

PENGEMBANGAN PAKAIAN MULTIFUNGSI PRIA UNTUK MENDUKUNG GAYA HIDUP URBAN OUTDOOR DAN PERANCANGAN BISNISNYA

Salsabila Rahayu¹, Rima Febriani², dan Shella Wardhani Putri³

^{1,2,3}Afiliasi Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
Salsabilrhy@student.telkomuniversity.ac.id¹, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id²,
shellawardhani@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Kebutuhan akan pakaian pria yang mampu mendukung mobilitas tinggi di lingkungan *urban* dan aktivitas luar ruang ringan mendorong lahirnya desain busana multifungsi. Penelitian ini bertujuan merancang pakaian multifungsi pria yang tidak hanya fleksibel dan nyaman, tetapi juga memiliki nilai estetika melalui penerapan manipulasi tekstil dan desain tipe komponen. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif dengan pendekatan *design thinking* yang mencakup tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, survei target market pria usia 20-35 tahun, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan adanya kebutuhan signifikan terhadap busana yang mampu menyesuaikan diri dengan berbagai aktivitas tanpa perlu berganti pakaian. Produk yang dikembangkan berupa kemeja, celana, dan jaket dengan fitur-fitur seperti komponen bongkar-pasang, bahan tahan air, serta detail manipulasi tekstil seperti *appliqué* yang sesuai preferensi target market. Penelitian ini menghasilkan rancangan busana yang relevan dengan gaya hidup *urban outdoor* dan strategi bisnis untuk memasarkan produk tersebut secara berkelanjutan.

Kata kunci: Manipulasi tekstil, Pakaian multifungsi, Strategi bisnis, *Urban outdoor lifestyle*

Abstract: The demand for men's clothing that supports high mobility in both urban environments and light outdoor activities has led to the development of multifunctional fashion design. This study aims to design multifunctional men's clothing that is not only flexible and comfortable but also aesthetically refined through the application of textile manipulation and component-based design. The research uses a qualitative approach with design thinking methods, including *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, and *test* stages. Data collection involved observations, interviews, surveys targeting urban men aged 20-35, and literature reviews. Findings indicate a strong need for garments that can seamlessly transition

across different activities without the need to change outfits. The final products include shirts, pants, and jackets with features such as detachable components, water-resistant materials, and textile manipulation details like appliqué, which aligns with target market preferences. This study offers clothing solutions relevant to the urban outdoor lifestyle and presents a business strategy to market the products sustainably.

Keywords: Multifunctional clothing, Strategic business, Textile manipulation, Urban outdoor lifestyle

PENDAHULUAN

Perkembangan gaya hidup *urban outdoor* mendorong perubahan kebutuhan berbusana, khususnya bagi pria dengan mobilitas tinggi. Aktivitas yang berlangsung di antara ruang kota dan area luar ruang ringan, seperti taman atau area *trekking* santai, menciptakan kebutuhan akan pakaian yang adaptif tanpa mengesampingkan gaya. Konsep pakaian multifungsi menjadi solusi atas tuntutan ini karena mampu menggabungkan kenyamanan, kepraktisan, dan estetika dalam satu desain (Cunha & Broega, 2009). *Urban outdoor lifestyle* sendiri memadukan mobilitas perkotaan dan kecenderungan menikmati aktivitas luar ruang yang bersifat ringan dan rekreatif (Sullivan, 2020; Smith & Jones, 2019). Dalam konteks ini, pakaian dituntut tidak hanya fungsional, tetapi juga nyaman serta mampu menunjang penampilan dalam berbagai situasi.

Beberapa brand lokal seperti Humblezing, White Noise FM, dan S.K.P.P.R.S telah mengadopsi pendekatan fungsional dalam produk mereka. Fitur seperti kantong tersembunyi, material tahan air, dan desain praktis telah diperkenalkan untuk menjawab kebutuhan pengguna yang aktif. Namun, eksplorasi lebih dalam terhadap desain tipe komponen dan manipulasi tekstil masih jarang dilakukan. Padahal, pendekatan ini berpotensi menciptakan pakaian yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna. Desain tipe

komponen yang mengandalkan elemen seperti bagian bongkar-pasang, menggunakan kancing ataupun resleting dapat meningkatkan fungsi dan fleksibilitas (Cunha & Broega, 2009), sementara manipulasi tekstil menawarkan nilai visual dan struktur yang menambah kekayaan desain (Braddock & O'Mahony, 2007).

Melihat celah tersebut, penelitian ini berupaya merancang pakaian multifungsi pria yang tidak hanya menjawab aspek fungsional, tetapi juga mengedepankan estetika visual melalui pendekatan desain tipe komponen dan teknik manipulasi tekstil. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi eksplorasi desain dengan strategi perencanaan bisnis yang ditujukan pada segmen pasar pria urban aktif usia 20-35 tahun. Dengan menggabungkan metode perancangan berbasis pengguna dan pendekatan bisnis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif inovasi dalam industri *fashion* lokal yang berkelanjutan dan relevan dengan tren gaya hidup *urban outdoor*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *design thinking* untuk merancang pakaian multifungsi pria yang mendukung gaya hidup *urban outdoor*. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali kebutuhan pengguna secara mendalam dan mengarahkan proses desain yang inovatif dan terstruktur. Target utama dari perancangan ini adalah pria berusia 20-35 tahun yang tinggal di wilayah *urban* seperti perkotaan besar yang ada di Indonesia, serta memiliki aktivitas aktif baik di dalam maupun luar ruangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap target market dan penyebaran kuesioner.

Tahap pertama dalam proses perancangan *design thinking* adalah *empathize*, yang dilakukan melalui observasi *Offline* dan *online* terhadap *brand* lokal yang ada di pasaran, survei, dan wawancara kepada target market mengenai kebutuhan pakaian sehari-hari yang fleksibel dan nyaman. Tahap *define* digunakan untuk merumuskan masalah inti yang ditemukan, yaitu kurangnya pakaian pria yang dapat digunakan lintas aktivitas tanpa kehilangan fungsi dan estetika.

Setelah masalah ditemukan, lanjut ke tahap *ideate*, yaitu mengembangkan ide yang dilakukan dengan eksplorasi bentuk, fungsi, dan teknik tekstil, serta pendekatan tipe komponen. Ide-ide tersebut dituangkan dalam bentuk sketsa awal desain. Selanjutnya, tahap *prototype* diwujudkan dalam eksplorasi desain lebih mendalam hingga pembuatan tiga item pakaian utama yang telah dipilih target market. Tahap akhir, *test*, dilakukan dengan menunjukkan hasil rancangan kepada target market secara langsung untuk memperoleh umpan balik terkait kenyamanan, kegunaan, dan daya tarik visual. Masukan ini menjadi dasar perbaikan desain akhir sekaligus validasi terhadap efektivitas pendekatan yang digunakan.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, survei, serta studi literatur yang dilakukan, ditemukan bahwa pria *urban* usia 20-35 tahun memiliki kebutuhan akan pakaian yang fleksibel, praktis, dan tetap mendukung penampilan. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, proses perancangan dilakukan melalui metode *design thinking* dengan tujuan mengidentifikasi kebutuhan pengguna, merumuskan masalah utama, mengembangkan ide,

membuat prototipe, dan menguji desain secara langsung kepada target market.

Emphatize

Tahap *empathize* diawali dengan observasi *offline* dan *online* untuk memahami perilaku berpakaian target pasar serta tren dari berbagai macam *brand* lokal yang relevan. Observasi *offline* dilakukan dengan mengidentifikasi *brand* lokal yang sering di minati target market *urban outdoor* secara langsung. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas pakaiannya praktis, simpel, dan mendukung mobilitas. Sementara itu, observasi *online* terhadap *brand* pembeding seperti Humblezing, White Noise FM, dan S.K.P.P.R.S memiliki pendekatan desain yang menggabungkan fungsionalitas dan estetika dengan daya tarik tinggi di pasar, meskipun masih jarang mengangkat manipulasi tekstil sebagai identitas visual.

Hasil survei daring disebarkan kepada 19 responden terpilih dengan kriteria target market usia 20-35 tahun dan berdomisili di area *urban*, menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai gaya kasual yang dominan, warna netral seperti hitam dan *earth tone* sebagai preferensi utama karena mudah dipadukan. Membutuhkan akan fungsi praktis seperti saku tambahan dan fitur multifungsi. Selain itu, dari teknik manipulasi tekstil yang ditawarkan, *appliqué* menjadi pilihan terbanyak, menunjukkan bahwa konsumen menginginkan sentuhan visual yang tidak berlebihan namun tetap fungsional.

Wawancara mendalam dilakukan kepada salah satu responden dari kuesioner awal yang telah disebarkan, tujuannya sebagai informan kunci untuk menggali kebiasaan dan ekspektasi mereka terhadap pakaian sehari-hari. Ditemukan bahwa narasumber menginginkan pakaian yang dapat digunakan di berbagai suasana, baik saat bekerja, bepergian, hingga kegiatan

santai di luar ruangan, tanpa perlu sering berganti pakaian. Selain itu, mereka menilai pentingnya bahan yang tahan lama, ringan, dan nyaman, seperti katun atau polyester. Berdasarkan semua sumber data tersebut, dapat disimpulkan bahwa arah perancangan produk difokuskan pada pengembangan pakaian multifungsi yang fleksibel secara fungsi, memiliki sentuhan visual melalui teknik manipulasi tekstil, dan tetap relevan dengan gaya urban outdoor masa kini.

Define

Berdasarkan temuan pada tahap *empathize*, peneliti mengidentifikasi kebutuhan utama, potensi masalah, dan peluang pasar yang kemudian dianalisis menggunakan *SWOT*. Analisis ini diterapkan pada aspek produk dan strategi tiga *brand* pembanding: Humblezing, White Noise FM, dan S.K.P.P.R.S. Hasilnya menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan pakaian multifungsi pria yang menggabungkan fungsi praktis, tampilan minimalis, dan kenyamanan material. Solusi rancangan difokuskan pada kemeja, jaket, dan celana dengan fitur transformasi, didukung bahan hybrid. Sebagai diferensiasi, peneliti menambahkan nilai estetika melalui teknik manipulasi tekstil dan mengembangkan pendekatan branding yang menekankan *storytelling* serta visual yang konsisten. Seluruh konsep ini dirancang untuk menjawab kebutuhan pasar akan pakaian fungsional dengan karakter *urban outdoor* yang kuat.

Ideate

Tahap *ideate* dilakukan untuk mengembangkan gagasan desain pakaian multifungsi berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan kebutuhan target market yang telah diidentifikasi sebelumnya. Pada tahap ini, peneliti mulai merancang bentuk dasar kemeja, celana, dan jaket dengan

mempertimbangkan siluet, struktur, dan potensi fungsi transformasi. Visualisasi awal difokuskan pada eksplorasi bentuk dan elemen desain tanpa menitikberatkan pada motif atau warna mencolok, agar perhatian tertuju pada struktur dasar dan kemungkinan fungsionalnya.

Selanjutnya, pengembangan ide dilakukan menggunakan teknik *SCAMPER* (*Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, Reverse*), menyusun *Moodboard*, dan *Lifestyle board*. Tujuannya mengevaluasi dan memodifikasi desain awal menjadi lebih aplikatif dan sesuai dengan karakter target pengguna. Teknik ini membantu dalam menghasilkan desain yang fleksibel, termasuk fitur transformasi tipe komponen *single function* menggunakan resleting dan kancing, serta penerapan elemen manipulasi tekstil sebagai sentuhan visual. Hasil dari tahap ini menjadi dasar pemilihan ide desain yang akan dilanjutkan ke proses prototipe.

Prototype

konsep

Konsep perancangan dalam penelitian ini mengangkat tema “*Gear & Grit*”, yang merepresentasikan semangat eksplorasi dan ketangguhan dalam keseharian pria *urban*. Kata *gear* menggambarkan perlengkapan fungsional yang dibutuhkan dalam aktivitas luar ruang, sedangkan *grit* mencerminkan keberanian, daya tahan, serta karakter maskulin yang menjadi inti dari gaya hidup target pasar. Tema ini dirumuskan melalui tahapan observasi, wawancara, survei, dan studi pustaka, yang kemudian melahirkan gagasan untuk merancang tiga produk utama: kemeja, jaket, dan celana. Seluruh produk dikembangkan dengan pendekatan desain yang mengutamakan fungsi transformasi dan fleksibilitas penggunaan.

Prototipe dirancang dengan mempertimbangkan prinsip multifungsi, kenyamanan material, serta visual yang modern dan netral. Teknik manipulasi

tekstil seperti *appliqué* diterapkan sebagai elemen dekoratif yang juga mendukung aspek praktis. Pemilihan bahan seperti polyester dan twill bertujuan untuk memberikan kenyamanan, daya tahan, serta kemudahan perawatan. Konsep ini diharapkan mampu menghadirkan solusi berpakaian yang efisien, fungsional, dan tetap *stylish* bagi pengguna aktif di lingkungan *urban* maupun *semi-outdoor*.

ImageBoard



Gambar 1 *MoodBoard*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

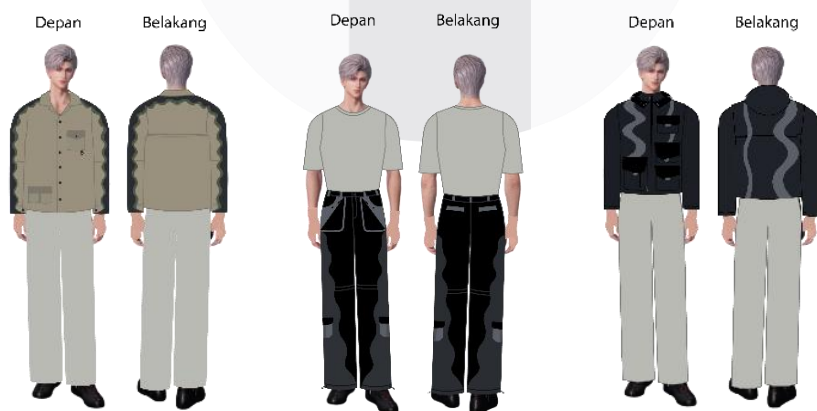
Konsep moodboard "*Gear & Grit*" diambil dari fenomena gaya hidup pria *urban* yang aktif dan adaptif dalam menjalani aktivitas di perkotaan maupun luar ruangan. Visual yang ditampilkan mencerminkan keseimbangan antara fungsi dan ketahanan melalui elemen alam seperti pegunungan, jalanan kota, batu, tanah, dan air. Warna-warna seperti hitam, abu-abu, coklat tanah, dan biru air dipilih untuk menegaskan karakter tegas, stabil, dan mudah dipadupadankan, sesuai dengan kebutuhan pakaian fleksibel bergaya *urban outdoor* bagi pria usia 20-35 tahun.

Desain Produk



Gambar 2 Desain Produk-Eksplorasi Lanjutan
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Melalui pendekatan eksploratif menggunakan metode *SCAMPER*, telah dikembangkan dari sketsa desain pakaian bertema *urban outdoor* yang mencakup tiga kategori produk, yaitu kemeja, celana, dan jaket. Proses eksplorasi ini menghasilkan 12 desain. Dari seluruh alternatif tersebut, hanya tiga desain terpilih yang ditetapkan sebagai konsep utama untuk direalisasikan pada tahap perancangan produk akhir. Berikut desain terpilih oleh target market yang akan di produksi pada penelitian ini, beserta penjelasan *SCAMPER*:



Gambar 3 Desain Terpilih Oleh Target Market
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Tabel 1 SCAMPER & Desain Terpilih

No.	Desain & Deskripsi
1.	 GEAR & GRIT Desain Kemeja 1 Depan Belakang Deskripsi: Fitur lepas pasang pada pakaian menggunakan kancing, dan penerapan manipulasi tekstil dengan aksen gelombang yang terinspirasi dari moodboard. SCAMPER: • <i>Modify</i>: Struktur saku berubah dari produk Humblezing (Safari Utility Shirt). • <i>Combine</i>: Menggabungkan dua ide produk dari Humblezing, fitur lepas pasang dan penambahan saku dengan <i>D-Ring</i>.
2.	 GEAR & GRIT Desain Celana 1 Depan Belakang Deskripsi: Fitur lepas pasang pada pakaian menggunakan resleting, dan penerapan manipulasi tekstil dengan aksen gelombang yang terinspirasi dari moodboard. SCAMPER: • <i>Modify</i>: Struktur saku berubah dari produk referensi S.k.p.p.r.s dan Humblezing. • <i>Combine</i>: Menggabungkan dua ide pengembangan desain dari produk brand S.k.p.p.r.s dan Humblezing, dalam 1 look Celana.

	GEAR & GRIT  Desain Jaket 3 
3.	Deskripsi: Fitur lepas pasang pada pakaian menggunakan resleting pada bagian lengan dan tudung jaket, sehingga jaket dapat digunakan menjadi vest. Penerapan manipulasi tekstil dengan aksen gelombang yang terinspirasi dari <i>moodboard</i>. SCAMPER: • <i>Combine</i>: Menggabungkan dua ide produk dari White Noise FM dengan menggunakan bentuk desain jaket dan rompi yang sama, sehingga dapat dijadikan sebagai pakaian multifungsi. Kontruksi bukaan menggunakan resleting, terinspirasi dari <i>brand</i> Eiger. • <i>Modify</i>: Modifikasi struktur saku terinspirasi dari <i>brand</i> Ambralamoda yang menghadirkan desain rompi dengan banyak saku, menggunakan kombinasi bukaan resleting dan non-resleting.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Visualisasi Produk Akhir

UrbanRoots, Look Kemeja



Gambar 4 *Look Kemeja*

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

UrbanRoots, Look Celana



Gambar 5 *Look Celana*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

UrbanRoots, Look Jaket



Gambar 6 *Look Jaket*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Test

Tahap *test* dalam penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi hasil *prototype* berdasarkan umpan balik dari target market. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana solusi desain yang ditawarkan berhasil

menjawab kebutuhan pengguna, baik dari segi fungsi, kenyamanan, maupun estetika. Pengujian dilakukan melalui sesi evaluasi langsung terhadap produk akhir yang telah dikembangkan, guna memastikan efektivitas rancangan serta potensi pengembangan lebih lanjut.

Merchandising



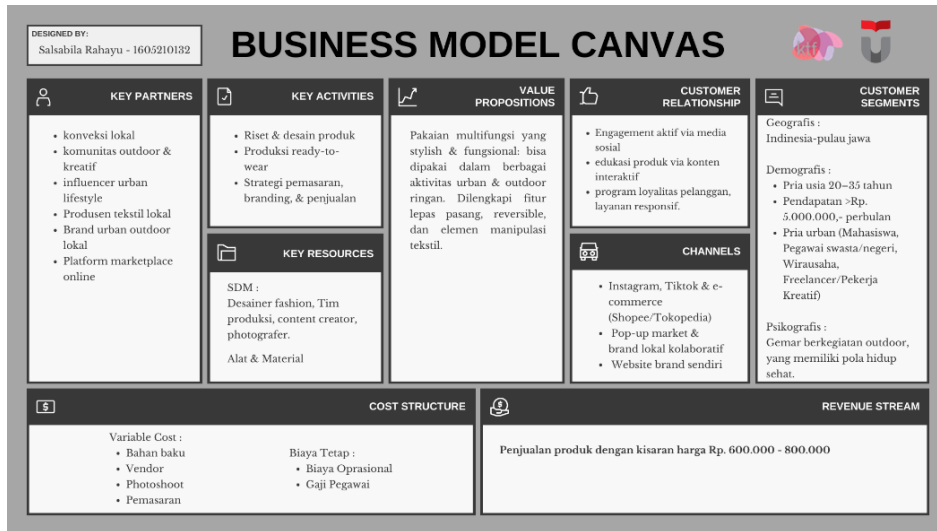
Gambar 7 Logo Brand
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

UrbanRoots adalah brand fashion pria yang dirancang untuk gaya hidup *urban outdoor*. Nama "*UrbanRoots*" mencerminkan perpaduan kehidupan dinamis di kota yang memiliki koneksi dengan alam. *Brand* ini menawarkan pakaian multifungsi yang menggabungkan estetika modern dan manipulasi tekstil, dengan tujuan mendukung mobilitas penggunanya. Sebagai pelengkap, *merchandise* disiapkan untuk memperkuat identitas visual dan pengalaman brand secara keseluruhan. *Merchandise kit* terdiri dari Label pakaian, *care Intruction*, *hangtag*, *thank you Card*, dan tas serut belanja:



Gambar 8 Merchandise Kit
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Business Model Canvas (BMC)



Gambar 9 BMC UrbanRoots
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Setelah merancang produk pakaian *urban outdoor*, penulis mengembangkan identitas *brand* dengan nama *UrbanRoots*, dilengkapi dengan pembuatan elemen *merchandise* sebagai pendukung branding. Untuk memperkuat keberlanjutan usaha, dilakukan penyusunan strategi bisnis menggunakan kerangka *Business Model Canvas (BMC)*. Pendekatan ini membantu memetakan elemen-elemen penting dalam membangun *brand*, mulai dari nilai produk, segmen pelanggan, hingga strategi distribusi dan sumber pendapatan. Perancangan ini disesuaikan dengan karakter target pasar dan visi *brand* sebagai penyedia busana pria yang fungsional namun tetap *stylish*. Produk dijual dalam kisaran harga Rp600.000-Rp800.000 dengan target keuntungan sebesar 30%, sehingga diharapkan dapat menciptakan bisnis yang relevan dan kompetitif dalam industri fashion lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang pakaian multifungsi pria yang mendukung gaya hidup *urban outdoor*, serta menyusun perancangan bisnisnya agar mampu bersaing di industri *fashion* lokal. Berdasarkan hasil perancangan dengan pendekatan *design thinking*, ditemukan bahwa pria urban usia 20-35 tahun membutuhkan pakaian yang fleksibel, fungsional, namun tetap memiliki nilai estetika. Hasil dari proses ini menghasilkan tiga desain utama berupa jaket, celana, dan kemeja multifungsi yang dilengkapi fitur transformasi dan aksen manipulasi tekstil sebagai elemen pembeda. Perancangan ini didukung dengan strategi bisnis menggunakan kerangka *Business Model Canvas (BMC)* agar produk dapat dikembangkan dan dipasarkan secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan desain busana pria yang responsif terhadap kebutuhan gaya hidup modern dan adaptif, serta menjadi alternatif inovatif dalam sektor mode lokal berbasis fungsionalitas. Namun demikian, keterbatasan penelitian terletak pada lingkup pengujian yang masih terbatas pada skala target pasar awal, serta belum dilakukannya analisis finansial lanjutan terhadap potensi bisnis jangka panjang.

Untuk itu, penelitian lanjutan disarankan mencakup uji coba produk secara lebih luas terhadap kelompok pengguna yang beragam dan analisis kelayakan usaha secara lebih mendalam. Selain itu, eksplorasi lebih lanjut terhadap teknik manipulasi tekstil dan pendekatan keberlanjutan dalam pemilihan material juga dapat memperkaya inovasi produk di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, P. H. A., & Febriani, R. (2020). Perancangan Produk Casual Outdoor Wear Untuk Pria. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- McKinsey & Company. (2022). *The State of Fashion Report*.
- Brown, T. (2020). *Innovative Clothing Design for Urban Lifestyles*.
- McDowell, C. (2013). *The Anatomy of Fashion: Why We Dress the Way We Do*.
- Pradana, A. F. S. (2024, Maret 26). 3 brand streetwear lokal dengan fokus unik: Oversize sampai gorpcore. **Hypeabis**.
- Cunha, J., & Broega, A. (2009). *Functional Clothing and Adaptability in Fashion Design*. **Journal of Textile Science**, 29(6), 863.
- Koo, H., Cho, S., & Lee, J. (2014). *Modular Design in Adaptive Clothing for Fast-Changing Environments*. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**, 10-20.
- Lee, H., Shin, H., Lee, K., Lee, S., & In, Y. (2019). *Semantic Network Analysis of GORPcore*. **International Journal of Cultural and Creative Industries**, 15.
- Samntaraya, A., et al. (2020). *Categories of Design in Multi-functional Clothing: Modular and Geometric Approaches*. **Journal of Fashion and Textile Studies**, 35-37.
- Brown, A. (2021). *The Future of Fashion: Multifunctional Clothing for Urban Lifestyles*. **Fashion Journal**, 15(3), 45-60.
- Johnson, L. (2022). *Urban Outdoor Living: Trends and Innovations in Fashion*. **Journal of Urban Studies**, 10(2), 123-135.
- Smith, R., & Jones, T. (2019). *Exploring Outdoor Activities: A Guide to Healthy Living*. **Outdoor Lifestyle Press**.
- Sullivan, M. (2020). *Understanding Urban Life: A Sociological Perspective*. **Urban Studies Review**, 8(1), 15-30.
- Steele, V. (2019). *The Berg Companion to Fashion*. Bloomsbury Publishing.

- Entwistle, J. (2020). *Fashion and the Consumer Culture*. Routledge.
- Serrat, O. (2017). *The SCAMPER technique: Knowledge solutions* (pp. 311-314). Asian Development Bank.
- Irawan, B., & Tamara, P. (2013). *Dasar-dasar desain*. Griya Kreasi.
- Kawamura, Y. (2004). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*. New York: Berg.
- McRobbie, A. (1998). *British fashion design: Rag trade or image industry?* London: Routledge.
- Hussein, A. S. (2018). *Metode design thinking untuk inovasi bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Pertiwi, D. (2021). *Metode Design Thinking untuk Inovasi Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Serrat, O. (2017). *The SCAMPER Technique*. In *Knowledge Solutions* (pp. 833–836). Springer.
- Ginting, G. A. (n.d.). Jenis pakaian. Academia.edu. Retrieved March 20, 2025, from
- Kitab Fashion. (2014, August 11). Fashion urban. Blogger.
- Fashion Power. (2020, May 1). Klasifikasi pakaian luar ruangan.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Aghaei, M., Parezzan, F., Dimiccoli, M., Radeva, P., & Cristani, M. (2017). *Clothing and People - A Social Signal Processing Perspective*. arXiv.
- The Modest Man. (2023). *We Asked 1,163 Men About Fashion: Here's What They Said*.

MH-Chine. (2025). *Strong Waterproof Nylon Taslan Fabric with PU Coating for Tactical Apparel*.

Jain, S. A. (2023). *Fabric Manipulation Techniques*. Textile Learner.

Byrdie. (2025). *Chocolate Brown Is an Expensive-Looking Winter Neutral: How to Wear the Trend*. <https://www.byrdie.com/chocolate-brown-fashion-color-trend-8756416>

Braddock, S. E., & O'Mahony, M. (2007). *Techno Textiles 2: Revolutionary Fabrics for Fashion and Design*. London: Thames & Hudson.

Colchester, C. (2007). *The New Textiles: Trends and Traditions*. London: Thames & Hudson.

