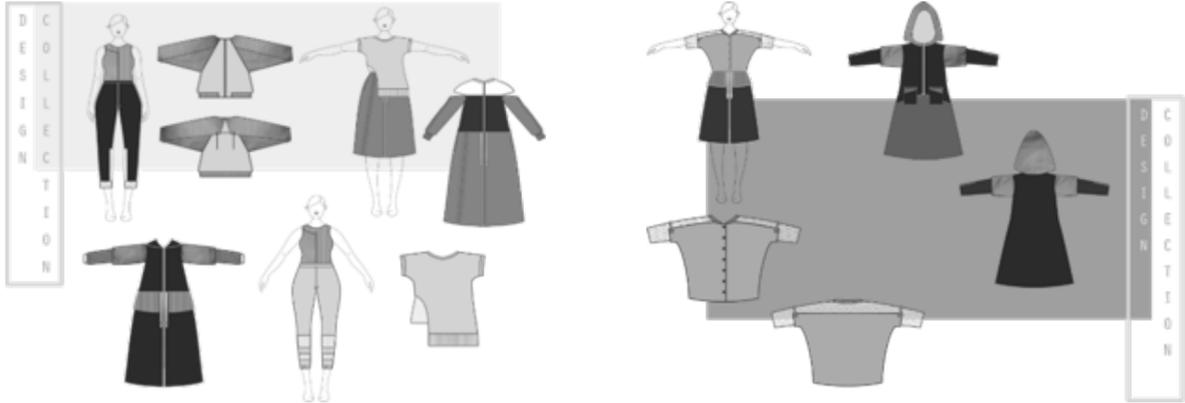
Gambar 6. Sampling *basic shape Burgo* (celana dan rok)
(Sumber: Penulis, 2017)

Tabel 2. Perbandingan kenyamanan pola dasar Burgo dan Bunka
(Sumber: Penulis, 2017)

	Burgo (Itali)	Bunka (Jepang)
Top	a. Tangannya kurang panjang b. Lingkar lengan terlalu ketat (terutama ketika berpangku tangan) c. Pinggang terlalu besar (namun tetap nyaman) d. Lingkar dada nyaman e. Bahunya pas	a. Tangannya kurang panjang b. Lingkar lengan terlalu ketat (terutama ketika berpangku tangan) c. Pinggang terlalu besar (namun tetap nyaman) d. Lingkar dada nyaman e. Bahu terlalu naik
Pants	a. Tidak nyaman ketika duduk/jongkok b. Pinggul bawah terlalu ketat c. Bagian <i>crotch</i> (pesak) nyaman dan pas d. Pinggang pas namun terlalu tinggi	a. Nyaman ketika duduk/ jongkok b. Pinggang dan pinggul nyaman c. <i>Crotch</i> nyaman namun tidak terlalu pas
Skirt	a. Pinggang terlalu besar b. Pinggul bawah terlalu pas c. Tidak nyaman ketika jongkok/ duduk, bagian perut terlalu ketat	a. Bagian pinggang pas b. Ban pinggang terlalu besar c. Pinggul pas dan nyaman d. Tidak nyaman ketika jongkok/ duduk pada bagian perut terlalu ketat

kenyamanan penggunaan pakaian yang akan membantu penulis dalam memutuskan pola apa yang lebih pantas digunakan dalam pembuatan koleksi *Affixtive* (Tabel 2). Desain koleksi *Affixtive* terdiri dari beberapa *outfit* yang

dapat di-*mix and match* dan pasang sambung untuk memenuhi aktivitas yang padat setiap harinya. Koleksi ini dirancang untuk membantu kebutuhan perempuan dalam bekerja, *meeting*, *hangout* ataupun berolahraga. Salah satu



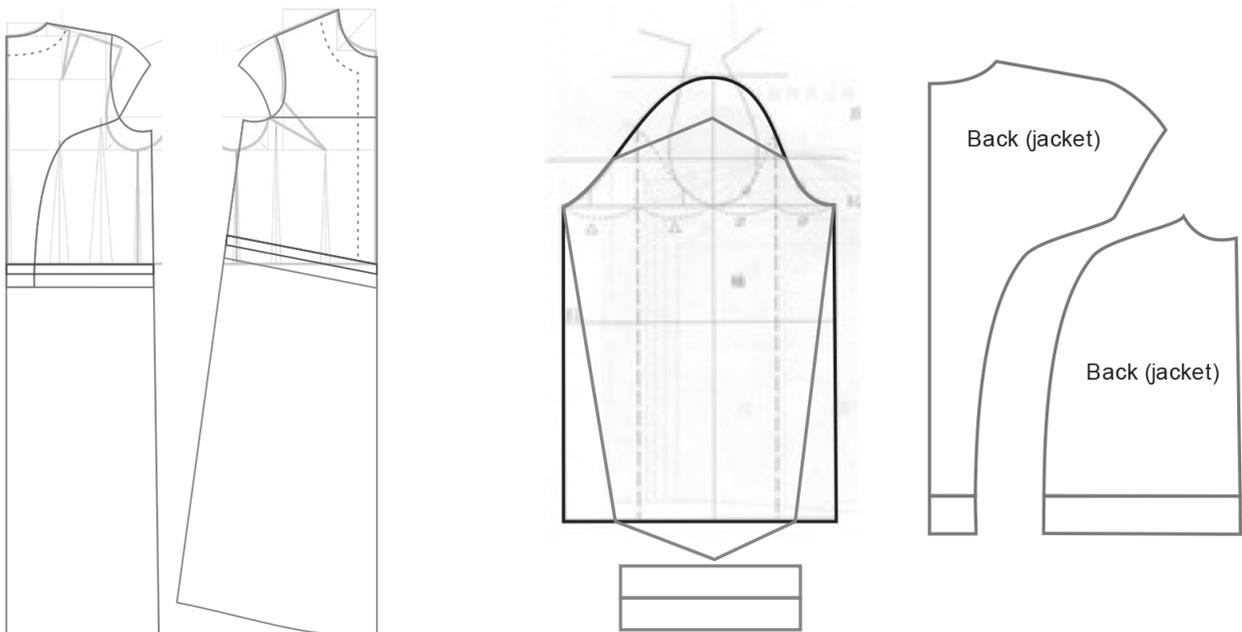
Gambar 7. Desain lanjutan koleksi *Affixtive* yang akan diproduksi final
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 8. Material koleksi *Affixtive*
(Sumber: Penulis, 2017)



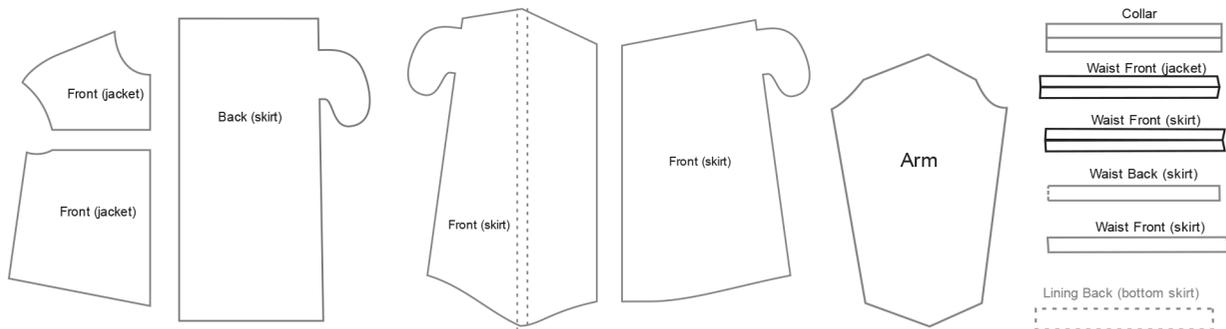
Gambar 9. Desain Jacket *Two Way Three-tone*
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 10. Pola Jacket *Two Way Three-tone*
(Sumber: Penulis, 2017)

contoh desain seperti *coat jacket* yang memiliki potongan di pinggang dan dapat dibuka menjadi

atasan dan bawahan rok. Gambar 12-18 adalah detail produk *urban activewear Affixtive*.



Gambar 11. Pola Jacket Two Way Three-tone
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 12. Lookbook koleksi Affixtive
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 13. Lookbook koleksi Affixtive
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 14. Lookbook koleksi Affixtive
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 15. *Lookbook* koleksi *Affixtive*
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 16. *Lookbook* koleksi *Affixtive*
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 17. *Lookbook* koleksi *Affixtive*
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 18. *Lookbook* koleksi *Affixtive*
(Sumber: Penulis, 2017)

PENUTUP

Perkembangan *style activewear* di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya semenjak tahun 2013 dapat terlihat jelas dengan banyaknya brand *ready-to-wear* yang mengeluarkan *line activewear* di setiap toko mereka. Sebut saja UNIQLO, Marks & Spencer, ataupun H&M. Kebutuhan perempuan bertubuh besar di usia 20-30 tahun tidak memiliki perbedaan dengan perempuan lain di rentang usia yang sama. Di usia *prime* ini mereka sedang berada di masa aktualisasi diri dimana mereka sibuk beraktifitas dengan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup, belajar, dan bersosialisasi menunjukkan status sosial mereka yang ditunjang dengan penampilan. Bagi perempuan bertubuh besar (bukan obesitas), terdapat beberapa permasalahan dalam pemilihan produk pakaian yang mereka inginkan yang sesuai dengan selera dan trend yang beredar di pasaran dimana *brand* yang beredar dipasaran memiliki ukuran yang terlalu kecil untuk tubuh mereka ataupun terlalu besar. Oleh sebab itu, penulis membuat koleksi yang sesuai dengan aktifitas perempuan urban bertubuh besar yang dapat dipadupadan sehingga mereka memiliki penampilan yang bervariasi dan sesuai dengan personality yang aktif.

Koleksi *Affixtive* terlihat modern, *stylish*, dan *fashionable*, terdiri dari luaran jaket yang dapat di bongkar pasang menjadi atasan jaket dan bawahan rok sehingga dapat dipadu padan dengan pakaian-pakaian lain. *Crop top* berpotongan lengkung dan kaku dengan paduan material jersey bertekstur dan *ribbing*, *blouse* berpotongan tajam dengan paduan mesh dan *jersey*, *legging* dengan fokus potongan pada bagian betis, yang mana dapat memfokuskan pada detail-detail tersebut sehingga dapat mengurangi kekurangan pada bentuk tubuh yang dianggap berlebih.

Affixtive adalah koleksi yang menggambarkan kebebasan gaya bagi perempuan bertubuh besar di masyarakat urban yang terkadang terkekang oleh *stigma body image* akan kecantikan dan memberdayakan

perempuan yang aktif dan bekerja keras untuk diri mereka sendiri. Ini adalah wujud kekuatan kecantikan, kepercayaan diri dan jiwa muda. Tujuannya adalah untuk menyaksikan tampilan urban yang *fashionable* bagi perempuan yang sibuk dan gaya hidup cepat sehingga perlu memakai pakaian yang menunjukkan kepribadian, kenyamanan serta disain otentik yang bisa dipadu padan dan disesuaikan untuk beradaptasi dalam situasi apapun sepanjang hari.

* * *

Daftar Pustaka

- Ashdown, S. P.
2009 *Creation of ready-made clothing: the development and future of sizing systems*. USA: Cornell University
- Assembl Books
2013 *How Patterns Work: The Fundamental Principles of Pattern Making and Sewing in Fashion Design*. Assembl. London, UK.
- Boorady, L.M & Suny
2014 *Overweight and obese consumers: shape and sizing to design apparel that fits this specific market*. Woodhead. USA
- Fischer, Anette
2009 *Basic Fashion Design: 3. Construction*. Ava Publishing. Lausanne, Switzerland.
- Grey Zone
2016 *Forecasting 2017-18*: p.28.
- McMichael, Anthony J.
2000 *The urban environment and health in a world of increasing globalization: issues for developing countries*.
- Renfrew, Elinor & Renfrew, Colin
2009 *Basic Fashion Design: 4. Developing a Collection*. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.
- Sandjaja dan Sudikno
2005 *Prevalensi Gizi Lebih dan Obesitas*

- Penduduk Dewasa di Indonesia*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Gizi dan Makanan. Bogor.
- Steele, Valerie (*editor in chief*)
2005 *Encyclopaedia of Clothing and Fashion Volume 1: Academic Dress to Eyeglasses*. Thomson Gale. Farmington Hills, Michigan.
-
- 2005 *Encyclopaedia of Clothing and Fashion Volume 2: Fads to Nylon*. Thomson Gale. Farmington Hills, Michigan.
-
- 2005 *Encyclopaedia of Clothing and Fashion Volume 3: Occult Dress to Zoran*. Thomson Gale. Farmington Hills, Michigan.
- www.julietemagz.com
2015 *Gaya hidup sehat masyarakat urban*. <http://www.julietemagz.com/detail-559/Gaya-hidup-Sehat-Masyarakat-Urban.html>, 6 April 2017, 8.00AM.
- www.oxfordreference
2016 <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199764358.001.0001/acref-9780199764358-e-714?rskey=HNkP5M&result=1>, diakses pada tanggal 30 November 2016 pukul 16:00.
- www.selasar.com
2016 *Mengenal istilah masyarakat urban*. <https://www.selasar.com/gaya-hidup/mengenal-istilah-masyarakat-urban>, diakses pada tanggal 30 November 2016 pukul 16:00.
- www.apparelsearch.com
2017 *Apparel Search*, http://www.apparelsearch.com/questions/answers/difference_between_activewear_sportswear.html, 3 April 2017, 6:05PM.
- www.dictionary.com
2017 *Dictionary*, <http://www.dictionary.com/browse/formalwear>, 3 April 2017, 5:13PM.
- www.differencebetween.net
2017 *Difference Between Activewear and Sportswear*. DifferenceBetween.net, <http://www.differencebetween.net/miscellaneous/fashion-beauty/difference-between-activewear-and-sportswear/>, 3 April 2017, 6:03PM.