

Perancangan Busana Muslim *Ready-to-Wear* untuk Perempuan *Plus Size* dalam Studi Kasus *Brand Valisha*

Designing Ready-to-wear Fashion Muslim for Plus Size Women in The Case Study of Valisha Brand

Isti Aulia Waskitasari Iskandar¹, Faradillah Nursari²

¹Mahasiswa Program Studi Kriya Tekstil Dan Mode, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

²Staf Pengajar Program Studi Kriya Tekstil Dan Mode, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

¹[e.mail: wistiaulia@gmail.com](mailto:wistiaulia@gmail.com), ²[e.mail: faradillahnursari@gmail.com](mailto:faradillahnursari@gmail.com)

ABSTRAK

Bermula dari besarnya masalah peningkatan jumlah perempuan plus size di Indonesia. Disamping masalah tersebut terdapat masalah lainya bagi perempuan plus size yaitu masalah fashion. Indonesia memiliki penduduk mayoritas beragama islam sebab itu banyak masyarakatnya bergaya busana yang mengikuti aturan agama islam. Pada akhirnya banyak perempuan plus size mengalami kesulitan mencari busana muslim yang sesuai dengan ukuran tubuhnya dan nyaman dikarenakan masih sedikitnya fashion brand yang mawadahi kebutuhan fashion busana muslim untuk perempuan plus size. Permasalahan tersebut menjadi peluang bisnis yang sangat besar. Salah satu fashion brand yang merespon peluang bisnis tersebut adalah brand Valisha. Produk yang dihasilkan adalah busana muslim ready-to-wear untuk perempuan plus size dengan menggunakan ciri khas brand Valisha yaitu casual style, unsur garis dan warna romantic. Agar dapat membuat busana muslim ready-to-wear yang nyaman untuk perempuan plus size dan sesuai dengan ciri khas brand Valisha, busana dibuat dengan cara merancang potongan pola, menegaskan garis detail pada rancangan pola menggunakan potongan kain serta membuat motif garis vertikal dan garis organik menggunakan teknik digital printing.

Kata kunci: Busana muslim, ready to wear, perempuan plus size, Valisha

ABSTRACT

Started from the big problem of increasing number of plus size women in Indonesia. Besides the problem of increasing number of plus size women, there is another problem of plus size women concerning fashion. Indonesia has a Muslim majority population, thus, there are a lot of people adapting the rules of Islam on their fashion. In the end, many plus size women have trouble finding a Muslim clothing that suits the size of their body and comfortable to wear because of lack of fashion brand that accommodate the needs of Muslim fashion for plus size women. The problem became a huge business opportunity. One of the fashion brands that responded to these business opportunities is Valisha brand. The final products were ready-to-wear Muslim clothing for plus size women by establishing Valisha brand's characteristics, namely, casual style, line pattern and romantic color. In order to create ready-to-wear Muslim fashion comfortable to wear for plus size women and to match the trademark of Valisha brand, the clothes were created by designing the pattern cuts, confirming the detail line on the design patterns using fabric pieces and making vertical line motifs altogether with the organic lines using digital printing techniques .

Keywords: Muslim fashion, ready to wear, plus size women, Valisha brand

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Besarnya masalah jumlah peningkatan perempuan *plus size* di Indonesia semakin nyata baik di kota besar maupun di kota kecil. Masalah tersebut telah diakui sebagai masalah kesehatan global oleh Badan Kesehatan Dunia yaitu World Health Organization (WHO), dikarenakan pada era sekarang adanya

kemudahan dan praktis dalam mendapatkan makanan baik dari segi proses pembuatan maupun proses mendapatkannya (Yekti,2010). Jumlah perempuan *plus size* lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki *plus size*. Dibuktikan dengan adanya riset dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 bahwa prevalensi nasional obesitas orang dewasa (usia di atas 18 tahun) di Indonesia pada perempuan 32,9 % dan pada laki-laki 19,7 %. Faktor yang menyebabkan perempuan *plus size* lebih banyak dibandingkan

dengan laki-laki *plus size*, antara lain metabolisme perempuan lebih lambat dari pada pria.

Disamping masalah peningkatan jumlah perempuan *plus size* terdapat masalah lainnya bagi perempuan *plus size* yaitu perempuan *plus size* mengalami keterbatasan dirinya untuk mengeksplorasi diri dan potensinya. Pendiri komunitas Xtra-L dan Miss Big Indonesia, Ririe Bogar mengatakan, *fashion* menjadi masalah nomor satu bagi perempuan *plus size* karena *fashion* memiliki fungsi sebagai ekspresi individualistik, aspek komunikatif, menciptakan citra diri dan sebagai bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup. Saat ini dunia *fashion* di Indonesia menggambarkan gaya hidup masyarakat yang *modern*, mengikuti tren dan *fashionable*. Pada kenyataannya, Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam sebab itu banyak masyarakatnya bergaya busana yang mengikuti aturan agama islam. Menurut Sapta Nirwandar sebagai mantan wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengatakan bahwa Indonesia memiliki potensi sebagai salah satu pusat mode dunia, khususnya untuk busana muslim. Pada akhirnya banyak perempuan *plus size* mengalami kesulitan mencari busana muslim yang sesuai dengan ukuran tubuhnya dan nyaman dikarenakan masih sedikitnya *fashion brand* yang mawadahi kebutuhan *fashion* busana muslim untuk perempuan *plus size*.

Sedikitnya *fashion brand* yang mawadahi kebutuhan *fashion* busana muslim untuk perempuan *plus size* menjadi peluang bisnis yang sangat besar. Salah satu *fashion brand* yang merespon peluang bisnis tersebut adalah *brand* Valisha. Valisha didirikan oleh Irma Nursubciana. Valisha memproduksi busana muslim yang terinspirasi dari *casual style* yaitu busana yang nyaman digunakan sehari-hari serta beberapa desain busana Valisha terdapat sedikit sentuhan unsur garis dan warna *romantic*. Pada beberapa bulan terakhir Valisha mengalami kenaikan penjualan pada size XL dan size XXL serta banyak *customer* yang menanyakan size diatas XXL. Sebab itu Valisha ingin membuat busana muslim untuk perempuan *plus size* tetapi tetap menggunakan ciri khas *brand* yaitu *casual style*, unsur garis dan warna *romantic*.

Dari permaparan diatas perancangan kali ini membantu brand Valisha dalam merancang busana muslim *ready-to-wear* untuk perempuan *plus size* tetapi tetap menggunakan ciri khas *brand* yaitu *casual style*, unsur garis dan warna *romantic*. Agar dapat membuat busana muslim *ready-to-wear* yang nyaman untuk perempuan *plus size* dan sesuai dengan ciri khas brand Valisha dengan cara merancang potongan pola, menegaskan garis detail pada rancangan pola menggunakan potongan kain

serta membuat motif garis vertikal dan garis organis menggunakan teknik digital printing.

1.2 Tujuan

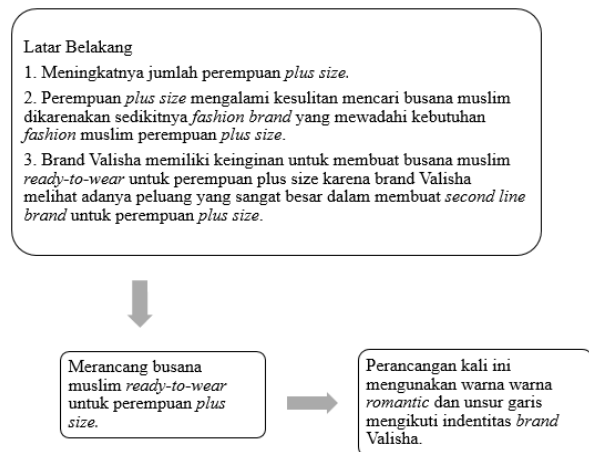
Tujuan dari penelitian adalah membantu *brand* Valisha dalam merancang busana muslim *ready-to-wear* yang dapat memudahkan perempuan *plus size* dalam mencari busana muslim sesuai dengan ukuran tubuhnya dan nyaman serta untuk memaparkan dan mengetahui proses perancangan busana muslim untuk perempuan *plus size* baik dari segi pola dan desain busana.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang muncul adalah bagaimana cara penerapan ciri khas *brand* Valisha pada busana muslim *ready-to-wear* untuk perempuan *plus size* dan bagaimana cara merancang potongan pola pada busana muslim *ready-to-wear* untuk perempuan *plus size* yang dengan menggunakan ciri khas *brand* Valisha ?

1.4 Kerangka Pemikiran

Bagan 1. Bagan Kerangka Pemikiran
Sumber: Dokumen Pribadi



1. STUDI PUSTAKA

2.1 Fenomena Perempuan *plus size*

Obesitas adalah suatu keadaan dimana terjadi penimbunan lemak yang berlebihan di jaringan lemak tubuh dan dapat mengakibatkan terjadinya beberapa penyakit. Atau dapat juga dikatakan suatu keadaan dimana terdapat jaringan adipose yang abnormal dalam tubuh.

Menurut beberapa penelitian yang telah dilakukan, perempuan memiliki risiko yang lebih tinggi

menderita obesitas dibandingkan dengan pria. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 prevalensi nasional obesitas orang dewasa (usia di atas 18 tahun) di Indonesia pada perempuan 32,9 % dan pada laki-laki 19,7 %. Diperkuat dengan hasil riset Badan Kesehatan Dunia (WHO) pada tahun 2015 bahwa populasi orang dewasa (usia di atas 18 tahun) di Indonesia yang kelebihan berat badan mencapai 13 % untuk pria dan 38 % untuk perempuan.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan lebih banyak perempuan yang terkena obesitas, antara lain :

1. Metabolisme perempuan lebih lambat dari pada pria. *Basal metabolic rate* (tingkat metabolisme pada kondisi istirahat) pria 10 persen lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Karena itu, perempuan cenderung lebih banyak mengubah makanan menjadi lemak, sedangkan pria lebih banyak mengubah makanan menjadi otot dan cadangan energi siap pakai.
2. Perempuan memiliki lebih sedikit otot dibandingkan pria. Otot membakar lebih banyak lemak daripada sel-sel lain. Oleh karena perempuan lebih sedikit memiliki otot, maka perempuan memperoleh kesempatan yang lebih kecil untuk membakar lemak.

2.2 Ready-to-wear

Pret-a-porter (bahasa perancis dari “siap pakai”) atau *ready-to-wear* dalam bahasa Inggris, dimana busana *ready-to-wear* adalah sektor pasar yang berkualitas tinggi dalam berbagai hal seperti hal kain, proses memotong hingga selesai. Walaupun *ready-to-wear* tidak termasuk kedalam busana yang dibuat khusus tetapi banyak koleksi *ready-to-wear* yang dibuat secara eksklusif, terbatas dan memiliki harga yang cukup tinggi. Busana tersebut mudah dan cepat dalam berbagai hal seperti mudah didapatkan, mudah dalam proses pembuatan, dan tidak memakan waktu kerja yang lama.

Koleksi busana *ready-to-wear* lebih murah dibandingkan busana *haute couture*. Busana *ready-to-wear* diproduksi dalam jumlah besar dan menggunakan ukuran busana yang standar pada masyarakat. Dikarenakan busana *ready-to-wear* diproduksi dalam jumlah besar maka biaya *fashion Show*, desain iklan, kain, dan proses jahit dapat mengurangi efektivitas biaya dalam produksi. Terdapat beberapa desainer yang sukses secara komersial seperti Calvin Klein, Donna Karan, dan Prada. Mereka dapat memproduksi dalam jumlah yang setara dengan retail high-street.

2.3 Perkembangan ready-to-wear

Perubahan kecil dalam dunia fashion mengenai *ready-to-wear*. Di masa lalu semua busana dibuat dengan cara secara khusus atau sesuai dengan pesanan tetapi pada abad 19 munculnya mesin jahit dengan sistem pabrik yang diizinkan untuk memproduksi busana secara massal. Pada abad itu busana laki-laki adalah yang pertama diproduksi secara massal dengan berbagai ukuran berbeda. Bentuk busana ini disebut *ready-to-wear*. Pada akhir abad 19 laki-laki dapat ke toko untuk membeli celana, kaos dan jaket tetapi untuk perempuan untuk mendapatkan busana masih menggunakan proses *custom made*. Sedangkan pada tahun-tahun pertama abad ke-20 busana *ready-to-wear* tersedia untuk perempuan juga.

Busana *ready-to-wear* pertama kali tersedia secara luas untuk perempuan adalah busana kaos, blus dipadukan dengan rok yang mengembang dan *flowy*. Awalnya seorang desainer Paris membuat dan menjual busana yang indah untuk perempuan tetapi setelah dari itu tidak terlalu lama sebuah pabrik di Massachusetts membuat busana dengan desain yang cukup mirip sesuai desain busana yang dikeluarkan oleh desainer Paris tersebut, kemudian dijual dengan harga yang lebih murah dan dapat dibeli di toko lokal. Meski kebanyakan busana pada awal abad 20 hingga saat ini gaun yang lebih mewah masih dijahit oleh penjahit rumah mode dengan keterampilan khusus tetapi busana *ready-to-wear* menjadi industri penting pada tahun 1910-an hingga saat ini.

2.4 Busana Muslim

Busana muslim adalah busana yang mengikuti aturan norma agama Islam. Dalam ajaran Islam, busana bukan semata-mata masalah budaya dan mode. Islam menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun perempuan. Khusus untuk perempuan, memiliki busana khusus yang menunjukkan identitasnya sebagai seorang muslimah serta dapat dijadikan sebagai simbol kehormatan, kesederhaan dan dapat melindungi dari berbagai bahaya yang mungkin mengancam dirinya. Bila busana adat umumnya bersifat lokal, maka busana muslim bersifat universal. Dalam arti dapat dipakai oleh perempuan muslim di manapun ia berada.

Islam menentukan aturan dan ketentuan berbusana untuk laki-laki maupun perempuan. Berikut adalah pemaparan aturan dan ketentuan dalam berbusana sesuai dengan ayat-ayat dalam Al-Qur'an :

Allah SWT. Telah menjelaskan syarat-syarat yang wajib dipenuhi bagi perempuan Islam dalam firman-Nya yang artinya :

“Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuan-mu, dan isteri orang mu”min : “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha penyayang”. (Q.s. Al-ahzaab 33:59)

Kemudian berikut adalah aturan menutup kepala bagi perempuan muslim, telah Allah jelaskan dengan firman-Nya yang artinya : “Hendaklah mereka menahan pandangan mereka, dan memelihara kemaluan mereka, dan janganlah mereka menampakan perhiasan mereka kecuali yang (biasa) nampak dari mereka. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung kedada mereka, dan janganlah menampakkan perhiasan mereka”. (Q.s. An-Nuur 24:31)

Menurut Anshori Umar dalam bukunya yang berjudul “Fiqih Perempuan” mengatakan ayat-ayat Al-qur’an diatas dapat disimpulkan bahwa perempuan muslim wajib memenuhi ketentuan berikut dalam berbusana.

1. Menutupi seluruh badan selain yang sudah dikecualikan, yakni wajah dan dua telapak tangan.
2. Tidak ketat sehingga masih menampakkan bentuk tubuh yang di tutupinya.
3. Tidak tipis menerawang sehingga warna kulit masih bisa dilihat.
4. Tidak menyerupai busana laki-laki.

2.5 Perkembangan fashion busana muslim untuk perempuan *plus size*

Kemajuan *industry fashion* suatu negara mempresentasikan kemajuan kehidupan masyarakatnya, baik diamati dari strukturetnik maupun dalam lingkup negara berbudaya dan beragama. Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam, sebab itu kemajuan tersebut tidak terlepas dari latar belakang keadaan masyarakat Indonesia pada masa lalu. Ketika seseorang memilih produk *fashion* maka bisa menunjukkan bagaimana dia memilih gaya hidupnya. Dunia *fashion* di Indonesia saat ini menggambarkan gaya hidup masyarakat yang sudah sangat *modern*, maupun mengikuti tren yang ada dan sangat *fashionable*. Pada kenyataannya, Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam sebab itu banyak masyarakatnya yang berdandan, bergaya busana yang mengikuti aturan agama islam. Seiring dengan berjalannya waktu, konsep merias dan mempercantik diri terus berkembang maka dari itu tidak heran dalam setiap decade selalu ada inovasi pada *industry fashion*. Hal ini juga terjadi dalam dunia *fashion* Indonesia.

Munurut Nuraini dalam tabloid warta ekspor mengatakan bahwa “Belakangan ini telah banyak sekali media menyajikan beragam informasi menarik seputar dunia *fashion* di negara kita. Perkembangan dunia *fashion* di Indonesia meningkat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Ini didukung oleh berbagai sisi, baik dari sisi designer lokal yang semakin mumpuni, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang berkembang secara signifikan. Saya sangat optimis jika Indonesia dicanangkan menjadi kiblat *fashion* muslim dunia di tahun 2020 mendatang. Hal ini diwacanakan oleh Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC). Tentu ini sangat dimungkinkan mengingat industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan sejak 1990-an.”

Fashion muslim sangat berkembang pesat di Indonesia dibuktikan dengan tumbuhnya komunitas-komunitas hijab seperti Hijabers Community, Hijabers Mom, dan lain-lain sampai diselenggarakannya bermacam bazar, *fashion show* busana muslim dan beberapa kegiatan *hijab class* di kampus, perusahaan, pengajian maupun arisan. Menurut mantan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandari, Indonesia memiliki potensi sangat besar sebagai salah satu pusat *fashion* dunia, khususnya untuk busana muslim, karena Indonesia memiliki sumber daya kreatif dan warisan budaya yang melimpah. Di masa depan, Indonesia bisa menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan mode dunia. Akli Djumadie, Direktur Pengelola HijUp.com, juga sependapat bahwa Indonesia memiliki potensi besar di bidang *fashion* dan tekstil karena Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia karena itu sebenarnya Indonesia sangat besar berpotensi menjadi kiblat *fashion* muslim dunia. Hal itu tidaklah sulit diwujudkan, mengingat beberapa faktor penunjang seperti tersedianya bahan baku yang melimpah dan bidang kreatif industri *fashion* yang sangat kondusif.

Besarnya masalah obesitas di Indonesia semakin nyata baik di kota besar maupun di kota kecil tetapi masalah obesitas banyak diderita oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Perempuan *plus size* juga menghadapi sejumlah masalah yang membatasi dirinya untuk mengeksplorasi diri dan potensinya. Pendiri komunitas Xtra-L dan Miss Big Indonesia, Ririe Bogar mengatakan, *fashion* menjadi masalah nomor satu bagi perempuan *plus size* karena *fashion* memiliki fungsi sebagai ekspresi individualistik, aspek komunikatif, menciptakan citra diri dan sebagai bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup. Pada akhirnya banyak perempuan *plus size* memiliki kesulitan untuk mencari busana yang sesuai dengan ukuran tubuhnya dan nyaman dikarenakan masih sedikitnya *fashion brand* yang mawadahi kebutuhan *fashion* perempuan *plus size*. Dari hal tersebut

menjadi peluang yang sangat besar bagi *fashion brand* untuk membuat sebuah *clothing line* untuk perempuan *plus size*.

Dari pernyataan diatas bahwa perkembangan busana muslim sangatlah pesat di Indonesia dan perempuan *plus size* sangat membutuhkan busana yang nyaman dan sesuai dengan ukuran tubuhnya. Sebab itu hal ini membuat peluang bisnis yang sangat besar bagi *fashion brand* di Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Adapun metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

A. Metodologi Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati sebuah kejadian yang terjadi secara langsung terhadap suatu masalah penelitian dengan menggunakan alat indera sebagai media utamanya. Observasi dilakukan dengan mengamati bentuk tubuh perempuan *plus size*, dan observasi busana seperti apa yang sesuai dengan perempuan *plus size*.

B. Metodologi Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang bersumber dari buku-buku, literatur-literatur dan laporan-laporan yang ada kaitannya dengan penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data tentang perempuan *plus size*, busana muslim, *ready-to-wear* dan unsur garis.

C. Metodologi Eksperimen

Metode eksperimen adalah sebuah metode yang digunakan untuk mencari sebuah data dengan melakukan sebuah percobaan objek yang dapat memberikan sebuah fakta informasi. Eksperimen dilakukan dengan melakukan percobaan teknik rancangan pola, alternatif desain busana, dan desain motif.

3. PEMBAHASAN

4.1 Data Lapangan

Diawali dengan adanya masalah peningkatan jumlah perempuan *plus size* di Indonesia. Dibuktikan dengan hasil riset Badan Kesehatan Dunia (WHO) pada tahun 2015 bahwa populasi orang dewasa (usia di atas 18 tahun) di Indonesia yang kelebihan berat badan mencapai 13 % untuk pria dan 38 % untuk perempuan. Dari bukti diatas bahwa perempuan *plus size* sudah semakin banyak di Indonesia tetapi mereka mengalami keterbatasan dirinya untuk mengeksplorasi diri dan potensinya. Pendiri komunitas Xtra-L dan Miss Big Indonesia, Ririe Bogar mengatakan, *fashion* menjadi masalah nomor satu bagi perempuan *plus size* karena *fashion*

memiliki fungsi sebagai ekspresi individualistik, aspek komunikatif, menciptakan citra diri dan sebagai bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup. Saat ini dunia *fashion* di Indonesia menggambarkan gaya hidup masyarakat yang *modern*, mengikuti tren dan *fashionable*. Pada kenyataannya, Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam sebab itu banyak masyarakatnya bergaya busana yang mengikuti aturan agama islam. *Fashion* muslim sangat berkembang pesat di Indonesia dibuktikan dengan tumbuhnya komunitas-komunitas hijab seperti Hijabers Community, Hijabers Mom, dan lain-lain sampai diselenggarakannya bermacam bazar, *fashion show* busana muslim dan beberapa kegiatan *hijab class* di kampus, perusahaan, pengajian maupun arisan. Menurut mantan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar, Indonesia memiliki potensi sangat besar sebagai salah satu pusat *fashion* dunia, khususnya untuk busana muslim, karena Indonesia memiliki sumber daya kreatif dan warisan budaya yang melimpah. Di masa depan, Indonesia bisa menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan mode dunia. Akli Djumadie, Direktur Pengelola HijUp.com, juga sependapat bahwa Indonesia memiliki potensi besar di bidang *fashion* dan tekstil karena Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia karena itu sebenarnya Indonesia sangat besar berpotensi menjadi kiblat *fashion* muslim dunia. Hal itu tidaklah sulit diwujudkan, mengingat beberapa faktor penunjang seperti tersedianya bahan baku yang melimpah dan bidang kreatif industri *fashion* yang sangat kondusif. Pada akhirnya banyak perempuan *plus size* mengalami kesulitan mencari busana muslim yang sesuai dengan ukuran tubuhnya dan nyaman dikarenakan masih sedikitnya *fashion brand* yang mawadahi kebutuhan *fashion*.

Sedikitnya *fashion brand* yang mawadahi kebutuhan *fashion* perempuan *plus size* menjadi peluang bisnis yang sangat besar. Salah satu *fashion brand* yang merespon peluang bisnis tersebut adalah *brand* Valisha. Valisha memproduksi busana yang terinspirasi dari *casual style* yaitu busana yang dapat digunakan sehari-hari, nyaman digunakan pada saat jalan jalan bersama teman – teman, atau pergi ke acara yang tidak formal tetapi ada sedikit sentuhan unsur garis pada beberapa desain busana. Warna busana yang digunakan oleh Valisha terinspirasi dari warna *romantic*. Warna tersebut adalah warna lembut, warna yang melambangkan penuh kasih sayang,kebahagian, dan kecantikan. Pada beberapa bulan terakhir Valisha mengalami kenaikan penjualan pada size XL dan size XXL serta banyak *customer* yang menanyakan apa ada size diatas XXL sebab itu Valisha ingin membuat busana muslim untuk perempuan *plus size* tetapi tetap menggunakan ciri khas *brand* yaitu *casual style*, unsur garis dan warna *romantic*.

Perancangan kali ini membantu *brand* Valisha untuk merancang busana muslim *ready-to-wear* bagi perempuan *plus size* menggunakan ciri khas *brand* Valisha. Salah satu cara untuk merancang busana yang nyaman bagi perempuan *plus size* dan sesuai dengan ciri khas *brand* Valisha dengan cara merancang potongan pola dan menegaskan garis detail pada rancangan pola menggunakan potongan kain serta membuat motif garis vertikal dan garis organik menggunakan teknik digital printing.

4.2 Hasil Eksplorasi

Bahan dan Alat yang digunakan dalam percobaan dua sistem rancangan pola, adalah

- Kertas Samson
- Kertas Roti
- Pensil
- Pengapus
- Spidol
- Penggaris Pola
- Penggaris panjang 60 cm
- Gunting
- Kain blacu
- Benang
- Resleting
- Mesin Jahit
- Rader
- Kertas Karbon
- Jarum Pentul

Pada awalnya mencoba dua sistem pola dasar yaitu sistem pola Burgo dan pola Bunka. Percobaan ini dilakukan agar dapat mengetahui sistem pola dasar busana mana yang nyaman digunakan untuk perempuan *plus size*.

Pada percobaan dua sistem pola Burgo dan sistem pola Bunka menggunakan ukuran berikut ;

- Lingkar Dada : 116 cm
- Lingkar Pinggang : 112 cm
- Lingkar Pinggul : 124 cm
- Panjang pesak :36 cm
- Lingkar Ketiak : 54 cm
- Lingkar tangan atas : 47 cm
- Lingkar pergelangan tangan : 24 cm

Berikut foto pola dasar sistem pola Bunka.



Gambar 2. Pola dasar sistem pola bunka
Sumber: dokumen pribadi

Berikut foto busana hasil pola sistem Burgo.



Gambar 3. foto busana hasil sistem pola Burgo
Sumber: dokumen pribadi

Berikut foto busana hasil pola sistem Bunka.



Gambar 4. Pola busana hasil sistem pola bunka
Sumber: dokumen pribadi

Tabel 1. Tabel kelebihan dan kekurangan pola dasar sistem Burgo
Sumber : Dokumen Pribadi

Kelebihan Pola Burgo	Kekurangan Pola Burgo
<p>Celana</p> <ul style="list-style-type: none"> Nyaman di bagian pinggang Pinggang lebih besar dari pola bunka 	<p>Celana</p> <ul style="list-style-type: none"> Tidak nyaman di bagian paha sehingga untuk gerak bebas tidak nyaman Panjang pesak lebih kecil dan lingkaran paha lebih kecil di bandingkan pola bunka
<p>Baju</p> <ul style="list-style-type: none"> Nyaman di bagian lingkaran dada dan lingkaran pinggang Panjang tangan pas 	<p>Baju</p> <ul style="list-style-type: none"> Tidak nyaman di bagian kerung lengan
<p>Rok</p> <ul style="list-style-type: none"> Nyaman di bagian pinggang 	<p>Rok</p> <ul style="list-style-type: none"> Lingkaran paha kecil sehingga susah untuk gerak bebas

Berikut tabel hasil percobaan sistem rancangan pola Burgo dan Bunka :



Gambar 1. Pola dasar sistem pola burgo
Sumber: dokumen pribadi

Tabel 2. Tabel kelebihan dan kekurangan pola dasar sistem Bunka
Sumber : Dokumen Pribadi

Kelebihan Pola Bunka	Kekurangan Pola Bunka
<p>Celana</p> <ul style="list-style-type: none"> Nyaman di bagian paha sehingga mudah bergerak bebas Lingkaran paha lebih besar dan panjang pesak lebih panjang dari pola burgo 	<p>Celana</p> <ul style="list-style-type: none"> Lingkaran pinggang lebih kecil dari pada burgo Tidak nyaman di bagian pinggang
<p>Baju</p> <ul style="list-style-type: none"> Nyaman di bagian lingkaran dada dan lingkaran pinggang 	<p>Baju</p> <ul style="list-style-type: none"> Tidak nyaman di bagian kerung lengan Lebar baru lebih besar dari pola burgo sehingga bahu turun Panjang tangan ke panjang.
<p>Rok</p> <ul style="list-style-type: none"> Nyaman di bagian pinggang 	<p>Rok</p> <ul style="list-style-type: none"> Lingkaran paha kecil sehingga susah untuk gerak bebas

Kesimpulan dari percobaan dua sistem pola Burgo dan pola Bunka bahwa pola yang sesuai dengan bentuk tubuh perempuan plus size adalah sistem pola Bunka. Pada dasarnya pola Bunka adalah pola yang memiliki spesifikasi garis konstruksi yang merujuk pada garis horizontal sehingga lebih sesuai dengan bentuk tubuh yang lebar.

4.3 Konsep

Penulis membuat konsep yang bertema “Bi-Line” berarti *Big and Line* yang bermakna besar dan garis. Pada tema “Bi-Line” ditujukan untuk perempuan *plus size* dalam mencari busana *ready-to-wear* yang sesuai dengan ukuran tubuhnya dan nyaman. Bi-Line merupakan paduan unsur garis, asimetris, bentuk lancip, dan warna warna *romantic* yaitu warna biru, abu abu muda dan peach muda.

Unsur garis dan warna warna *romantic* diambil dari ciri khas *brand* Valisha. Warna warna *romantic* yang digunakan hanya warna biru, abu abu muda, dan peach muda karena warna biru dapat memberikan kesan kesejukan, dingin damai, dan menenangkan pikiran, warna abu abu memberikan kesan ketenangan, keteduhan, elegan dan warna abu-abu mudah dikombinasikan dengan berbagai macam warna lain, karena tidak bersifat kontras dan warna peach muda memberikan kesan manis dan lembut. Unsur garis yang digunakan hanya garis vertikal dan garis organik. Garis vertikal digunakan karena dapat memberikan kesan agung, jujur, tegas, cerah, cita-cita, pengharapan dan memberikan karakter tinggi, lambang statis, kestabilan, kemegahan, kekuatan, kekokohan, kejujuran dan kemashuran sedangkan garis organik dapat memberikan kesan bebas.

Pada perancangan busana ini menggunakan komposisi asimetris karena dapat memberikan kesan keteraturan yang bervariasi, dinamis dan bebas. Rancangan busana ini juga menggunakan bentuk lancip karena dapat memberikan kesan lebih panjang dan mengarah ke satu titik. Dari semua kesan yang timbul pada warna, unsur garis, komposisi asimetris dan bentuk lancip diharapkan dapat membuat perempuan *plus size* semakin mudah mencari busana yang nyaman serta sesuai dengan keinginan mereka dan ukuran tubuh mereka.



Gambar 5. *Lifestyle board* penelitian ini
Sumber: dokumen pribadi

Produk yang akan dihasilkan ditujukan untuk segmentasi berikut :

1. Demographics

- Perempuan
- Usia : 21-35 tahun
- Memiliki tubuh yang berukuran XXL ++
- Mahasiswa tingkat akhir
- Ibu muda yang memiliki anak dibawah umur 13 tahun
- Pendidikan S1
- Pengusaha, ibu rumah tangga, perkerja kantor yang tidak menggunakan seragam
- Penghasilan 4 juta – 8 juta

2. Geographical

Asia (Indonesia, Singapore, Malaysia, Taiwan, Korea)

3. Psychographics

- Netizen adalah orang yang aktif dalam ranah online dan banyak menghabiskan waktu dalam melihat social media (instagram, facebook, website).
- Memiliki sifat keperempuanan seperti sifat kelembutan, kesabaran, dan kebaikan.
- Aktif dalam berkegiatan seperti kerja, pengajian, jalan-jalan, dan arisan.

4. Lifestyle

- Mengikuti komunitas islami seperti komunitas hijabers
- Mengikuti komunitas *plus size* seperti komunitas Xtra-L
- Memiliki keinginan makan yang berlebih, serba praktis dalam penyajian dan mendapatkan makanan.
- *Hangout* di tempat yang dapat berkumpul dengan banyak orang seperti masjid, restoran makanan halal, dan *mall* yang terdapat *hijab store* seperti FX Sudirman *mall*.

5. Buying Habits

- *Bargain Hunter* adalah orang yang memiliki *type smart buying* dengan tidak terburu-buru dalam menentukan pilihan produk, membuat keputusan pembelian dan mencari informasi

perbandingan produk satu dengan produk yang lainnya.

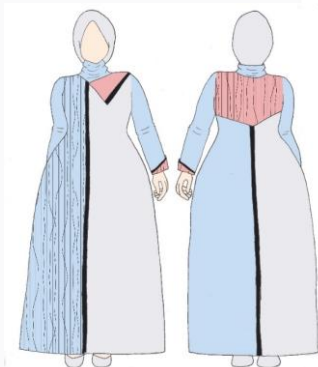
- Memilih untuk berbelanja *online*.
- Menggunakan *mobile phone* untuk berkomunikasi.

Produk yang akan dihasilkan adalah busana muslim *ready-to-wear* untuk perempuan *plus size* menggunakan warna-warna *romantic*, unsur garis dan *casual style* untuk menyesuaikan ciri khas Valisha. Berikut moodboard dari penelitian ini.

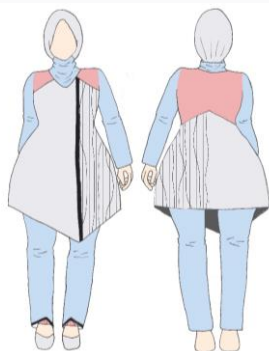


Gambar 6. Moodboard penelitian ini
Sumber: dokumen pribadi

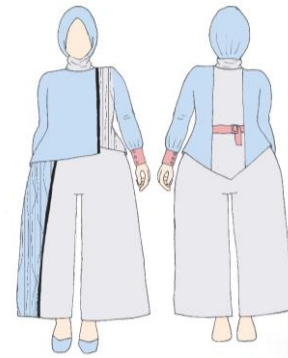
4.5 Sketsa desain



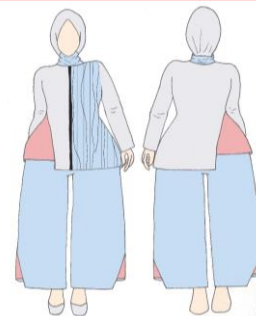
Gambar 7. Sketsa pertama
Sumber: dokumen pribadi



Gambar 8. Sketsa kedua
Sumber: dokumen pribadi



Gambar 9. Sketsa ketiga
Sumber: dokumen pribadi



Gambar 10. Sketsa keempat
Sumber: dokumen pribadi

4.6 Proses Desain

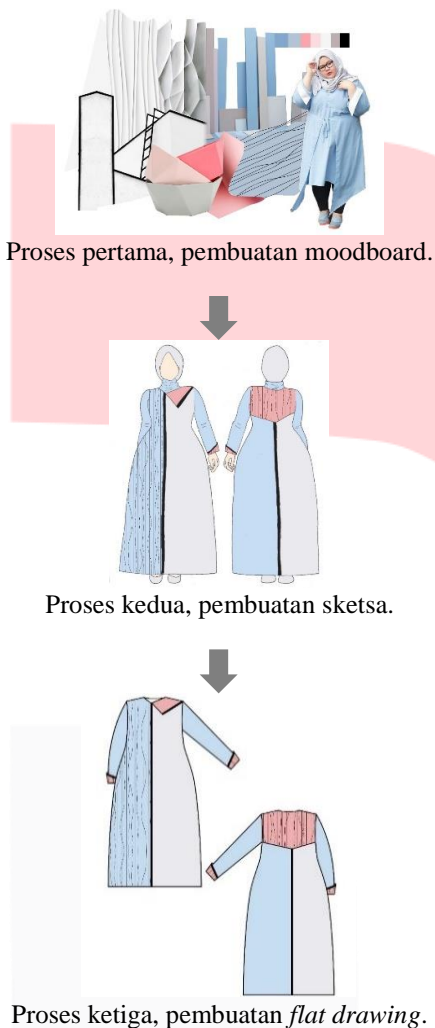
Proses pertama saat membuat desain busana adalah membuat moodboard. Moodboard sangat penting dibuat karena dapat menentukan tujuan, arah serta panduan dalam proses desain busana sehingga desain busana yang dibuat tidak keluar jalur dari tema yang telah ditentukan.

Proses kedua adalah membuat sketsa desain busana yang sesuai dengan moodboard dan tema yang telah ditentukan.

Proses ketiga adalah membuat *flat drawing*. *Flat drawing* dibuat agar dapat memudahkan melihat potongan pada desain ketika membuat pola.

Berikut adalah bagan proses desain, bagan ini menjelaskan secara visual proses desain sesuai dengan penjelasan diatas.

Bagan 2. Bagan proses desain.
Sumber: Dokumen Pribadi



4.7 Proses Produksi

Setelah proses desain sampai flat drawing, maka tahap selanjutnya adalah proses produksi.

Proses pertama adalah pembuatan pola dasar badan, celana dan rok menggunakan sistem pola Bunka dengan ukuran yang sudah ditentukan diawal.

Proses kedua adalah pembuatan pola yang sesuai dengan desain menggunakan pola dasar yang sudah dibuat.

Proses ketiga adalah menyusun pola diatas kain.

Proses keempat adalah pola di rader dengan karbon diatas kain, guna untuk pola tercetak diatas kain sehingga memudahkan ketika memotong kain dan menjahitnya.

Proses kelima adalah kain dipotong mengikuti bentuk raderan yang sudah ada pada kain tetapi diberi kampuh atau kelebihan dari pola 2 cm.

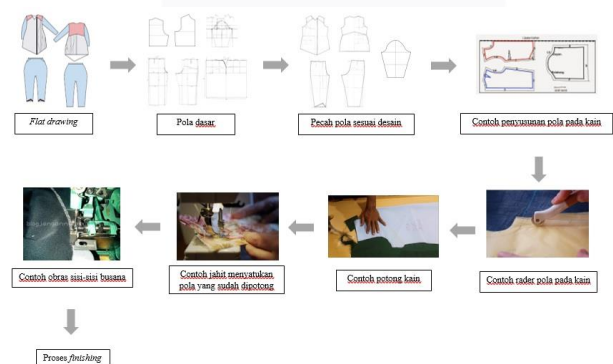
Proses keenam adalah kain dijahit mengikutin raderan yang sudah ada pada kain.

Proses ketujuh adalah obras sisi-sisi busana yang terdapat kampuh guna untuk melindungi pinggiran kain dari lepasnya benang-benang halus penyusun kain tersebut sehingga kain atau busana dapat bertahan lebih lama.

Proses kedelapan adalah *finishing*. *Finishing* merupakan proses akhir dari pembuatan busana, proses finishing diantaranya adalah lubang kancing, pemasangan kancing, pembersihan benang, pemeriksaan busana, perbaiki busana jika ada kesalahan, *pressing* (menyetrika busana dengan mesin uap, dan memasukan busana kedalam *packaging*).

Berikut adalah bagan proses produksi, bagan ini menjelaskan secara visual proses produksi sesuai dengan penjelasan diatas.

Bagan 3. Bagan proses produksi.
Sumber: Dokumen Pribadi



4. KESIMPULAN

Bermula dari masalah peningkatan jumlah perempuan *plus size* di Indonesia dan sedikitnya *fashion brand* yang mawadahi kebutuhan *fashion muslim* untuk perempuan *plus size* menjadi peluang bisnis sangat besar. Salah satu *brand* yang merespon peluang tersebut adalah *brand Valisha*. Dalam penelitian ini membantu *brand Valisha* dalam merancang busana muslim *ready-to-wear* untuk perempuan *plus size* tetapi tetap menggunakan ciri khas *brand Valisha*. Sebab itu konsep yang dibuat bertema “*Bi-Line*”. *Bi-Line* merupakan paduan unsur garis, asimetris, bentuk lancip, dan warna warna *romantic* yaitu warna biru, abu abu muda dan peach muda.

Berdasarkan produk yang dihasilkan pada penelitian ini, dapat terlihat bahwa membuat busana untuk perempuan *plus size* terdapat perlakuan khusus dari berbagai sisi. Sisi terpenting yang harus diperhatikan dalam merancang busana untuk perempuan *plus size* adalah sisi material, sisi perancangan pola, sisi ukuran, dan sisi desain. Sisi material penting diperhatikan karena perempuan *plus size* sering mengeluarkan keringat berlebih sehingga material yang cocok untuk perempuan *plus size* adalah material yang mudah menyerap keringat. Sisi perancangan pola dan sisi ukuran penting diperhatikan karena perempuan *plus size* memiliki beberapa sisi bentuk tubuh yang besar sehingga membuat pola tidak asal diperbesar dari pola kecil tetapi harus dibuat secara ulang dan memperhatikan sisi bentuk tubuh mana yang besar. Sisi desain sangat penting diperhatikan karena perempuan *plus size* memiliki beberapa sisi bentuk tubuh yang besar sehingga desain yang dibuat harus membuat sisi bentuk tubuh tersebut tidak tampak besar atau menutupi sisi bentuk tubuh yang besar. Sisi-sisi tersebutlah yang sangat penting diperhatikan dalam merancang busana untuk perempuan *plus size* sehingga perempuan *plus size* akan lebih nyaman menggunakan busana tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

Hopkins, John. 2012. *Fashion Design The Complete Guide*. Ava Academic.

Ernawati,dkk. 2008. *Tata Busana*. Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Bunka Fashion Collage. 2009. *Fundamentals of Garment Design*. Jepang : Bunka Fashion Collage.

Burgo, Fernando. 2004. *IL Modellismo*. Roma : Istituto di Moda Burgo.

Dillon, Susan. 2011. *The Fundamentals of Fashion Management*. Ava Academic.

Irawan Bambang.2002. *Dasar-dasar desain*. Jakarta : Griya Kreasi.

Davis, Marian L. 1996. *Visual Design in Dress*. Florida : Florida State University.

Grey Zone Trend Forecasting. 2017. *Modest Wear*. Jakarta : BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia).

Dr.Yekti Mumpuni dan Ari Wulandari. 2010. *Cara Jitu Mengatasi Kegemukan*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.

Sterlacci Francesca dan Arbuckle Joanne. 2007. *Historical Dictionary of The Fashion Industry*. USA : Scarecrow Press.

Bowles Melanie dan Issac Ceri. 2012. *Digital Textile Design*. London : Laurence King.

Bigsize.co.id. 2016. *Cara dan Tips Berbusana ala Wanita Big Size Agar Terlihat Mempesona*.
<http://www.bigsize.co.id/cara-dan-tips-berbusana-ala-wanita-gemuk-agar-terlihat-mempesona/#>. html Agustus 2016.