

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan teknik *cyanotype* dan *ruffle* dalam menciptakan motif dan efek tekstur pada busana RTW, serta menggambarkan pengaruh psikologis dan tren *fashion* terkini yang dapat diaplikasikan dalam desain busana RTW.

The Blue House adalah konsep produk *fashion* yang mengangkat isu perubahan pola pikir akibat pandemi COVID-19. Konsep ini didasarkan pada *Indonesia Fashion Trendforecast 2023-2024* yang bertema *Co-Exist*, dengan profil konsumen *The Soul Searcher* dan subtema *Healing*. Konsep ini mengeksplorasi pemulihan emosi dan makna kehidupan melalui keindahan alam. Koleksi *The Blue House* menampilkan motif-motif *botanica* dan warna-warna vegetatif, dengan warna biru yang melambangkan spiritualitas dan menenangkan, serta warna putih yang melambangkan kesederhanaan dan kedamaian.

Pembuatan koleksi busana *Ready-To-Wear* (RTW) bercerita tentang bagaimana seseorang menerima diri mereka yang unik dan melihat keindahan dalam setiap emosi dan spiritualitas dalam diri mereka bahwa kecantikan sejati tidak hanya terletak pada penampilan fisik, tetapi juga terwujud dalam emosi, spiritualitas, pikiran, keyakinan, ambisi, dan intuisi seseorang. *The Blue House* mengundang pemakainya untuk merayakan keunikan mereka dan menerima diri mereka secara penuh, menjalani perjalanan menuju kedamaian batin dan keselarasan dengan diri mereka yang sebenarnya.

Teknik *cyanotype* digunakan untuk menciptakan motif *botanica print* yang abstrak pada busana *Ready-To-Wear* (RTW) ini. Motif *botanica print* ini dihasilkan dengan menggunakan cetakan bunga serunai, *baby breath*, daun anggur, dan daun paku. Penyusunan motif dilakukan secara abstrak dengan memperhatikan komposisi. Pemilihan tumbuhan ini didasarkan pada filosofi arti yang mereka bawa, yang memberikan kekuatan pada konsep *The Blue House*.

Tekstur busana yang dihasilkan melalui penerapan *gathered double edge ruffle* disesuaikan dengan konsep produk, mengambil inspirasi dari bentuk organik dalam alam, khususnya tanaman. *Ruffle* ditempatkan dengan lekuk dan aliran yang lembut, menciptakan gerakan yang alami dan menekankan keselarasan desain dengan konsep *The Blue House*.

Koleksi busana ini ditargetkan untuk konsumen wanita dengan rentang usia 25-35 tahun dengan pendapatan tetap yang membutuhkan pakaian sebagai penunjang pekerjaan atau kegiatan sosialnya. Penetapan harga jual produk didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi dengan penambahan keuntungan sebesar 35%. Harga jual produk pertama ditetapkan sebesar Rp 1.765.000 sedangkan harga jual produk kedua adalah Rp 1.755.000.