

# PERANCANGAN BUSANA ACTIVEWEAR BERDASARKAN SUB-TREND “LURE” DALAM ISPO TEXTILE TRENDFORECAST S/S 2019

Tiara Larissa

Arini Arumsari

Prodi Kriya Tekstil dan Mode, Fakultas Industri Kreatif

Universitas Telkom, Bandung

e-mail: tiaralarissa.tl@gmail.com

## ABSTRACT

*Healthy lifestyle is a trend of urban society. They attempt to minimize the risks of diseases to enjoy their life. Basically it is not only related to physical, but also mental and social well-being. The development of current fashion industry is influenced by the trend of healthy lifestyle that leads to an increasing demand for sport apparel that can support healthy lifestyle trend. The aim of this research is to develop activewear by emphasizing artistic values through textile materials and designs. This research uses a qualitative method and data analysis through literature study, data collection, field research and experiment on textile materials and design of activewear. Activewear is designed by adapting the concept from a trend forecast textile of spring/summer activewear of 2018 that can be developed with a variety of surface design techniques. It is expected to fulfil urban society's needs of fashion supporting healthy life style, following the trend cycle and having artistic values.*

**Keywords:** *Healthy Lifestyle, Trend, Activewear, Digital Textile Design*

## ABSTRAK

Gaya hidup sehat tengah menjadi tren bagi masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan berusaha untuk meminimalisir berbagai resiko penyakit untuk dapat menikmati kehidupannya. Pada dasarnya hal ini tidak hanya berkaitan dengan kondisi fisik, namun juga mental dan kesejahteraan sosial. Perkembangan industri fesyen saat ini yang sangat dipengaruhi oleh tren gaya hidup ini meningkatkan permintaan atas busana olahraga yang dapat menunjang tren gaya hidup ini. Hal tersebut menjadi tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan busana *activewear* dengan menonjolkan nilai-nilai artistik melalui perancangan material tekstil dan desain dari produk tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta analisis melalui studi literatur, pencarian data, jurnal, buku, serta survey lapangan, dan melakukan metode eksperimentasi pada material tekstil dan desain pada busana *activewear*. Perancangan busana *activewear* dengan mengadaptasi konsep dari salah satu tren *forecast textile* untuk material busana olahraga dengan berbagai teknik reka latar. Hal ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan fesyen bagi masyarakat perkotaan yang mendukung tren gaya hidup sehat, mengikuti siklus tren, serta memiliki nilai-nilai artistik.

**Kata Kunci:** *Gaya Hidup Sehat, Tren, Pakaian Aktif, Desain Tekstil Digital*

---

## PENDAHULUAN

Masyarakat perkotaan semakin memiliki kesadaran yang kuat akan kualitas hidup sehat,

segala hal mulai dari makanan hingga kegiatan-kegiatan yang memiliki efek baik bagi kesehatan. Rutinitas yang dilakukan dengan pola hidup yang tidak teratur ditambah polusi disekitar

lingkungan akibat paparan udara bebas membuat masyarakat kota harus berusaha ekstra dalam mendapatkan kehidupan yang sehat.

Saat ini banyak gaya hidup sehat yang tengah populer di kalangan masyarakat perkotaan seperti yoga, catering makanan sehat dan sebagainya. Masyarakat perkotaan sering menggunakan komunikasi, transfer informasi, dan melihat perkembangan di sekitar melalui media sosial. Hal ini merupakan salah satu faktor yang semakin memperluas tren gaya hidup sehat ditengah masyarakat perkotaan. Salah satunya seperti *public figure* yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan kampanye hidup sehat.

Tren gaya hidup sehat juga memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan *fashion*. Industri *fashion* mencoba untuk memanfaatkan celah dan potensi dari tren gaya hidup tersebut, dengan berinovasi dalam memproduksi busana olahraga yang bukan lagi mengutamakan aspek fungsi bagi pelaku tren tersebut. Hingga muncul tren busana olahraga siap pakai atau biasa disebut dengan istilah *activewear*. Seperti yang telah dilakukan oleh salah satu desainer pakain wanita Stella McCartney yang sudah meluncurkan koleksi busana olahraga yang berkolaborasi dengan merek pakaian olahraga Nike.

Busana *activewear* diciptakan untuk memenuhi kebutuhan bagi masyarakat yang kerap mengikuti tren untuk memenuhi kebutuhan busana hariannya agar tetap bisa tampil sporty. Dari sejarahnya sendiri, busana *activewear* ini memiliki perbedaan dengan busana olahraga pada umumnya yang sangat mengutamakan kenyamanan dari berbagai aspek seperti material, potongan, serta unsur-unsur keolahragaan dalam detail-detailnya.

Busana ini cukup diminati oleh masyarakat urban dengan tingkat mobilitas yang sangat tinggi, yang membuat mereka cenderung tidak punya waktu untuk melakukan olahraga, namun tetap bisa mengikuti tren tersebut melalui fashionnya dengan dukungan busana *activewear*.

Berdasarkan tren tersebut, banyak potensi yang bisa dikembangkan pada busana *activewear*.

Salah satunya dengan mengoptimalkan nilai-nilai artistik sebagai aspek utama pada busana ini. Dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan *fashion* dengan tren gaya hidup sehat bagi masyarakat perkotaan, dengan fungsi yang lebih fleksibel. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasui masalah pada penelitian ini adalah:

1. Adanya potensi dari tren gaya hidup sehat di dalam ruang lingkup *fashion*.
2. Busana *activewear* yang menjadi kebutuhan *fashion* bagi masyarakat perkotaan dengan tren gaya hidup sehat.
3. Adanya potensi dalam busana *activewear* untuk berinovasi dengan mengoptimalkan nilai-nilai artistik.

## METODE

Metode kajian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi lapangan mengenai busana *activewear* dan perkembangan tren gaya hidup sehat di perkotaan.
2. Studi literatur mengenai tren gaya hidup sehat, perkembangan tren *fashion*, busana *activewear*, serta perkembangan produk *fashion* busana *activewear* melalui buku, jurnal ilmiah, media internet, media cetak dan lainnya.
3. Eksperimentasi dengan melakukan percobaan pada media perancangan busana *activewear*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengidentifikasi trend dalam gaya hidup yang sedang terjadi merupakan tahap awal



**Gambar 1. Social Media Survey**  
(Sumber: [instagram.com/therealdisastr](https://www.instagram.com/therealdisastr), 2017)

yang dilakukan, dengan melakukan analisa dalam kebiasaan gaya hidup yang diterapkan oleh masyarakat di kota - kota besar dengan metode survey lapangan, survey terhadap pengguna *social media*, serta menganalisa dan menyimpulkan hasil survey dari beberapa jurnal dan pendapat para ahli.

Di Indonesia sendiri, trend gaya hidup sehat sedang menjadi tren yang banyak diterapkan oleh masyarakat, khususnya di kota - kota besar, terlihat dari banyaknya muncul katering makanan sehat, tren minuman sehat, hingga tren olahraga ringan yang banyak dilakukan masyarakat khususnya di kota - kota besar seperti yoga, *workout*, ataupun mengikuti kegiatan *colour-run*.

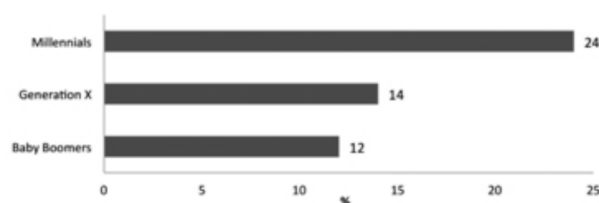
Gaya hidup sehat menjadi tren di Indonesia hingga banyak pengguna media sosial seperti *blogger*, *public figure* ataupun orang - orang dengan antusias fashion yang tinggi yang membagikan rutinitas gaya hidup sehat yang mereka terapkan ke dalam akun media sosial mereka.

Mayoritas masyarakat di kota - kota besar mulai menerapkan gaya hidup sehat dikarenakan aktifitas dan kehidupan di kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya yang sangat sibuk, dengan tingkat mobilitas yang tinggi, lalu juga banyak faktor lain seperti polusi, kurangnya kawasan hijau, membuat masyarakat ini semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh mereka.

Menurut Weinswig (2016), masyarakat millennials sangat memerhatikan kesehatan dan

**Grafik 1. Global Population that Considers Eating Right the Most Important Behavior to Stay Healthy**

(Sumber: Fung Global Retail & Technologie Journal, 2016)



memiliki kegiatan yang aktif pada setiap harinya. Mereka menjaga pola makan dan gaya hidup mereka tidak hanya saat sedang sakit ataupun dalam kondisi tidak baik, dengan melakukan lebih banyak olahraga dan mengurangi kebiasaan yang merugikan bagi tubuh mereka seperti merokok.

Mayoritas masyarakat di kota - kota besar mulai menerapkan gaya hidup sehat dikarenakan aktifitas dan kehidupan di kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya yang sangat sibuk, dengan tingkat mobilitas yang tinggi, lalu juga banyak faktor lain seperti polusi, kurangnya kawasan hijau, membuat masyarakat ini semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh mereka.

Sebuah survei yang dilakukan oleh Aetna (Dalam Weinswig, 2016) menemukan bahwa masyarakat millennials sangat banyak lebih peduli tentang makan yang benar dan berolahraga dari pada generasi sebelumnya.

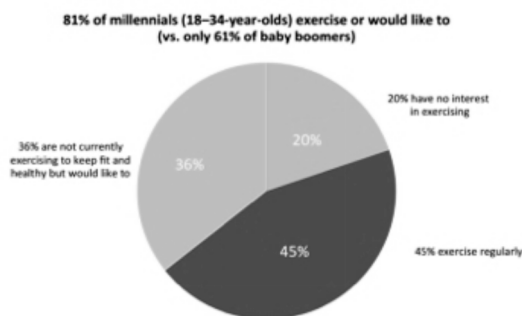
*The Australian Sporting Goods Association* (ASGA) juga melakukan penelitian tentang bagaimana kebiasaan perempuan memerhatikan kesehatan tubuhnya, menerapkan gaya hidup sehat, dan olahraga apa yang mereka lakukan melalui pertimbangan usia.

Banyak hal yang mempengaruhi perempuan dalam melakukan kegiatan ataupun menerapkan gaya hidup sehat, hal ini berbeda - beda dalam setiap tingkata umurnya.

Menurut ASGA, perempuan lebih memiliki kesadaran dalam memerhatikan kesehatan tubuhnya, dan menerapkan gaya hidup sehat,

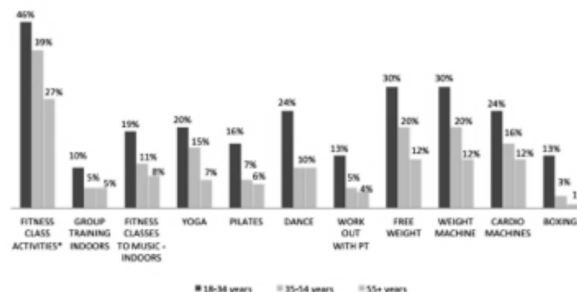
**Grafik 2. Exercise Habits of millennials**  
**Sumber : Fung Global Retail**

(Sumber: Fung Global Retail & Technologic Journal, 2016)



**Grafik 3. Fitness Class Participation, by Age Group the Most Important Behavior to Stay Healthy**

(Sumber: Fung Global Retail & Technologic Journal, 2016)



**Gambar 2. Most Popular Sport and Physical Activities**  
 (Sumber: Asga Journal, 2016)

dari penawaran produk ini telah menghadirkan pengalaman kesehatan kepada pelanggan, Contohnya seperti *Nike running clubs and Reebok's mobile CrossFit gyms (the state of fashion 2017, 2017)*.

1. Klasifikasi dan Diferensiasi *Sportswear, Athleisure, dan Activewear*

Pada dasarnya, *sportswear, athleisure* dan *activewear* berada di tingkatan yang sama dengan fungsi utama sebagai busana yang mendukung aktifitas keolahragaan maupun aktifitas keseharian dari penggunaanya, berikut merupakan klasifikasi serta hal-hal yang membedakan busana *sportswear, athleisure* dan *activewear* yang di simpulkan dari beberapa sumber berupa buku, jurnal, artikel, dan pendapat para ahli, data berikut akan digunakan sebagai pertimbangan pemilihan busana yang akan dibuat dan mendukung kegiatan dari target market yang menerapkan gaya hidup sehat.

2. *Ispo Textrend Spring/ Summer 2019*

Konsep karya pada tugas akhir ini akan mengadaptasi tema "*Lure*" dari *sub-trend Ispo Textrend Spring/ Summer 2019*. Pada sub-tren ini terdapat kategori dan klasifikasi mengenai material serta fungsi dan gambaran utama dari sub-tren ini.

Tren ini memiliki visi menjadi sebuah daya tarik yang memikat bagi konsumen dengan ciri khas pada permukaan bahannya dan memiliki potongan yang menarik, sesuai dengan nama subtrend ini yaitu "*Lure*" yang memiliki arti

dan perempuan juga memiliki dampak yang sangat besar terhadap peningkatan penjualan busana *activewear* dari tahun ke tahun. Dapat dilihat dari gambar 2, bagaimana perempuan menentukan gaya hidup mereka dan mempengaruhi perkembangan industri busana *activewear*.

Tren gaya hidup sehat merambah industri bisnis, pada dasarnya kesehatan dan fashion belum menjadi sekutu dalam sebuah industri, namun kebangkitan gerakan kesehatan membuat para pelaku mode memilih untuk belajar mendapatkan keuntungan dari tren tersebut. Selama beberapa tahun terakhir, perusahaan mode mulai memperhatikan tren gaya hidup baru yang didirikan pada kesehatan dan kebugaran - oleh karena itu timbulnya kasualisasi dan keausan atletik. Untuk memanfaatkan kesempatan ini, banyak label *fashion* yang telah merilis celana olahraga dan lini olahraga mereka sendiri. Sebuah evolusi

Tabel 1. *Global Population that Considers Eating Right the Most Important Behavior to Stay Healthy*

(Sumber: Fung Global Retail &amp; Technologie Journal, 2016)

No.	Definisi	Klasifikasi	Fungsi dan Kegunaan
1.	<i>Sportswear</i> merupakan busana yang digunakan khusus untuk olahraga atau latihan fisik. Dengan alasan praktis, nyaman dan aman.	<i>Sportswear</i> dipisahkan menjadi dua bagian diantaranya <i>bottom</i> seperti rok, celana, dan <i>top</i> seperti blus, kemeja, <i>sweater</i> . Untuk pakaian khusus meliputi pakaian basah (digunakan untuk berenang, menyelam atau selancar), <i>salopettes</i> (untuk Ski) dan <i>leotards</i> (untuk senam).	<i>Sportswear</i> biasanya didesain ringan sehingga tidak membebani pemakainya. Pakaian olahraga harus cukup longgar agar tidak membatasi pergerakan. Beberapa kegiatan olahraga memiliki persyaratan gaya yang spesifik, misalnya <i>keikogi</i> yang digunakan dalam olahraga karate. Busana olahraga juga berfungsi sebagai seragam.
2.	<i>Athleisure</i> merupakan sebuah trend gaya berbusana yang muncul dalam mengenakan pakaian yang dirancang untuk olahraga atletik baik di <i>gym</i> maupun di luar ruangan, misalnya ke kantor, ke pusat perbelanjaan atau ke pertemuan sosial.	Pakaian dengan gaya <i>athleisure</i> terdiri dari yoga <i>pants</i> , <i>thights</i> dan <i>legging</i> , <i>sweatshirt</i> , <i>slip-on shoes</i> dan sebagainya, yang terlihat seperti gaya atletik dan dicirikan sebagai gaya yang modis dalam melakukan kegiatan altetik.	<i>Athleisure</i> dianggap sebagai sebuah gerakan dari industri <i>fashion</i> , yang dimungkinkan untuk pemilihan bahan tekstil yang lebih baik, dan memungkinkan pakaian olahraga menjadi lebih serba guna, nyaman, dan modis.
3.	<i>Activewear</i> merupakan pakaian yang digunakan untuk berolahraga dan berkatifitas di luar ruangan, atau untuk sekedar berekreasi.	Jenis busana yang termasuk kedalam kategori <i>activewear</i> adalah <i>windbreakers</i> , <i>ski jackets</i> , <i>jogging suits</i> , <i>tennis shorts</i> dan sebagainya.	<i>Activewear</i> dirancang untuk kegiatan yang mengharuskan banyak bergerak ataupun berpartisipasi dalam suatu olahraga.

menarik. Daya tarik yang diciptakan yaitu dengan menonjolkan warna-warna cerah tanpa meninggalkan unsur kemewahan.

Daya tarik tersebut ditonjolkan dengan campuran material yang berkilau dan di kombinasikan dengan material yang memiliki tekstur dengan sentuhan cetakan stimulasi optik dalam menciptakan material yang baru. Tren ini memiliki sisi fungsi dan juga *fashion* yang bertabrakan. Stimulasi optik dan taktik merupakan unsur utama yang ditekankan pada tren ini.

Berikut merupakan beberapa unsur material yang telah dipilih berdasarkan apa yang telah disampaikan dalam sub-tren "lure" pada *spring/ summer* 2019, dan akan di terapkan dalam proses eksplorasi material pada penelitian ini.

#### 1. *Fibers, Yarns & Finishes:*

- Material dengan perlindungan UV.
- Nilon berkinerja tinggi dengan *built in* fungsi termasuk manajemen air, kesejukan, perlindungan anti air yang cepat dan anti UV.
- Transfers and prints*

d. *Textured reflectivity* - memperbarui permukaan material melalui reflektifitas motif/ *prints*.

#### 2. *Focus*

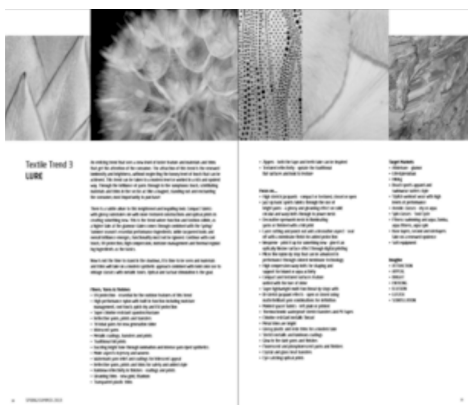
- High stretch jacquards*.
- Penggunaan material *mesh/ jala*.
- Neoprene* - memberikan efek *optical illusive* pada permukaan melalui *digital printing*.
- Spacer Molded material - dibiarkan polos atau dicetak.
- Eye-catching optical prints*.

#### 3. Segmentasi

Dalam perancangan produk terdapat beberapa aspek yang harus dipertimbangkan antara lain:

##### a. Segmentasi Demografis

Target market yang dituju adalah wanita, dengan umur 18 s/d. 30 tahun dimana menurut hasil survey dari ASGA remaja awal yang memasuki umur 15 hingga 18 tahun sudah mulai melakukan olahraga untuk menjaga bentuk tubuh



Gambar 3. Textile Trend "Lure"  
(Sumber: Ispo Journal, 2016)



Gambar 4. Image Board  
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 5. Color Scheme  
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 6. Pattern Board  
(Sumber: Penulis, 2017)

mereka dan saat memasuki umur 19 tahun perempuan cenderung melakukan olahraga yang tidak terorganisir seperti *workout*, *walking for exercise*, atau *gym* pada beberapa kesempatan dikarenakan kesibukan yang padat dan tidak memiliki waktu untuk melakukan olahraga. *Single*, menikah (*pre-family*), memiliki pendapatan diatas Rp. 5.000.000.

b. Segmentasi Psikografis

Berdasarkan dari data yang didapatkan, bahwa dalam era tren gaya hidup sehat saat ini sebagian besar dipengaruhi oleh *public figure* dan merambah ke ranah *fashion*, dimana besarnya campur tangan *fashion* ked alam pertumbuhan busana *activewear*, sehingga hal tersebut kemudian yang mendasari penulis untuk memilih *fashion leaders* sebagai segmentasi pasar dalam konsep perancangan tugas akhir ini.

Target utama dalam konsep perancangan ini adalah *fashion leaders* yang merupakan seorang *public figure*, *fashion blogger*, *stylist*, atau *fashion designer* yang secara garis besar berada dalam ranah industri kreatif. *Fashion leaders* adalah orang-orang yang berpengaruh di dunia *fashion*. *Fashion leaders* umumnya adalah orang-orang yang benar-benar tertarik pada *fashion* untuk diri mereka sendiri dan menerapkan gaya hidup sehat dalam menjaga kesehatan dan bentuk tubuhnya.

c. Segmentasi Geografis

Konsumen yang dituju adalah masyarakat di daerah Jakarta, Bandung dan Surabaya. Jakarta, Bandung dan Surabaya merupakan kota besar dengan faktor *lifestyle* yang sangat mempengaruhi kehidupan di 3 kota besar tersebut. Kota

- kota ini adalah kota yang memiliki tingkat mobilitas yang sangat tinggi dimana masalah utama yang tak kunjung terselesaikan seperti polusi dan kepadatan penduduk, membuat masyarakat di 3 kota besar ini mulai memiliki kesadaran terhadap hidup sehat dengan mengubah kebiasaan pola hidup yang sehat di tengah mobilitas mereka.

Jakarta, Bandung dan Surabaya juga merupakan kota-kota yang mudah beradaptasi dengan tren dan cukup sering mengadakan *market event* yang menghadirkan produk-produk lokal sehingga masyarakat di kota-kota tersebut merupakan masyarakat yang memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap produk-

produk lokal.


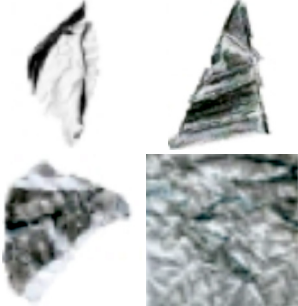
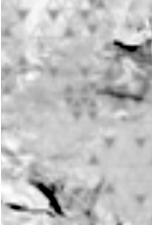
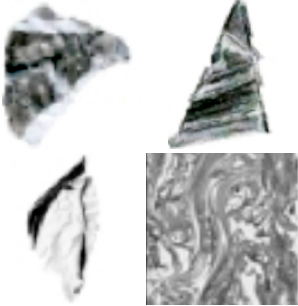

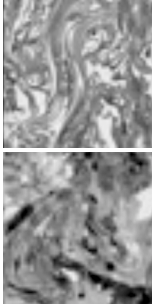

4. *Image Board* dan *Color Scheme*  
Lihat Gambar 4 dan Gambar 5.


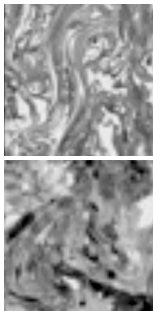

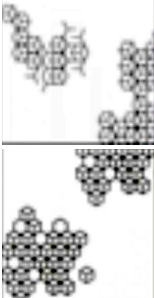
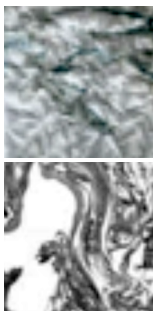


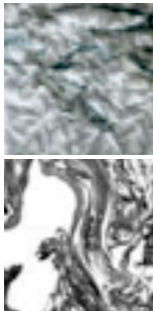

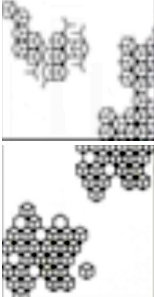
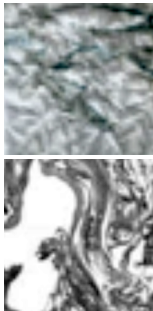

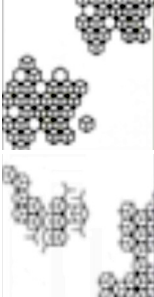

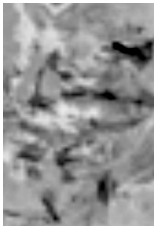
5. Tahap Eksplorasi

Klasifikasi pada proses eksplorasi dibagi mengacu pada *pattern board* dan juga tekstur atau efek yang ditampilkan pada *moodboard* berdasarkan *trend forecasting* dari *ispo textrend spring/ summer 2019* yang direalisasikan melalui teknik desain tekstil *digital*.

Setelah melakukan beberapa teknik eksplorasi dengan berbagai macam teknik, maka pertimbangan dari eksplorasi terpilih yang akan diaplikasikan pada rancangan *activewear* bisa dilihat pada Gambar 7-10.

Tabel 2. Tahap Eksplorasi Lanjutan  
(Sumber: Penulis, 2017)

No.	Pattern Awal	Tekstur	Hasil Eksplorasi	Keterangan
1.				Teknik : <i>Engineer Textile</i> Hasil eksplorasi tekstur sebagai <i>background</i> dan dikomposisikan lagi dengan objek segitiga pada <i>pattern</i> awal. Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 & coreldraw x7
2.	-			Teknik : <i>Engineer Textile</i> Hasil eksplorasi tekstur <i>photoscanner</i> dan <i>marbling</i> sebagai <i>background</i> dan dikomposisikan lagi dengan perpaduan warna dengan objek horizontal. Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 & coreldraw x7
3.	-			Teknik : <i>Engineer Textile</i> Hasil eksplorasi <i>marbling</i> dijadikan objek segitiga dan dikomposisikan lagi dengan perpaduan objek untuk menghadirkan kesan ilusi optik. Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 & coreldraw x7

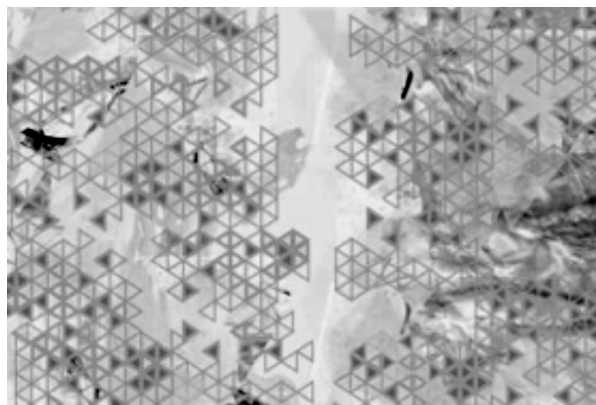
<p>4.</p>				<p>Teknik : <i>Engineer Textile</i></p> <p>Hasil eksplorasi marbling dijadikan objek dan dikomposisikan lagi dengan perpaduan objek lain dengan warna berbedaa dan transformasi dari warna pink muda menuju abu untuk menghadirkan kesan ilusi optik.</p> <p>Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 &amp; coreldraw x7</p>
<p>5.</p>				<p>Teknik : <i>Engineer Textile</i></p> <p>Hasil eksplorasi tekstur sebagai <i>background</i> dan dikomposisikan lagi dengan objek segilima yang ada pada <i>pattern</i> awal.</p> <p>Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 &amp; coreldraw x7</p>
<p>6.</p>				<p>Teknik : <i>Engineer Textile</i></p> <p>Hasil eksplorasi tekstur sebagai <i>background</i> dan dikomposisikan lagi dengan objek segitiga pada <i>pattern</i> awal.</p> <p>Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 &amp; coreldraw x7</p>
<p>7.</p>				<p>Teknik : <i>Engineer Textile</i></p> <p>Hasil eksplorasi tekstur sebagai <i>background</i> dan dikomposisikan lagi dengan objek segilima pada <i>pattern</i> awal.</p> <p>Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 &amp; coreldraw x7</p>
<p>8.</p>				<p>Teknik : <i>Engineer Textile</i></p> <p>Hasil eksplorasi tekstur sebagai <i>background</i> dan dikomposisikan lagi dengan objek segilima pada <i>pattern</i> awal.</p> <p>Media : 60 x 80 Software : Photoshop cs 6 &amp; coreldraw x7</p>

Tabel 2. Tahap Eksplorasi Lanjutan (Sumber: Penulis, 2017)

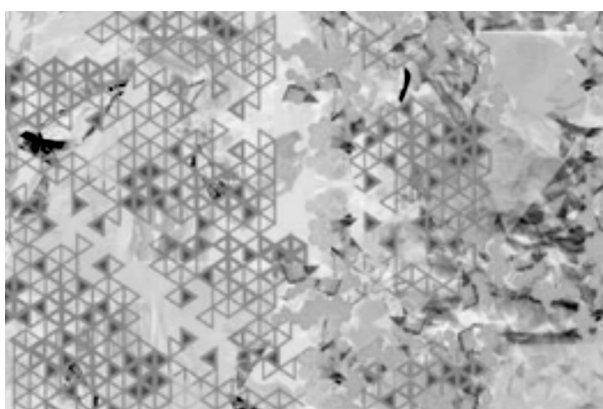




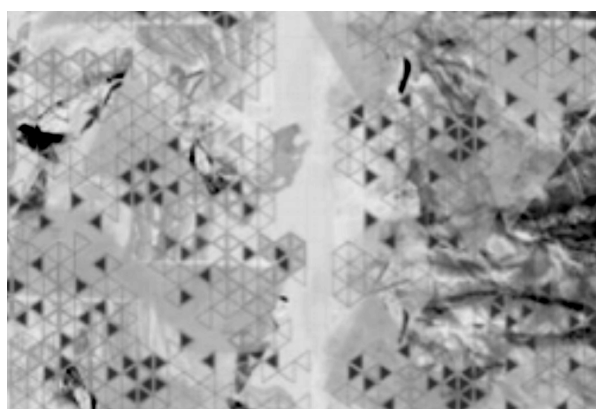
Gambar 7. Eksplorasi Terpilih 1  
(Sumber: Ispo Journal, 2016)



Gambar 8. Eksplorasi Terpilih 2  
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 9. Eksplorasi Terpilih 3  
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 10. Eksplorasi Terpilih 4  
(Sumber: Penulis, 2017)

Penggunaan teknik *digital printing* dengan metode *engineer textile* guna untuk memunculkan nilai artistik yang mengacu pada trend yang dikeluarkan oleh *ispo textrend* diantaranya yaitu *texture refectifity*, dengan menggabugkannya beberapa objek yang dapat merealisasikan *optical illusive* dalam motif pada busana *activewear*. Penggunaan teknik tertentu yang dipilih, tidak hanya untuk menciptakan sebuah produk tetapi juga menciptakan inovasi pada material busana *activewear*.

## 6. Visualisasi Produk

Lihat Gambar 11 dan Gambar 14.

## PENUTUP

Berdasarkan produk yang dihasilkan dari penelitian ini dengan judul “Perancangan Busana *Activewear* Berdasarkan Sub-Trend “Lure”

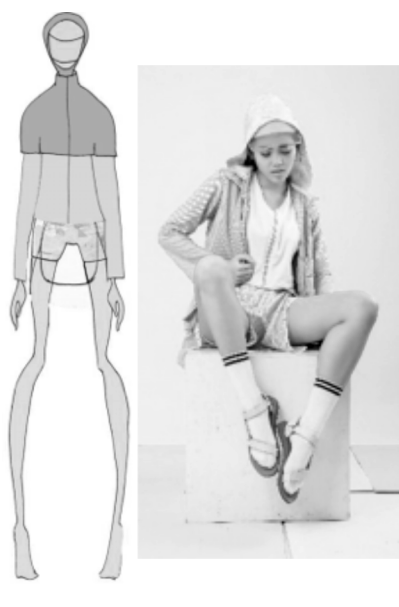
Dalam *Ispo Textile Trendforecast S/S 2019*”, dapat dilihat bahwa busana *activewear* dapat dioptimalkan nilai-nilai artistiknya dengan melakukan eksplorasi motif yang mengacu pada tema dari *Ispo textile trend forecast*, sehingga dapat menonjolkan visual yang baik dari busana ini. Peneliti mengolah eksplorasi motif dengan mengolah tekstur pada image dari sebuah foto dan mengolah tekstur dari hasil pembuatan motif *marbling*, menggunakan teknik *photography scanning* dan diolah kembali grafisnya dengan menggunakan *software digital*, dan dicetak dengan teknik *digital printing*. Dalam pemilihan material peneliti mengutamakan kenyamanan pengguna, dan untuk desainnya sendiri peneliti lebih menonjolkan nilai visual dan *fashionnya* dibandingkan fungsi, dimana dari hasil data yang didapat bahwa target market mengacu pada penerapan gaya hidup sehat memiliki kesibukan padat, busana di desain untuk dapat digunakan sehari-hari ataupun saat sedang berolahraga



Gambar 11. Eksplorasi Terpilih 1  
(Sumber: Ispo Journal, 2016)



Gambar 12. Eksplorasi Terpilih 2  
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 13. Eksplorasi Terpilih 3  
(Sumber: Penulis, 2017)



Gambar 14. Eksplorasi Terpilih 4  
(Sumber: Penulis, 2017)

ringan, jadi memudahkan pengguna apabila ingin berolah raga di waktu senggang tanpa harus berganti pakaian. Dalam pengembangan produk busana *activewear* di Indonesia sendiri, belum banyak variasi khususnya dari pengolahan material. Maka peneliti memiliki peluang untuk merancang dan menghasilkan busana *activewear* dengan mengolah materialnya dan hal ini dapat memenuhi kebutuhan *fashion* bagi masyarakat di kota-kota besar yang ingin atau yang sudah menerapkan gaya hidup sehat dalam

kesehariannya.

Untuk peneliti yang akan mengolah material pada busana *activewear*, pada dasarnya dapat diolah dengan menggunakan teknik *surface textile design*, teknik *digital textile design* sendiri pun diterapkan untuk mengimbangi fungsi kenyamanan dan juga segi visualnya, selain itu masi dapat diolah dengan teknik *surface textile design* yang lainnya ataupun menggunakan teknik *structure design* dan dapat memanfaatkan teknologi dan mesin yang

diciptakan untuk menunjang proses pembuatan material dan desain dari busana *activewear*.

Penelitian selanjutnya dapat memaksimalkan teknik *engineer print* dengan mengolah pola busana *activewear* secara detail, dan dapat memaksimalkan motif atau eksplorasi yang diolah. Penelitian selanjutnya dapat meningkatkan branding produk dengan *merchandising* yang lebih mendetail terhadap klasifikasi dari setiap produk busana *activewear*.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas area survey, tidak hanya di kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya, tetapi seluruh Indonesia, sehingga akan lebih mewakili hasil dari seberapa besar persentasi masyarakat Indonesia yang ingin dan sudah menerapkan gaya hidup sehat. Selain itu dapat pula mempertimbangkan faktor tingkat permintaan dan pembelian busana *activewear* yang ada di Indonesia dengan wawancara dan mengumpulkan data dari berbagai perusahaan terkait. Perlu adanya kerjasama terhadap perusahaan terkait untuk menunjang data yang akurat terhadap tren busana yang diminati oleh masyarakat Indonesia.

Untuk asosiasi *fashion* di Indonesia untuk dapat melihat peluang dari tren gaya hidup sehat yang memberi dampak besar terhadap industri *fashion* secara global. Untuk fakultas industri kreatif, jurusan kriya tekstil dan mode agar dapat menambah mata kuliah mengenai busana *activewear* ataupun busana olahraga sebagai salah satu busana yang memiliki dampak besar dalam pergerakan industri *fashion*.

\* \* \*

## Daftar Pustaka

Bailis, R.

2016 *Why Millenials Love Activewear - The Numbers Behind This Explosive Growth*, www.connexity.com, tanggal 1 april 2017 pukul 9.15.

Banjo, S.

2016 *Lululemon inspired fitness fashion trend cools down*, www.bloomberg.com, tanggal 1 maret 2017 pukul 09.30.

Clare Hanlon, R. S.

2016 *Active Wear: Forecasting future trends in female consumer behaviour*. The Australian Sportsing Goods Assosiation.

Currie, S.

2014 *Fragmented sector creating M&A opportunities*. Global Sportswear Sector M&A update.

Demeester, L.

2016 *The Giants of Sportswear, the history of sportswear in high fashion*.

Frings, G. S.

1987 *Fashion from Concept to Consumer*. New Jersey: Prentice-hall, Inc.

Huanjiao Dong, C. N.-A.

2015 *Factors Influencing Consumers' Purchase Intention of Green Activewear*. International Textile.

Kearney, A.

2015 *Capitalizing on Activewear's Growth Spurt*, www.africa.atkearney.com, tanggal 13 Maret 2017, pukul 12.56.

McKinsey & Company.

2016 *The State of Fashion 2017*. London: The Bussines of Fashion.

Steele, V.

2005 *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. Farmington Hills: Thomson Gale.

Team, T.

2016 *The Athleisure Is Here To Stay*, www.forbes.com, tangal 17 maret 2017 pukul 11.37.

Textrend, I.

2018 *Ispo Textile Trends Spring/ Summer 2019*.

Weinswig, Deborah

2016 *Gym Clothes Are Making Their Way Out of the Gym*. Fung Global Retail & Technology.