

PERANCANGAN *SPECIAL OCCASION WEAR* PRIA MENERAPKAN KONSEP *GENDER-FLUID* DENGAN TEKNIK *FABRIC MANIPULATION*

Natasya Cornelia, Olivia Gondoputranto, S.Sn., M.M., Dewa Made Githapradana, S.Tr.Ds., M.Sn.
Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia
ncornelia@student.ciputra.ac.id olivia.gondoputranto@ciputra.ac.id

ABSTRACT

Gender stereotypes are a major part of society and culture related to sexuality, with the stigma against men in feminine clothing still strong. However, the wider cultural shift gives more freedom in life, one of which is contemporary fashion as a form of self-expression that is not bound by gender identity. Contemporary menswear has seen significant changes in recent years, incorporating traditional feminine design elements as forms of style expression. This phenomenon is known as "gender-fluid" fashion, which uses a qualitative methodology based on the Design Thinking model by obtaining data through observation and in-depth interviews with expert resource groups and consumers. The implementation of the design resulted in a collection of gender-fluid special occasion menswear with an avant-garde style to challenge the stereotypes of traditional menswear and masculinity with highly innovative silhouettes and feminine design elements from structural or decorative detailing to colors, fabrics, and fabric manipulation. Collection design, by applying the concept of gender fluidity, is able to answer social problems such as freedom of expression, self-confidence, creativity in dressing, and challenging traditional ideas of gender and fashion without eliminating the relationship between the two but by creating a more multidimensional perception. Gen Z and Millennials are open generations with buying behaviors that are materialistic and instantaneous, in accordance with the targets of an economically sustainable rental and sales business. The design is expressed through a fluid and expressive high-fashion aesthetic.

Keywords: *Gender-Fluid Menswear, Special Occasion Wear, Fabric Manipulation*

ABSTRAK

Stereotip *gender* menjadi bagian utama masyarakat dan budaya yang berkaitan dengan seksualitas, dengan stigma terhadap pria berbusana feminin yang masih kuat. Namun, semakin luasnya pergeseran budaya memberi lebih banyak kebebasan dalam hidup, salah satunya *fashion* kontemporer sebagai bentuk ekspresi diri yang tidak terikat dengan identitas *gender*. *Menswear* kontemporer telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, menggabungkan elemen desain feminin tradisional sebagai bentuk ekspresi gaya. Fenomena ini dimaknai sebagai "*gender-fluid*" *fashion* yang menggunakan metode kualitatif mengambil model *Design Thinking* dengan memperoleh data melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap kelompok narasumber ahli dan konsumen. Hasil implementasi pada perancangan menghasilkan koleksi *gender-fluid special occasion menswear* bergaya *avant-garde* untuk menentang stereotip *menswear* dan maskulinitas tradisional dengan siluet inovatif mulai dari detail struktural atau dekoratif hingga warna, kain, dan *fabric manipulation*. Perancangan koleksi menerapkan konsep tren *gender-fluid* mampu menjawab permasalahan sosial, seperti kebebasan berekspresi, kepercayaan diri, kreativitas dalam berbusana, serta menentang gagasan tradisional *gender* dan *fashion* tanpa menghilangkan hubungan di antara keduanya, tetapi dengan menciptakan persepsi yang lebih multidimensi. *Gen Z* dan *Millennials* sebagai generasi terbuka dan perilaku membeli yang materialistik dan instan sesuai dengan target bisnis *rental and sales* yang *sustainable* secara ekonomi. Perancangan diungkapkan melalui estetika *high fashion* yang fluid dan ekspresif.

Kata Kunci: *Gender-Fluid Menswear, Special Occasion Wear, Fabric Manipulation*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG MASALAH

Stereotip *gender* memiliki keyakinan dan nilai bersama dari suatu kelompok, budaya, atau agama. Pakaian untuk pria dan wanita adalah budaya yang ditentukan masyarakat, termasuk pada pria feminine yang lebih menekan stereotip *gender* daripada wanita (Githapradana, 2022). Namun, norma *gender* telah ditantang oleh gerakan *fashion* baru, *gender-fluid*, yang membuka banyak ruang untuk kreativitas dan ekspresi (H. R. Lee et al., 2020).

Fashion *gender-fluid* adalah bentuk ekspresi diri, menawarkan kesempatan bagi individu untuk menunjukkan bagian dari identitas yang tidak dapat diartikulasikan (Mähönen, 2021). *Gender* dan *fashion* memiliki hubungan yang erat dalam masyarakat, menjadikannya sebuah ide yang kreatif untuk bereksperimen pada busana.

Busana yang akan diwujudkan menerapkan konsep *gender-fluid* untuk pria, oleh karena stigma stereotip berpakaian yang masih represif terhadap pria (Mähönen, 2021). Istilah “*avant-garde*” diartikan sebagai pakaian yang berada di luar *fashion mainstream*, baik artistik, eksperimental, konseptual, maupun intelektual (Samborska, 2017). Konsep *avant-garde* ini akan selalu dilekatkan pada rancangan koleksi *special occasion wear* yang diwujudkan sebagai bentuk ekspresi diri yang kreatif. Oleh karena teknik produksinya yang tinggi, *special occasion wear* ini ditargetkan untuk

pemakaian di acara khusus yang bergengsi, seperti *red carpet* (Lundén, 2021). Pemilihan elemen tekstur seperti *pleats* pada busana akan mengekspresikan *fashion* yang modern dan berstruktur dengan menggabungkan unsur *drapery* dan *fluid*. *Fabric manipulation* yang digunakan dalam perancangan busana ini adalah teknik *burnt* dan *fabric painting* untuk memberikan efek bakar yang lebih estetik, serta pemilihan beberapa unsur warna dan detail pada busana diambil dari tren *WGSN Autumn/Winter 2023/2024* (Bulmer & Cortesi, 2022; Hansen, 2022; Morrison, 2022; Zagor, 2022), sehingga busana ini merupakan busana yang mengikuti perkembangan zaman. Jenis bisnis yang akan dikembangkan adalah *fashion rental and sales* sebagai bentuk *business-to-consumer product sharing* pada tipe busana *high fashion* yang mampu menjangkau konsumen secara langsung (Roche & Walsh, 2021).

Semua bentuk identitas memiliki persamaan dan haknya sendiri untuk berekspresikan terlepas dari apa gender-nya, maupun yang terbilang *gender non-conforming (gnc)* (M. Lee, 2021). Fenomena ini bukan sekadar tren, melainkan gerakan *fashion* yang selalu ada. Perancangan ini bertujuan untuk membawa perspektif baru tentang *fashion* dan *gender* untuk meruntuhkan norma maskulinitas tradisional, menjadi *rebel*, kreatif, berani bebas mengekspresikan diri secara ekstrim, dan untuk memandang *fashion* bukan sebagai *gender* melainkan ekspresi diri yang *fluid* (Akdemir, 2018).

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana merancang *special occasion wear* pria menerapkan konsep *gender-fluid* dengan teknik *fabric manipulation*?

TUJUAN PERANCANGAN

Merancang *special occasion wear* pria menerapkan konsep *gender-fluid* dengan teknik *fabric manipulation*?

BATASAN PERANCANGAN

Berikut merupakan batasan perancangan, yakni:

1. Batasan Keilmuan: Ruang lingkup ilmu seni desain *fashion* dengan pendekatan *gender-fluid special occasion wear* untuk pria.
2. Batasan Material: Menggunakan material kulit sintetis, *organza*, *liquid organza*, dan katun poplin.
3. Batasan Teknologi: Teknik penerapan *fabric manipulation pleats* dan *burnt*, serta penambahan teknik dekoratif *fabric painting* pada bentuk visual bakar sebagai salah satu pengembangan detail.
4. Batasan Pasar :
 - a. Geografis: Batasan wilayah adalah perkotaan besar dan maju di Indonesia seperti Jakarta dan Surabaya yang memiliki tingkat perekonomian tinggi.
 - b. Demografis: Perancangan produk berfokus pada *Gen Z* dan *Millennials* pria atau yang tergolong sebagai *queer* dan *gender non-conforming (gnc)* usia kisaran 20-29 tahun, dengan status sosial yang tergolong atas atau termasuk dalam klasifikasi kelas sosial yang sangat tinggi dengan

pengeluaran di atas Rp6.000.000,00 per bulan (Triwijayati Anna & Pradipta, 2018). Memiliki pekerjaan yang bergerak seperti di bidang industri kreatif, *entertainment*, wirausahawan, dan *fashion enthusiast*.

- c. Psikografis: Perancangan berfokus pada teori *VALS*, mengacu pada *Innovators*, *Experiencers* sebagai kelas konsumen tertinggi dalam teori, menyukai tantangan dan terbuka terhadap ide, berani mengambil resiko, berpenghasilan tinggi, dan banyak sumber daya melimpah. *Inner-directed consumers* merupakan konsumen yang membeli produk untuk memuaskan hasrat batin tanpa terlalu memikirkan perkembangan norma budaya dan sebagai bentuk ekspresi diri (Nugroho et al., 2018).
5. Batasan Waktu: Batasan waktu perancangan adalah 6 bulan dari bulan November 2022 hingga Juni 2023.

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif sehingga menggunakan pendekatan *initial design* busana, yang diambil dari pendapat dan tanggapan perilaku masyarakat dalam bentuk data deskriptif (Patel & Patel, 2019).

Pengumpulan Data Primer

1. Wawancara: Pengumpulan data wawancara terhadap *expert* dan *extreme user* secara langsung dan tidak langsung. Metode diterapkan pada 8 *expert*, yaitu Aldrie Indrayana selaku designer *menswear* dan pemilik *brand* Aldrè,

Hartono Gan selaku perancang *gender-fluid* dan pemilik *brand* Hartono Gan, Vannie Astecat selaku *fashion stylist* selebritas, Angga Mitra selaku *fashion stylist editorial*, Yuliana Huang selaku perancang ahli *fabric manipulation pleats* dan pemilik *brand* Ha.Pe // Yuliana Wu, Alben Ayub Andal selaku perancang ahli *draping* dan pemilik *brand* Alben, Nila Baharuddin selaku *avant-garde fashion designer entrepreneur* dan pemilik *brand* Nila Baharuddin, dan Elizabeth Njo May Fen selaku *ready-to-wear deluxe fashion designer entrepreneur* dan pemilik *brand* Elizabeth Njo May Fen, serta 18 *extreme user* pria dan pria *gender non-conforming (gnc)* usia 20-36 tahun di kota besar Indonesia.

2. Observasi: Pengumpulan data observasi dilakukan di acara *fashion show* Surabaya dan Jakarta untuk mengetahui perkembangan *gender-fluid fashion* dan gaya hidup masyarakat kota. Penelitian juga dilakukan dengan observasi berbentuk *competitive analysis* terhadap beberapa kompetitor *brand* yang relevan dengan perancangan koleksi (fokus *brand*, produk, dan *strategic business unit (SBU)* yang memiliki potensial di pasar atau industrinya) (Huang & Rust, 2021).

Pengumpulan Data Sekunder

1. Studi Literatur: Data dikumpulkan melalui jurnal, artikel, *e-book* yang berkaitan dengan gambaran umum *gender-fluid special occasion wear*, *menswear*, dan *avant-garde fashion*, serta perkembangan dan kesiapan

Indonesia terhadap busana *gender-fluid*. Selain itu, metode penelitian memanfaatkan *website* serta media sosial yang relevan untuk mendukung teori yang ada.

2. Eksplorasi: Penelitian eksploratif dalam penelitian ini digunakan untuk mengekstraksi wilayah data yang lebih luas dalam lingkup konsep penelitian yang lebih besar (A. Muri Yusuf, 2017). Metode ini dilakukan secara bertahap mulai dari eksplorasi awal, lanjutan hingga akhir terhadap desain, detail, dan teknik busana.

TAHAPAN PERANCANGAN

Proses perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* menurut Dam & Siang (2018), yakni;

1. *Emphatize*

Tahap awal berempati dengan kuatnya stereotip *gender* di Indonesia terhadap bagaimana seseorang harus berperilaku berdasarkan *gender* masing-masing, salah satunya stereotip pada cara berpakaian. Pakaian untuk pria dan wanita adalah budaya yang ditentukan masyarakat. Terutama pada pria bergaya feminin yang lebih mendapatkan tekanan stereotip *gender* daripada wanita. Kurangnya elemen desain untuk rekreasi dan berekspresi pada *menswear* menjadi isu utama dari perancangan.

2. *Define*

Tahapan ini mengumpulkan, menganalisis, dan mengidentifikasi permasalahan terhadap masyarakat Indonesia masih sangat memegang teguh norma budaya dan sosial

khususnya terhadap busana feminin pria. Misalnya, kode berbusana *special occasion menswear* yang umumnya hanya terdiri dari *three-piece suit* (*waistcoat, jacket, trousers*) dengan elemen desain yang relatif monoton dan kurang eksperimen. Stereotip maskulinitas busana pria mempersempit pemahaman menswear fashion untuk bebas mengekspresikan diri.

3. *Ideate*

Menghasilkan ide untuk membawa perspektif baru tentang *fashion* dan *gender* untuk meruntuhkan norma maskulinitas *gender* tradisional pada *special occasion menswear* yang monoton dan elemen desain yang terbatas, dengan menerapkan konsep *gender-fluid*, gerakan *fashion* baru yang beberapa tahun terakhir sedang naik. Perancangan mengusung gaya *avant-garde* ke dalam koleksi *special occasion wear* dan menerapkan eksperimen *fabric manipulation*.

4. *Prototype*

Tahapan ini merealisasikan ide sebagai solusi terbaik yang telah diidentifikasi dari ketiga tahap sebelumnya. Proses dilakukan dengan pembuatan *toile* dari salah satu *look* yang terpilih menggunakan material asli berupa kulit sintetis, *liquid organza*, dan *organza* untuk menggabungkan unsur feminin dan maskulin secara menyatu dalam satu tampilan. Menggunakan *high craftsmanship* untuk *special occasion wear* seperti *draping* dan eksperimen pada *fabric manipulation* untuk menghasilkan *look* yang *avant-garde*

dan berani.

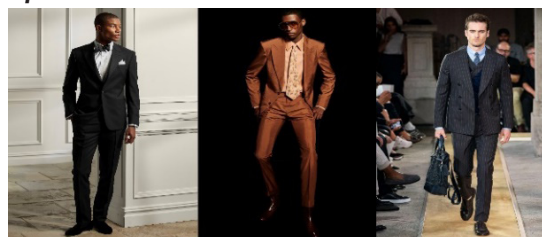
5. *Test*

Tahapan akhir berupa pengujian hasil *prototype* pada pasar, mulai dari *look*, material, struktur, *style* dengan ukuran manekin M yang pas dengan tujuan untuk mendapatkan *feedback* dalam pengembangan produk kedepan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan literatur data terdiri dari teori *gender-fluid menswear*, target pasar, jenis bisnis, gaya busana *avant-garde, fabric manipulation*, implementasi elemen dan prinsip desain, dan tren perancangan. Busana digunakan untuk membangun *gender* dan seksualitas melalui busana seseorang mampu mengidentifikasi secara sekilas gender individu sebagai pria atau wanita (Vänskä, 2019). Busana mencerminkan masyarakat dan norma serta perubahan *fashion* dengan masyarakat (Akdemir, 2018).

Special Occasion Menswear



Gambar 1. Standar *Suit Menswear* Secara Umum
Sumber: (Lauren, 2020; Ford, 2022; Armani, 2020)

Menurut Bowstead (2018), *menswear* selama tahun 2000-an dan hingga saat ini telah berfungsi sebagai ruang dimana maskulinitas dieksplorasi melalui busana '*suit*' sebagai standar busana pria formal

secara universal. *Suit* identik dengan paradoks maskulin, memiliki natur untuk dikenakan oleh pria sebagai bentuk kelas sosial, dan untuk alasan yang berbeda lainnya. Pria yang mengenakan busana *suit* secara stereotip dikaitkan dengan uang, kekuasaan, pekerjaan, dan kesuksesan.

Hubungan antara maskulinitas dan *suit* sangat erat khususnya pada pemakaiannya di acara-acara khusus (Mähönen, 2021), dan secara klasik terdiri dari jaket, *trousers*, dan *waistcoat*, yang dikenal dengan istilah “*three-piece suit*.” Namun, seiring dengan perkembangan dunia *fashion* yang maju, tren tersebut berkembang menjadi *four-piece* hingga *five-piece suit* dengan penambahan *pieces necktie* dan *dress shirt* (Rubinstein, 2019).

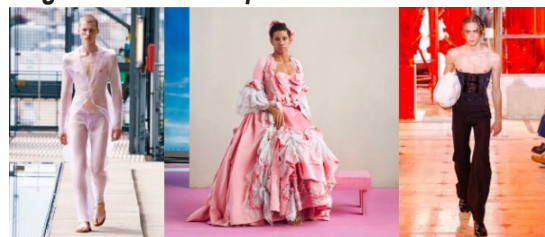


Gambar 2. *Menswear* Kontemporer
Sumber: (Vuitton, 2022; Browne, 2017)

Pengembangan *menswear* pada dasarnya memiliki inovasi, estetika, dan eksperimen bentuk yang cenderung “aman.” Citra *suit* sebelum tahun 2015 dapat diringkas sebagai *classic* dan *nostalgic*, kuat dan maskulin, *delicate* dan *luxurious*, elegan dan romantis, *gorgeous* dan *sexy*, fungsional dan *practical*, unik dan bebas

(H. Lee, 2021). Fenomena *fashion* ini merupakan indikator penting dari perkembangan *personal taste* dan ekspresi busana pria melawan isu *gender* kompleks seperti stereotip berpakaian sebagai pria maskulin. Fenomena *fashion* ini disebut sebagai *Gender-Fluid fashion* (Jatoi, 2018).

Gender-Fluid Menswear: Dekonstruksi Stigma dan Stereotip Gender



Gambar 3. Elemen Desain *Mesh*, *Ruffles*, dan Korset pada *Gender-Fluid Menswear*
Sumber: (Semn, 2019; Green, 2019; Margiela, 2018)

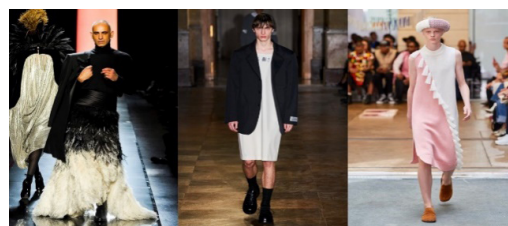
Pemahaman sosial dan budaya tentang *gender* dalam beberapa tahun terakhir mengalami perubahan yang maju secara drastis. Semakin banyaknya terlihat pergeseran budaya yang memberikan individu lebih banyak pilihan dalam aspek kehidupan (H. R. Lee et al., 2020). Gagasan fluiditas pada *gender* telah mendapatkan popularitas di area busana khususnya pada *high fashion*. Fenomena tersebut menghasilkan istilah “*Gender-Fluid Fashion*” dan terlihat jelas pada perubahan *menswear* saat ini (Chapin et al., 2019; Jatoi, 2018). Banyak perancang, rumah mode, dan bisnis *retail* memproduksi *fashion* dengan memudarkan garis *gender*. Perancang seperti Jean Paul Gaultier, Raf Simon, dan JW Anderson menempatkan peragaan busananya dengan menerapkan gaya *gender-fluid* (Jatoi, 2018).

Menentang stereotip *gender* pada dasarnya bukanlah fenomena baru (Bennett, 2019; Vänskä, 2017). *Dress* adalah alat yang mendukung hak-hak wanita untuk mendukung apa pun yang bisa dilakukan pria, seperti celana misalnya memungkinkan untuk bergerak lebih bebas dan mengambil bagian dalam aktivitas yang tidak cocok dengan rok atau gaun. Sebaliknya, fenomena saat ini dapat dilihat sebagai indikator penting dari perkembangan *gender-fluid menswear* sebagai ekspresi diri (Bennett, 2019). *Gender-fluid menswear* adalah sebagai bentuk ekspresi *gender* atau seksualitas seseorang. Kritik dan reaksi keras masyarakat terhadap tren ini seringkali mengaitkan dengan orientasi seksual (Mähönen, 2021). Menurut Savitri & Syarif (2022), *gender-fluid fashion* merupakan bentuk kreativitas, ekspresi diri, estetika visual, minat waktu luang, kenyamanan, dan praktis. Busana pria yang feminin bukanlah penanda *gender*, tetapi preferensi visual yang didukung dengan persepsi *gender* yang percaya diri. *Gender* tidak memiliki hubungan faktual, melainkan hanya budaya (Arida, 2017).



Gambar 4. Rok dalam *Styling Menswear*
Sumber: (Oh, 2019)

Rok dan *dress* yang identik dengan *womenswear* mulai muncul sebagai busana yang menyesuaikan *gender* untuk pria. Peristiwa di Prancis, pengemudi bus pria mengenakan rok lurus panjang untuk memprotes kebijakan “*no shorts*” dan beragumen tentang pembatasan pemakaian rok pada pria (Yang, 2021). Hal ini menunjukkan individu dalam masyarakat yang memberontak terhadap aturan berpakaian menurut stereotip sosial dan *gender*. Busana *tailored* hingga *dress* adalah kemajuan pada *gender-fluid menswear* untuk menentang norma *fashion* tradisional di masyarakat. Menurut (Jatoi (2018), hal ini merupakan ide sebagai bentuk perjuangan imajinatif, pembaruan, dan persona baru



Gambar 5. *Gender-Fluid* pada Koleksi Busana (a) Jean Paul Gaultier Fall 2011 *Couture*; (b) Raf Simons Spring 2022 *Ready-to-Wear*; (c) JW Anderson Spring 2020 *Menswear*
Sumber: (Gaultier, 2011; Simons, 2021; Anderson, 2019)

Elemen desain pada *gender-fluid menswear* dapat dipaparkan sebagai berikut (H. Lee, 2021; Min Jung, 2018):

1. *Item*: Jaket, *coat*, *suit*, *blouse*, *corset*, *shawl*, *cape*, celana, rok, *one-piece dress*.
2. *Silhouette*: Siluet X, Y, H, A, I, *slim fit/boxy*, *distorted lines*.
3. *Material*: *Soft*, *drapery*, *bervolume*, *polishing*, *lace*, *mesh*, sutra, *satin*.
4. *Color*: Warna cerah, hangat, *high chroma* (*subtle tints*, *pastel*).

5. *Pattern*: Floral dan vegetasi (*patchwork upcycle prints*, motif alam), *print* binatang, *print* uang, *doodle*, *artwork*, organik.
6. *Details*: *Ruffle*, *flare*, *pita*, *frill*, *embroidery*.

Avant-Garde Fashion



Gambar 6. (a) Koleksi Guo Pei Fall 2019 *Couture*; (b) Koleksi Comme des Garçons Spring 2018 *Ready-to-Wear*; (c) Koleksi Iris Van Herpen Spring 2019 *Couture*
Sumber: (Pei, 2019; Garçons, 2018; Herpen, 2019)

Istilah “*avant-garde*” adalah militer abad pertengahan Prancis yang diterjemahkan menjadi “*vanguard*” dan mengacu pada garis depan militer (Lau, 2020). *Avant-garde* identik dengan peruntuhan batasan budaya untuk menekankan pada ketidaknormalan dan bentuk eksperimen, membentuk kembali sudut pandang dan cara berbusana sebagai pemikiran progresif dan maju (Lau, 2020).

Perancang *avant-garde* yang berpengaruh besar di industri, antara lain Alexander McQueen, Yohji Yamamoto, Rei Kawakubo, Viktor & Rolf, dan John Galliano. Beberapa perancang kontemporer lainnya seperti Guo Pei dan Rick Owens juga dihormati di antara perancang busana *avant-garde* papan atas, serta perancang asal Belanda, Iris Van Herpen yang menggambarkan kemajuan kreativitas tinggi dalam memadukan *fashion* dengan sains dan teknologi (Lau, 2020).

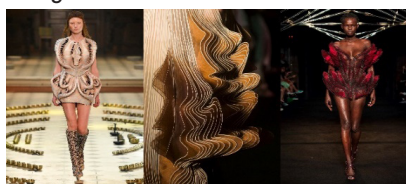
Fabric Manipulation



Gambar 7. Teknik *Fabric Manipulation* pada Beberapa Koleksi Iris Van Herpen
Sumber: (Persson, 2017)

Fabric manipulation menurut El et al. (2019) adalah pendekatan tiga dimensi pakaian dari pola datar untuk memberikan kontras, menciptakan *fullness*, desain *surface*, dan efek tekstur. Fleksibilitas dan kelemasan kain mempengaruhi hasil manipulasi yang dapat mensintesis permukaan menjadi bertekstur, sobek, dan menumpuk secara teratur dan tidak teratur (Kh Ahmed & A Elsayed, 2019). Beberapa teknik *fabric manipulation* menurut El et al. (2019), antara lain:

1. *Pleating*



Gambar 8. *Fabric Manipulation Pleats* pada Koleksi (a) Iris Van Herpen Fall 2016 *Couture*; (b) & (c) Iris Van Herpen Fall 2018 *Couture*
Sumber: (Herpen, 2016; Herpen, 2018)

Pleats merupakan lipatan yang terbentuk pada selembar kain. Prinsip-prinsip penting *pleats* memiliki karakteristik dalam memberikan tekstur sebagai salah satu elemen mendasar desain, alat estetika, dan sarana perancangan untuk menyesuaikan highlight dan efek pada

pakaian. El et al. (2019) membagi teknik *pleating* menjadi beberapa tipe:

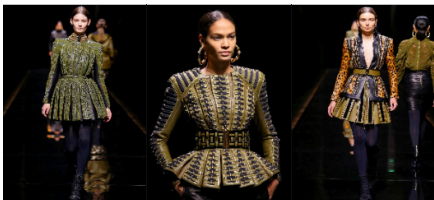
a. *Accordion*



Gambar 9. *Accordion Pleats* pada Koleksi (a) & (b) Balmain Spring 2019 *Couture*; (c) Selam Fessahaye Fall 2020
Sumber: (Balmain, 2019; Fessahaye, 2020)

Pleats accordion adalah bentuk *pleats* sempit dimana busana dapat melebarkan bentuknya saat bergerak. Bentuk *pleats* ini terinspirasi dari “tarian rok” Loie Fuller dan menyerupai bentuk kipas tangan.

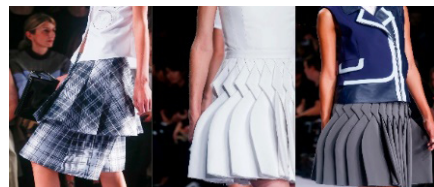
b. *Box*



Gambar 10. *Box Pleats* pada Koleksi Balmain Fall 2014 *Ready-to-Wear*
Sumber: (Balmain, 2014)

Pleats box adalah lipatan pisau yang saling membelakangi dan memiliki kecenderungan untuk keluar dari garis pinggang, memiliki rasio 3:1 yang sama dengan *pleats knife*.

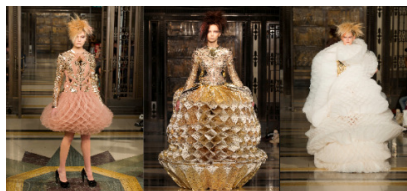
c. *Knife*



Gambar 11. *Knife Pleats* pada Koleksi Viktor & Rolf Spring 2014 *Ready-to-Wear*
Sumber: (Rolf, 2013)

Pleats knife adalah *gathering* dasar dan membentuk garis halus terlepas dari jahitan tempat *pleats* dikumpulkan.

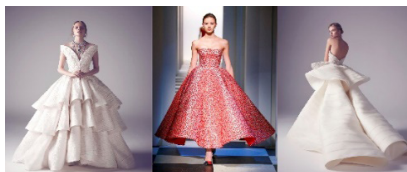
d. *Honeycomb*



Gambar 12. *Honeycomb Pleats* pada Koleksi Inbar Spector Spring 2012
Sumber: (Spector, 2011)

Pleats honeycomb adalah lipatan sempit yang digulir, digunakan sebagai alas untuk *smocking*.

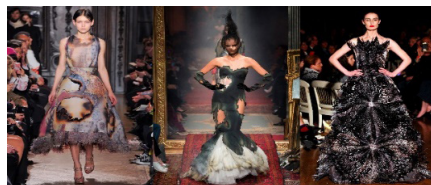
e. *Organ*



Gambar 13. *Organ Pleats* pada Koleksi (a) Ashi Studio Spring 2016; (b) Oscar de la Renta Fall 2017 *Ready-to-Wear*; (c) Ashi Studio F/W 2015/2016
Sumber: (Studio, 2016; Renta, 2017; Studio, 2015)

Pleats organ adalah baris paralel dari lipatan bulat lembut yang menyerupai pipa, dibuat dengan memasukkan satu atau lebih *gore* ke dalam panel kain.

2. *Burnt*

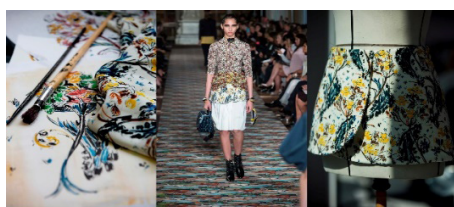


Gambar 14. *Fabric Manipulation Burnt* pada Koleksi (a) Giles Deacon Fall 2012 *Ready-to-Wear*; (b) Moschino Fall 2016 *Ready-to-Wear*; (c) Giles Deacon Spring 2016 *Ready-to-Wear*
Sumber: (Deacon, 2012; Moschino, 2016; Deacon, 2015)

Fabric burnt manipulation adalah teknik *manipulating fabric* atau mengolah permukaan kain, menimbulkan tekstur dan corak yang berwarna hitam kecoklatan. Metode *manipulation* ini menghasilkan tekstur dari pengerutan serat pada bakaran kain yang menciptakan beberapa pola dan bentuk. Setiap material kain memiliki karakteristik yang berbeda-beda terhadap proses pembakaran.

Fabric burnt manipulation menghasilkan bentuk seperti lubang, ripples, lipatan, dan tekstur yang menggelembung. Tampilan hasil teknik ini juga berupa lubang gosong dengan tepian gelap dari lelehan kain yang mengeras, menguraikan bentuk lubang yang dibuat dan memiliki kesan *dark edgy*.

3. *Fabric Painting*



Gambar 15. *Fabric Manipulation Fabric Painting* pada Koleksi Dior Cruise 2017
Sumber: (Dior, 2017)

Fabric painting mengacu pada lukisan apa pun yang dilakukan di atas kain (Devi et al., 2017). Banyak orang menggunakan teknik ini untuk melukis pakaian seperti *t-shirt* dan *jeans*, dan perabot rumah tangga. *Fabric painting* telah ada selama ribuan tahun di Asia, dan teknik berbeda yang bisa digunakan untuk melukis kain. Penggunaan alternatif cat akrilik dengan bantuan media ekstender seperti *waterglass* dapat diaplikasikan. *Waterglass* adalah cairan

bening yang harus dicampur dengan cat akrilik agar melekat pada kain (Devi et al., 2017).

Implementasi Elemen dan Prinsip Desain



Gambar 16. Koleksi Harris Reed Fall 2022 *Ready-to-Wear*
Sumber: (Reed, 2022)

Fashion adalah dunia yang tumbuh pada kreativitas dan penemuan (Fullmer, 2020). Setiap proses kreatif yang dimulai dari merancang busana hingga penciptaan karya seni, memiliki *core idea* yang menjadi landasan dalam desain. Oleh sebab itu, penggunaan elemen dan mematuhi prinsip desain sebagai pendekatan dalam *fashion* akan membentuk fondasi desain yang memiliki nilai (Fullmer, 2020).



Gambar 17. Implementasi Elemen Desain Garis
Sumber: (Cornelia, 2023)

Elemen desain yang diimplementasikan ke dalam perancangan, yaitu (a) warna (*color*) berupa *shade*, *tint*, *warm* dan *cool tone*; (b) garis (*line*) lurus vertikal pada bagian *opening*

dan *trim* untuk menunjukkan ketegasan, detail *topstitch* dan *fabric manipulation sculpted pleats* untuk menunjukkan fluiditas; (c) bentuk (*shape*)/siluet memanfaatkan bentuk dan siluet yang *organic* dan geometris memberikan unsur feminin dan ketegasan; (d) bentuk (*form*) diimplementasikan ke dalam beberapa *look* dengan bentuk *inorganic* dan *organic*; (e) tekstur (*texture*) untuk meningkatkan kualitas desain dan menambah nilai desain.



Gambar 18. Implementasi Prinsip Desain Keseimbangan
Sumber: (Cornelia, 2023)

Sedangkan prinsip desain yang diimplementasikan berupa; (a) keseimbangan (*balance*) yang simetris dan asimetris; (b) proporsi (*proportion*) ukuran, warna, dan kuantitas. Ukuran menerapkan proporsi yang *oversized* dan *gigantic*, warna menerapkan skala *arrangement*, dan kuantitas *fabric manipulation burnt*; (c) ritme (*rhythm*) warna, *fabric manipulation*, dan *fluid*; (d) kesatuan (*harmony*) *shape/form*, warna, dan tekstur; (e) *draping* yang menghasilkan bentuk organik secara simetris maupun asimetris untuk meningkatkan nilai estetika busana.

Tren Fashion



Gambar 19. Koleksi Yohji Yamamoto (a) Spring 2023 *Ready-to-Wear*; (b) Spring 2023 *Menswear*
Sumber: (Yamamoto, 2022)

Tren *fashion* merupakan fenomena yang memperhatikan selera dan gaya. Menurut Chakraborty et al. (2020), tren juga merupakan konvergensi keinginan dan selera, ditandai dengan siklus durasi yang bervariasi dan modifikasi cepat/tidak kekal, dan pembaharuan. Beberapa tren *fashion* yang digunakan, antara lain:

1. Tren *Gender-Fluid*



Gambar 20. Tren *Gender-Fluid Menswear* pada Koleksi (a) Peter Do Spring 2023 *Ready-to-Wear*; (b) Ludovic de Saint Sernin Spring 2023 *Menswear*; (c) Gucci Fall 2022 *Ready-to-Wear*; (d) Harris Reed Spring 2022 *Ready-to-Wear*
 Sumber: (Do, 2022; Semin, 2022; Gucci, 2022; Reed, 2021)

Gender-fluid menswear adalah tren besar yang diambil dengan menerapkan tiga kata kunci; (a) *rebel* berarti mengikuti fenomena tren fashion modern yang dipandang sebagai indikator penting dari perkembangan selera dan ekspresi *menswear*; (b) *feminine* berarti bereksperimen dengan elemen desain feminin yang memperluas elemen *menswear* dalam keragaman; (c) *high fashion* menjunjung teknik *craftsmanship* yang tinggi

sebagai demonstrasi pemikiran, pengalaman, persepsi, dan emosi individu.

2. *Trend Forecasting Autumn/Winter 2023/2024*

Trend forecasting adalah istilah lain dari tren *fashion*, dikembangkan oleh Comité de Coordination des Industries de la Mode (Komite Koordinasi Industri *Fashion*) (Campos & Wolf, 2018). Pemimpin dunia *trend forecast*, WGSN, mendefinisikan tren sebagai apa yang akan terjadi besok. Berdasarkan *trend forecasting Autumn/Winter 2023/2024* WGSN, penerapan tren dalam elemen perancangan dibagi menjadi beberapa bagian:

a. *Color Palette*



Gambar 21. *Color Palette* yang Digunakan dalam Perancangan Berdasarkan WGSN Consumer Tech Colour Forecast 2024
 Sumber: (Cornelia, 2022; WGSN, 2022)

Color palette dengan pemilihan warna klasik dalam perancangan menggabungkan *warm* dan *cool tone* yang seimbang untuk memberikan warna yang berumur panjang, serta memadukan warna gelap dan terang dengan inspirasi klasik yang lebih kaya rona. Penerapan tren WGSN *Consumer Tech Colour Forecast 2024* ke dalam pemilihan warna Pantone adalah *Black*, *Optic White*, *Chalk*, *Nutshell*, *Marine Teal*, dan *Sage Leaf*.

b. *Fabric Material*



Gambar 22. Material yang Digunakan dalam Perancangan: (a) *Organza*; (b) *Poly Silk*; (c) *Liquid Organza*; (d) *Faux Leather*
Sumber: (Ataker, 2017; Versace, 2018; Pei, 2015; Fletcher, 2022)

Pemilihan bahan yang digunakan dalam perancangan adalah *polyester* dan *cotton* sebagai material sintetis yang mengalami pencampuran kimiawi buatan manusia. *Polyester* terbuat dari polimerisasi etilena glikol yang diturunkan dari minyak bumi dan asam tereftalat murni. *Cotton* merupakan material dari serat alami kapas sebagai bentuk paling murni dari selulosa. Serat kain *cotton* mudah terbakar saat nyala api semakin dekat menghasilkan abu halus bubuk, sedangkan serat *polyester* meringkuk dari panas dan cenderung meleleh menghasilkan *beads* keras kecil berwarna krem atau gelap. Material *polyester* dengan struktur desain *non-woven* yang digunakan dalam perancangan adalah *faux leather* dibuat

dengan melapisi lapisan poliuretan (PU) yang diembos pada permukaan kain, memiliki daya rekat yang baik, daya tahan pada suhu rendah, kelembutan, ketahanan terhadap benda cair, dan wash proof (Parks et al., 2021). *Faux leather* terlihat dan terasa seperti kulit asli dan memiliki karakteristik serupa seperti luxury dan maskulinitas (Hansen, 2022).

Pemilihan material dengan struktur desain *plain weave* adalah (a) *Organza* sebagai tenun polos yang ringan, terbuat dari serat sintetis, terutama *polyester*. *Organza* adalah transparan, tipis, *sheer*, kaku, *breathable*, dan mudah berkerut dan robek (Hariraj et al., 2021); (b) *Liquid Organza* adalah campuran sutra dan *organza* berat (Fabcurate, n.d.); (c) Katun Poplin terbuat dari 100% kapas asli, berbahan ringan namun tetap kokoh. Kain ini cocok untuk kemeja, gaun, dan *outerwear* yang ringan (Khan et al., 2017).

c. *Key Item Piece*



Gambar 23. *Key Item Piece* yang Digunakan dalam Perancangan: (a) *Slim Flared Pants*; (b) *Metal Trims and Details*
Sumber: (Valentino, 2022; Versace, 2022)

Slim Flared Trousers menjadi unsur dari perancangan, memiliki gaya *flare* yang dimulai pada bagian sekitar lutut, berpinggang lebih tinggi, dan komplementasi dengan potongan yang lebih *slouchy* (Zagor, 2022). Perancangan busana dilengkapi dengan detail berbahan metal seperti *gold*, *zippers* dan *buttons* memberikan *emphasis* metalik pada kain *faux leather* yang polos (Bulmer & Cortesi, 2022).

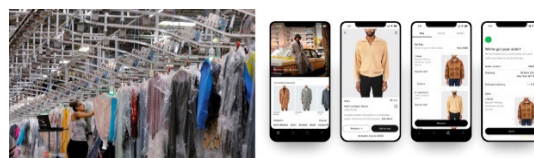
Konsumen dan Peluang Bisnis



Gambar 24. Jaden Smith Menghadiri Louis Vuitton Spring/Summer 2023 di *Paris Fashion Week* Berbusana *Mirrored Crop Top*
Sumber: (Smith, 2022)

Representasi *fashion* dan *gender* memiliki hubungan erat karena keberadaannya telah digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan (Kulaga &

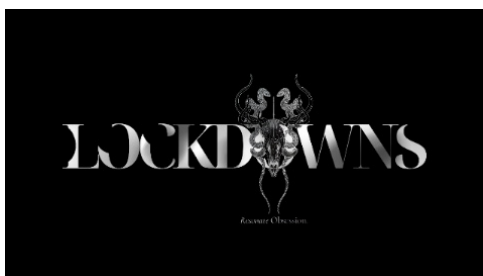
Cedrola, 2022). Menurut Loureiro (2022), generasi konsumen *fashion* yang lebih muda mendorong permintaan sebagai pemain kunci yang menentang norma dan mengubah paradigma saat ini, khususnya *Gen Z* (1997-2012) dan *Millennials* (1981-1996) memiliki keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah, memilih untuk tidak terikat pada *brand* dan menekankan pada sisi emosional *fashion* untuk mengungkapkan perasaan dan terwakili dalam budaya, masyarakat, dan komunitas (M. Lee, 2021). *Gen Z* dan *Millennials* menciptakan bentuk pemasaran yang benar-benar baru. Kemampuan beradaptasi dan keterbukaan pikiran kedua generasi tersebut telah menciptakan generasi yang dibangun di atas kemajuan dan penerimaan, memprioritaskan keanekaragaman seperti *across race*, *gender*, dan orientasi (Deloitte, 2021). Sebagai generasi konsumen *fashion* yang lebih menuntut permintaan, *Gen Z* diperkirakan mampu menghabiskan \$143 miliar untuk berbelanja busana di luar *gender* (Deloitte, 2021), memimpin konsumerisme dengan memilih brand berdasarkan nilai moral yang sesuai (Francis & Hoefel, 2021; Markovic, 2020).



Gambar 25. (a) Bagian Penyortiran Otomatis di "Dream Fulfillment Center" Rent the Runway; (b) Aplikasi Bisnis *Rental Menswear*, Seasons
Sumber: (Rent the Runway, 2020; Seasons, 2021)

Kedua generasi ini membeli busana semata-mata untuk kebutuhan estetika atau ekspresif, bukan untuk fungsi karena tren yang berubah dengan cepat dan bahkan di luar kemampuan finansial atau kebutuhan aktual (McCoy et al., 2021). Bisnis *Rental and Sales* dapat menjadi solusi bagi konsumen *Gen Z* dan *Millennials*, berbasis model bisnis inovatif yang disebut konsumsi akses *business-to-customer*, memberikan fokus konsumen untuk memakai daripada memiliki (Roche & Walsh, 2021). Pendekatan ini juga membantu memperpanjang umur produk, menawarkan produk dengan biaya lebih rendah, aspiratif, memungkinkan lebih banyak interaksi sosial, mengurangi polusi, dan mengurangi produksi secara keseluruhan (McCoy et al., 2021). *Rental and sales* diperkirakan akan menjadi subkultur *fashion* terkemuka pada 2025 Feng et al., 2020).

Brand LOCKDOWNS



Gambar 26. Logo LOCKDOWNS
Sumber: (Cornelia, 2023)

Sejak awal tahun 2020, COVID-19 telah berdampak pada kehidupan, ekonomi, dan bisnis dalam sebuah negara. Program *lockdown* di berbagai negara menjadi hal pokok dalam kehidupan untuk mencegah penularan virus sehingga merubah

perilaku berbusana masyarakat untuk kembali kepada busana *basic* seperti *loungewear* dan *sweatpants*. Tidak hanya pergeseran perilaku konsumen terhadap barang-barang esensial, kreativitas dan ekspresi diri dalam *fashion* mulai tenggelam membatasi ruang untuk menciptakan maupun mengenakan karya seni ekspresif. *Brand LOCKDOWNS* diciptakan untuk menentang keterbatasan dalam ketidaknyamanan dan menjadi sorot perbedaan.

LOCKDOWNS didirikan pada tahun 2021 oleh perancang Natasya Cornelia, identik dengan busana bergaya *avant-garde*, perancangan koleksi yang menerapkan identitas seni ekstrim, terutama pada elemen desain siluet dan bentuk eksperimental. *LOCKDOWNS* membangun identitas yang kuat pada estetika dan konsep yang kontroversi, provokatif, dan *grotesque*. Melihat perkembangan industri *fashion* yang semakin kontemporer, *LOCKDOWNS* berhasil memperluas lini busana wanita menjadi *gender-fluid menswear* sebagai fokus *brand* dengan maksud memperluas inovasi *fashion* nasional.

SOLUSI DESAIN

'*Carte Blanche*' adalah koleksi mengusung tema *gender-fluid menswear* untuk *special occasion* bergaya *avant-garde* menerapkan bisnis *rental and sales* yang menginterpretasikan '*metaphor of fluidity and illusion*'. Berasal dari istilah Bahasa Prancis sebagai kata benda yang berarti '*blank paper*' atau 'kertas kosong', berfilosofi untuk menghasilkan *look* yang *high fashion*

dengan berbusana *rebel*, kreatif, berani untuk mengekspresikan diri seperti pada selembar kertas kosong, dan untuk melihat *fashion* bukan sebagai *gender* tetapi ekspresi diri yang *fluid*.

Pengembangan konsep perancangan dilakukan dengan mengumpulkan profil data konsumen yang ditargetkan, tinjauan desain, dan tren *fashion*. Dengan adanya perubahan dalam latar belakang sosial budaya, *gender-fluid menswear* merupakan respons terhadap isu subversi *gender* sebagai demonstrasi sosial dan perkembangan selera pria dalam *menswear* kontemporer, mengungkapkan bagaimana ekspresi maskulinitas telah berkembang (Min Jung, 2018). Fenomena menghasilkan penyelesaian masalah kreatif (Fullmer, 2020) dalam proses penelitian dengan menggunakan metode perancangan *Design Thinking* berbasis *user experience* yang menganalisis karakteristik desain pada perancangan.

Moodboard



Gambar 27. Moodboard Perancangan Koleksi 'Carte Blanche'
Sumber: (Cornelia, 2023)

Peleburan elemen desain maskulin dan feminin diterapkan ke koleksi dari struktur potongan bahu busana *tailored* yang tegas, *shape* dan *form* yang *organic*, *geometris*, *sculpture*, dan *fluid*

terinspirasi dari *paper sculpture* "Tot in de Vezel" dan *burnt*, desain *draping* dan *cutting* yang *fluid*, serta material *faux leather* berkesan maskulin dan *liquid organza* yang anggun. Kombinasi *color palette* netral seperti warna *black* memberikan *tone* yang *rich*, mewah, maskulin, dan dasar pengelompokan warna, *optic white* menyajikan warna netral dan kemurnian yang *feminine*, *warm tone* seperti *beige* dan *nutshell* menambahkan kehangatan, dan *cool tone* kebiruan seperti *marine teal* dan *sage leaf* yang membawa unsur kedalaman, misteri, dan *allure*. Semua aspek desain dalam perancangan dikombinasikan secara pas dan seimbang.

Desain dan Ilustrasi



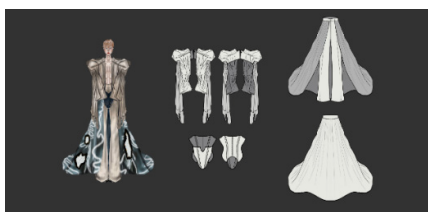
Gambar 28. Lineup Desain dan Ilustrasi
Sumber: (Cornelia, 2023)

Finalisasi koleksi bertajuk 'Carte Blanche' terdiri dari 5 *look* sebagai hasil solusi desain yang mengaplikasikan unsur fluiditas seimbang antara elemen maskulin dan feminin busana. Unsur dekorasi *fabric manipulation burnt*, *fabric painting*, dan *pleats* diaplikasikan ke dalam koleksi yang terdiri dari *pieces top* dengan dasar *tailoring* dan *bottom* dengan dasar *wide leg pants*, rok bersiuluet *dome*, *shorts*, *train*, dan *one-piece trench coat*. Warna dasar yang diaplikasikan ke dalam koleksi adalah

black yang mencerminkan kemewahan dengan warna pendukung lainnya seperti *optic white*, *sage leaf*, *marine teal*, *chalk* dan *nutshell*.

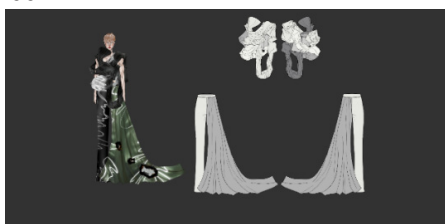
Technical Drawing

1. Look 1



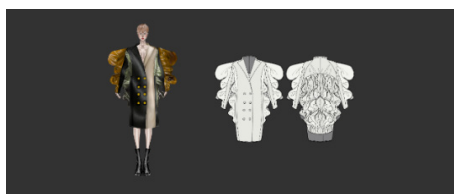
Gambar 29. Technical Drawing – Look 1
Sumber: (Cornelia, 2023)

2. Look 2



Gambar 30. Technical Drawing – Look 2
Sumber: (Cornelia, 2023)

3. Look 3



Gambar 31. Technical Drawing – Look 3
Sumber: (Cornelia, 2023)

4. Look 4



Gambar 32. Technical Drawing – Look 4
Sumber: (Cornelia, 2023)

5. Look 5



Gambar 33. Technical Drawing – Look 5
Sumber: (Cornelia, 2023)

Lookbook

1. Look 1



Gambar 34. Lookbook – Look 1
Sumber: (Cornelia, 2023)

Look 1 bernama 'Horn'D' terdiri dari *open chest leather draped blazer* warna *chalk*, bahu berbentuk kerucut pada *piece detail slit liquid organza*, dengan *train marine teal* di bagian belakang beserta *long slim flared pants*. Emosi dan ekspresi masyarakat yang mengalir diwujudkan dalam detail *organza pleats organik optic white*, *sculpted fabric manipulation* pada bagian *train* dan korset *faux leather* berbentuk "V" hitam, dengan detail *structured boning*.

2. Look 2



Gambar 35. Lookbook – Look 2
Sumber: (Cornelia, 2023)

Look 2 bernama 'Hang-Tail' terdiri dari *asymmetrical draped sleeveless black leather* dan *optic white liquid organza top*, dengan *train* warna *sage leaf* di bagian belakang beserta *long slim flared pants*. Emosi dan ekspresi masyarakat yang mengalir diwujudkan dalam detail *organza pleats organik optic white* dan *sculpted fabric manipulation* pada bagian *train*.

3. Look 3



Gambar 36. Lookbook – Look 3
Sumber: (Cornelia, 2023)

Look 3 bernama 'Tway-Blade' terdiri dari *double-breasted trench coat*, warna asimetris hitam dan *chalk*. Emosi dan ekspresi masyarakat yang mengalir diwujudkan dalam bentuk detail *pleats organza* dan *leather fluid* warna *sage leaf* dan *black* yang diberi *piping*.

4. Look 4



Gambar 37. Lookbook – Look 4
Sumber: (Cornelia, 2023)

Look 4 bernama '*Longing*' terdiri dari *asymmetrical black leather turtleneck* dengan rok bersiluet *dome* yang terdapat detail potongan *paneling* pada bagian depan dan belakang. Emosi dan ekspresi masyarakat yang mengalir diwujudkan dalam *liquid organza* warna *optic white* dan *sage leaf* berupa detail *organic sculpted fluid drapery*.

5. *Look 5*



Gambar 38. *Lookbook – Look 5*
Sumber: (Cornelia, 2023)

Look 5 bernama '*Double-Shafters*' terdiri dari *single-breasted black leather blazer*, *squared geometrical shoulders* beserta *low rise shorts*.

Emosi dan ekspresi masyarakat yang mengalir diwujudkan dalam *organic sculpted pleated fluid* pada bahan *liquid organza* warna *nutshell* dan *sage leaf*.

KESIMPULAN

Penelitian berfokus pada dikotomi yang jelas antara *menswear* dan *womenswear*, yang begitu jelas dan paten oleh stereotip *gender* pada masyarakat yang masih kental untuk mengaitkan pria, *menswear*, dan maskulinitas. *Fashion* dunia yang semakin kontemporer berhasil menciptakan sebuah gerakan dan fenomena untuk menentang stereotip tersebut. Sebuah gaya yang disebut '*gender-fluid menswear*' terbentuk untuk merangkul elemen desain maskulinitas dan feminitas dalam busana secara bersamaan. Bertujuan untuk memperoleh kebebasan berekspresi, kebebasan untuk menjadi berbeda, kebebasan untuk bereksperimen, dan kebebasan menjadi diri sendiri melalui *fashion*.

Hasil perancangan menghasilkan busana *special occasion wear* pria menerapkan konsep *gender-fluid* dengan teknik *fabric manipulation* pada brand *LOCKDOWNS*. Unsur maskulinitas yang diterapkan berupa penggunaan *piece* berstruktur seperti *tailored*, *gown* untuk unsur feminin, dan *organic sculptural* untuk menginterpretasikan fluiditas.

Kebutuhan pasar *Gen Z* dan *Millennials* dengan permintaan yang semakin meningkat terhadap *gender-fluid menswear* menjadi gagasan yang berulang dalam penggalan data wawancara pada *expert* dan *extreme user*. Konsep yang ditawarkan berhasil menjadi peluang terhadap isu sosial target pasar brand *LOCKDOWNS* yang bergerak dalam jenis bisnis *rental* dan *sales*.

Hasil penelitian berkontribusi pada bidang kajian *fashion* untuk menganalisis perubahan performativitas stereotip berbusana pria melalui rekonstruksi *menswear* tradisional dengan metode perancangan *Design Thinking*. Hasil yang sesuai serta paralel dengan manifestasinya berdampak positif bagi masyarakat yang dituju. Batasan dalam perancangan terdapat pada penggalan data pasar, analisis konsep estetika, dan target pasar *gender-fluid* bergaya *avant-garde*. Keterbatasan hasil penelitian dan pasar bisnis yang cenderung *segmented* membuka peluang *brand* LOCKDOWNS untuk menjangkau target pasar yang lebih menyeluruh.

SARAN

Pengembangan perancangan desain *brand* LOCKDOWNS mengikuti tren dan peluang terkait sosial budaya lain yang berfokus pada kebebasan ekspresi, kreativitas, dan kepercayaan diri. Pengembangan berupa eksperimen yang lebih mengeksplorasi jenis material kain baru untuk dipadukan dengan material tidak terduga, dan mendorong batasan teknologi.

Perancangan cenderung berfokus pada estetika visual sehingga tidak memperhatikan cukup banyaknya limbah produksi yang dihasilkan. *Brand* LOCKDOWNS akan mengembangkan jenis bisnis *digital fashion* yang berbasis *CGI* serta *3D creation*. Pengembangan jenis bisnis *digital fashion* tidak hanya bertujuan untuk mengurangi produksi garmen, melainkan untuk mempermudah produksi busana *avant-garde*

yang lebih ekstrim dan unik.

Peneliti dan akademik selanjutnya dapat mengembangkan penelitian terhadap sikap subjek yang lebih variatif atau oposisi. Metode penelitian ini dapat memetakan perbedaan sikap antara jenis kelamin, usia, dan kota-kota besar di Indonesia dan memberikan lebih banyak wawasan tentang potensi nilai komersial *fashion gender-fluid* saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (1st ed.).
- Bennett, P. (2019). *Menswear in the Millennium: Bending the Gender Binary*. In *Fashion, Agency, and Empowerment* (pp. 63–80). Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.5040/9781350058293.ch-004>
- Bowstead, J. M. (2018). *Menswear Revolution*. Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.5040/9781474289030>
- Fullmer, D. (2020). *Elements and Principles of Design*. In *Studio Companion Series Design Basics* (pp. 13–61). Bloomsbury Publishing Inc. <https://doi.org/10.5040/9781501371707.ch-001>
- Rubinstein, R. P. (2019). *Dress Codes*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429495281>
- Vänskä, A. (2017). *Gender and Sexuality*. In *A Cultural History of Dress and Fashion in the Modern Age* (pp. 107–130).

Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.5040/9781474206402.ch-005>

Jurnal

- Akdemir, N. (2018). Deconstruction of Gender Stereotypes Through Fashion. *European Journal of Social Science Education and Research*, 5(2), 185. <https://doi.org/10.26417/ejser.v5i2.p185-190>
- Arida, N. (2017). It's All A Blur: Exploring Gender Expressiv Fashion.
- Chakraborty, S., Hoque, S. M. A., & Kabir, S. M. F. (2020). Predicting fashion trend using runway images: application of logistic regression in trend forecasting. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 13(3), 376–386. <https://doi.org/10.1080/17543266.2020.1829096>
- Chapin, C., Green, D. N., & Neuberg, S. (2019). Exhibiting Gender: Exploring the Dynamic Relationships between Fashion, Gender, and Mannequins in Museum Display. *Dress*, 45(1), 75–88. <https://doi.org/10.1080/03612112.2018.1551282>
- Deloitte. (2021). Welcome to Generation Z. 15.
- Devi, S., Punia, P., Pruthi, N., & Sisodia, N. (2017). Transformation of Kantha traditional embroidery: As fabric painting. *Indian Journal of Traditional Knowledge*, 16(4), 720–725.
- Feng, Y., Tan, Y. (Ricky), Duan, Y., & Bai, Y. (2020). Strategies analysis of luxury fashion rental platform in sharing economy. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 142, 102065. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102065>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2021). McKinsey & Company - 'True Gen': Generation Z and its implications for companies.
- Githapradana, D. M. W. (2022). Aesthetics and Symbolic Meaning of Androgynous and CO-ED Style Trends in Men's Fashion. *Humaniora*, 13(1), 23–32. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v13i1.7378>
- Hariraj, G., Kadhar, K. M. A., Geetanjali, K., & v. Naik, S. (2021). Characterization of Newly Developed Crease Resistant and High Drape Soft Silk Fabrics and Confirmation of Chemical Changes using Raman Spectroscopy. *Research Biotica*, 3(1), 63. <https://doi.org/10.54083/resbio/3.1.2021.63-68>
- Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30–50. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- Khan, Prof. Dr. E. A. N., Abir, N., Rakib, M. A. N., Bhuiyan, E. M. S., & Howlader, Md. R. (2017). A Review Paper on Textile Fiber Identification. *IOSR Journal of Polymer and Textile Engineering*, 04(02), 14–20. <https://doi.org/10.9790/019x-04021420>
- Lau, C. K. (2020). Taste and Transgression:

- Gender and Sexuality in the Contemporary Avant-Garde Fashion of Bernhard Willhelm. *Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture*, 24(1). <https://doi.org/10.1080/1362704X.2018.1466956>
- Lee, H. (2021). New Expressions of Masculinity Demonstrated through Design Characteristics of Contemporary Men's Suit Collections 현대 남성 수트 컬렉션의 조형적 특징과 새로운 남성성의 표현.
- Lee, H. R., Kim, J., & Ha, J. (2020). 'Neo-Crosssexual' fashion in contemporary men's suits. *Fashion and Textiles*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-019-0192-2>
- Lee, M. (2021). The Intensification of Popularity Surrounding Gender Fluidity within Fashion and How This Demand Has Been Ameliorated by Generation Z ARTD 3066.
- Loureiro, E. (2022). Has Genderless Become a Fashion Design Label? *Convergences - Journal of Research and Arts Education*, 15(30), 99–109. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.30.146>
- McCoy, L., Wang, Y. T., & Chi, T. (2021). Why is collaborative apparel consumption gaining popularity? An empirical study of us gen z consumers. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15). <https://doi.org/10.3390/su13158360>
- Min Jung, I. (2018). 미니즘 테마 패션 컬렉션에 표현된 젠더 플루이드 이미지 Gender-fluid images expressed in the contemporary fashion collections with the theme of feminism. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 20(3). <https://doi.org/10.30751/kfcda.2018.20.3.63>
- Patel, M., & Patel, N. (2019). Exploring Research Methodology: Review Article. *International Journal of Research and Review* Keywords: Research, Methodology, Research Methodology, 6. www.ijrrjournal.com
- Samborska, M. (2017). Fashion as the other of art. The position of clothing design in the avant-garde art and in the contemporary era. In *Art Inquiry* (Vol. 19, Issue 1, pp. 141–151). Lodzkie Towarzystwo Naukowe. <https://doi.org/10.26485/AI/2017/19/12>
- Vänskä, A. (2019). 'I am Lenni': Boys, sexualisation, and the dangerous colour pink. *Sexualities*, 22(3), 296–309. <https://doi.org/10.1177/1363460717736720>
- Yang, H.-J. (2021). An Image Evaluation According to the Constituent Elements of Skirt Designs in Modern Men's Fashion: Focusing on Gwangju City's Generation Z Male and Female College Students. *Fashion & Textile Research Journal*, 23(2), 159–173. <https://doi.org/10.5805/SFTI.2021.23.2.159>

Laporan

Bulmer, V., & Cortesi, E. (2022). *Trims & Details*

- Sourcing Guide A/W 23/24 Invest in recycled materials and sustainable innovations with a focus on durable, functional, fun and timeless design.
- Campos, -Amanda Queiroz, & Wolf, -Brigitte. (2018). The Concept of Fashion Trend: meaning, history, connotation (Vol. 11). <http://lattes.cnpq.br/9221231968758113>
- Gondo, O., Implementasi, P., Desain, E., Diterapkan, Y., Perancangan, P., Tas Belanja, D., & Putranto, O. G. (2018). Implementasi Elemen Desain Yang Diterapkan Pada Perancangan Desain Tas Belanja Fashion Pakai Ulang Super Indo. In *Serat Rupa Journal of Design* (Vol. 2, Issue 2).
- Hansen, H. (2022). Key Items Fashion: Men's Jackets & Outerwear A/W 23/24 Key directional outerwear builds on past-season hits while injecting newness across the entire range Noah Z agor 06.15.22 · 4 minutes.
- Jatoi, I. F. (2018). Contemporary Approaches To Gender-Fluidity In Fashion And Clothing.
- Kh Ahmed, O., & A Elsayed, N. A. (2019). Part of the Art and Design Commons Recommended Citation Recommended Citation Ahmed. In *International Design Journal* (Vol. 9).
- Kulaga, B., & Cedrola, E. (2022). Gender Stereotype and Influencers' Role in Genderless Fashion.
- Markovic, M. (2020). McKinsey & Company - Meet Generation Z: Shaping the future of shopping.
- Morrison, R. (2022). WGSN – Consumer Tech Colour Forecast 2024. <https://www.wgsn.com/tech/p/article/93817?lang=en>
- Nugroho, J., Sidik, A., Goenawan, F., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2018). Analisis Value, Attitude dan Lifestyle Konsumen Zara Pakuwon Mall Surabaya.
- Parks, H., Yu, U.-J., & Walsh Meara. (2021). Case Study of Durability, Abrasion Resistance, and Colorfastness to Crocking and Frosting on Faux Leather Fabrics.
- Roche, C., & Walsh, S. (2021). An Investigation into the levels of engagement of Gen Z in the Collaborative Clothing Consumption Industry.
- Savitri, K. P. G.-F. B. P. M. U. E., & Syarif, A. (2022). The Concept Of Gender-Fluid Clothing Based On The Views Of Urban Society. In Sangayu Ketut Laksemi Nilotama *Jurnal Seni & Reka Rancang* (Vol. 4, Issue 2).
- Zagor, N. (2022). Key Items Fashion: Men's Trousers A/W 23/24.

Unduhan

Fabcurate. (n.d.). Liquid Organza. Fabcutate. Retrieved December 18, 2022, from <https://fabcurate.com/collections/organza-silk>