

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini, *inner child* menjadi populer dalam aspek psikologi dan sering dibahas dalam masyarakat. Banyak yang percaya bahwa bagaimana seseorang terbentuk sebagai individu adalah hasil dari *inner child* dalam diri mereka. *Inner child* merupakan sisi kepribadian individu yang dibentuk oleh pengalaman masa kecil yang berdampak pada kehidupan sekarang atau sebagai ungkapan kekanak-kanakan dalam diri seseorang. *Inner child* merupakan hasil dari peristiwa masa lalu yang belum diselesaikan dengan baik (Bradshaw, 1992). Menurut Efnie Indriani seorang psikolog anak, remaja, dan keluarga menyatakan kepada Medcom.id, *inner child* tidak hanya memiliki aspek negatif tetapi juga memiliki aspek positif. Diketahui sisi negatif *inner child* meliputi ketidakstabilan emosional, kurangnya rasa percaya diri, dan ketergantungan pada orang lain. Ketika stimulus positif hadir, sisi positif dari *inner child* akan lebih terlihat dalam kepribadian seseorang. Sisi positif *inner child* sangat mirip dengan jiwa manusia di usia anak-anak, seperti merasa bebas, antusias, kreatif, fokus, energik, dan memiliki keingintahuan yang besar. Sisi positif tersebut akan menjadi topik utama pada penelitian pembuatan busana.



Sumber: Barbie 2023, Pinterest (2024)

Gambar 1. 1 Film Barbie 2023

Barbie adalah salah satu boneka yang paling populer di seluruh penjuru dunia. Boneka yang dikeluarkan oleh Mattel Inc ini mulai diperkenalkan pada tahun 1959.

Pada awal kemunculannya, Barbie meraih penjualan sebanyak 1 juta setiap bulannya. Barbie yang pertama kali diciptakan awalnya sebagai mainan anak kecil, kini juga diminati oleh wanita dewasa. Menurut Jennifer Fulkerson (dalam buku Roger, 2009:18) bahwa sebesar 75% kolektor Barbie adalah wanita dewasa dalam rentang usia 35-64 tahun. Film Barbie tayang di bioskop Indonesia pada pertengahan Juli 2023 tahun lalu. Film ini disambut dengan antusiasme tinggi oleh penonton dalam negeri. Dikutip dari aplikasi Cinepoint, Film Barbie telah disaksikan sebanyak 1.845.868 pasang mata di Indonesia, hal ini membuat film Barbie berada pada peringkat 19 sebagai film yang diminati dengan 1 juta penonton pada tahun 2023. Hadirnya film Barbie menjadikan sebuah fenomena baru di Indonesia, bahwa bukan anak-anak saja yang menyukai Barbie melainkan orang dewasa juga. Fenomena ini diperkuat dengan tampilnya banyak orang dewasa yang berdandan seperti Barbie. Dilansir dari CXO media, menurut Anastasya Lavenia bagi sebagian orang berdandan seperti Barbie adalah impian masa kecil dimana orang-orang bisa berdandan dengan tampilan *cute* dan *fun*. Hal ini menunjukkan bahwa orang dewasa pun masih mempunyai sisi *inner child* dalam diri mereka.



Sumber: [Instagram.com/warnerbrosid](https://www.instagram.com/warnerbrosid)

Gambar 1. 2 Fenomena Berbusana Barbie di Indonesia

Ketika seseorang pertama kali melihat sesuatu, apa yang pertama kali ditangkap oleh mata manusia, selain bentuk, adalah warna. Dilihat dari sudut pandang psikologis atau emosional manusia, warna dapat mencerminkan kesan perasaan terhadap suatu hal. Oleh karena itu, secara tidak langsung, warna dapat dianggap sebagai media komunikasi non-verbal yang mampu menyampaikan pesan dengan cepat. Warna dapat memberikan kesan emosional terhadap manusia, sehingga

psikologi warna akan dimanfaatkan dalam pembuatan busana *Ready-To-Wear* untuk merepresentasikan sisi positif *inner child*.

Menurut teori psikologi warna Brewster, warna dikelompokkan kedalam empat kelompok kategori yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna netral. Warna primer yang dipakai adalah kuning untuk mewakili keceriaan percaya diri dan imajinatif, biru untuk menunjukkan sikap tenang. Sedangkan warna sekunder yang diambil adalah ungu untuk menyimbolkan fokus dan pemicu kreativitas, *pink* untuk melambangkan semangat dan feminisme. Warna yang akan dipakai adalah *pink*, biru, kuning, dan ungu. Warna warna tersebut sangat identik dengan film Barbie. Film Barbie akan dijadikan dasar dalam pembuatan busana dengan mengangkat warna *pink*, biru, kuning, dan ungu yang identik dengan film tersebut. Teknik reka bahan yang akan digunakan adalah *single edge ruffle*, dan *double edge ruffle*, serta penggunaan teknik *patchwork*. Teknik *patchwork* merupakan teknik reka bahan yang tepat untuk mewakili sisi kreatif. Dalam teknik ini potongan potongan kain dalam berbagai warna atau dalam berbagai motif menciptakan pola yang menarik dan beragam. Hal ini tentunya merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengelola limbah industri tekstil, terutama pada sektor industri tekstil rumahan dan menjadi nilai jual tersendiri pada suatu busana. Teknik *ruffle* juga akan diterapkan pada busana dimana *ruffle* merupakan salah satu jenis *fabric manipulation* yang tepat untuk mewakili sisi percaya diri. Dalam teknik ini, struktur dari *ruffle* sendiri akan menciptakan efek gelombang yang berbeda yaitu teknik *single edge ruffle*, dan teknik *double edge ruffle*.

Busana yang akan diwujudkan yaitu busana *Ready-To-Wear* yang mengacu pada *Indonesia Fashion Trend Forecast 2024/2025 "Resilient"* dengan tema *Fusion* dan mengangkat subtema *Symbiotic*. *Indonesia Fashion Trend Forecast 2024/2025*, berani dan penuh warna merupakan kerangka pemikiran dari subtema *Symbiotic*. Subtema tersebut diambil karena dari keempat warna tersebut merupakan warna warna yang mencerminkan kebebasan, kreativitas, percaya diri dan menyenangkan. Siluet busana yang akan diterapkan berupa siluet I dan A.

Topik utama yang diangkat adalah sisi positif *inner child* diwakilkan dengan penggunaan nuansa warna yang diadaptasi dari film Barbie, penggunaan aplikasi reka bahan *patchwork* dan *ruffle* yang akan ditampilkan pada busana, penggunaan *Indonesia Fashion Trend Forecast 2024/2025* yaitu tema *Fusion* dengan subtema *Symbiotic*.

Seluruh isi latar belakang tersebut merupakan hal-hal yang mendasari dalam pembuatan busana *Ready-To-Wear* yang akan dibahas lebih lanjut pada pembuatan produk pada Tugas Akhir yang berjudul:

**“REPRESENTASI SISI POSITIF *INNER CHILD* MELALUI
WARNA, *PATCHWORK*, DAN *RUFFLE* BERDASARKAN FILM
BARBIE PADA BUSANA *READY-TO-WEAR*”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang perlu diperhatikan dalam pembuatan busana *Ready-To-Wear* sebagai berikut:

1. Apakah korelasi warna pakaian dapat mencerminkan sisi positif *inner child* dalam manusia?
2. Bagaimana cara menerapkan teknik *patchwork* dan *ruffle* pada pakaian agar tetap mencapai keseimbangan dalam penerapan desain busana?
3. Bagaimana penetapan harga jual dan analisa pasar yang dilakukan untuk busana *Ready-To-Wear*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, terdapat batasan masalah yang perlu diperhatikan dalam pembuatan *Ready-To-Wear* adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan modifikasi produk yang mengadaptasi interpretasi warna dalam film Barbie untuk mencerminkan sisi positif *inner child* dalam desain busana.
2. Teknik reka bahan yang dipakai adalah teknik *patchwork*, *single edge ruffle*, dan *double edge ruffle*.
3. Kain perca yang digunakan dalam pembuatan *patchwork* berasal dari sisa-sisa penjahitan industri rumahan.
4. Target pasar busana *Ready-To-Wear* adalah wanita berusia 25-35 tahun.

1.4 Maksud dan Tujuan

Maksud dari pembuatan busana ini adalah untuk menampilkan sisi positif *inner*

child dengan menerapkan psikologi warna dan aplikasi reka bahan yang didukung oleh tema *Fusion* dengan subtema *Symbiotic*. Tujuan dari pembuatan busana ini adalah untuk menghasilkan busana *Ready-To-Wear* sebagai representasi sisi positif *inner child* dengan mengadaptasi interpretasi warna dalam film Barbie dan pengaplikasian reka bahan.

1.5 Kerangka Pemikiran

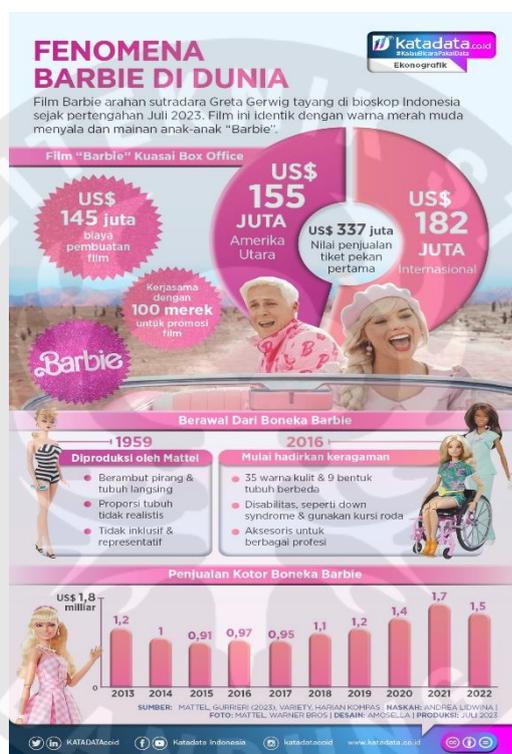
Inner child merupakan sifat dalam individu seseorang yang didapatkan dari pengalaman masa kecil yang mempengaruhi pada kehidupan kini atau sifat kenakak-kanakan yang dibawa hingga dewasa. Stefanie Stahl seorang psikolog asal Jerman menyampaikan, *inner child* dibagi menjadi dua yaitu *sun child* merupakan sisi positif dan *shadow child* merupakan sisi negatif yang berasal dari perlakuan dan pola asuh dari masa lalu. Dalam penelitian kali ini akan membahas pada sisi *sun child* atau sisi positif *inner child*. Sisi positif *inner child* yang dimiliki setiap individu memiliki presentasi yang berbeda, tergantung pengalaman atau kenangan baik yang didapat. Pengalaman baik tersebut akan merepresentasikan perilaku di masa kini atau di masa yang akan datang. Maka dari itu pembuatan busana *Ready-To-Wear* ini merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan dan menyampaikan bahwa sisi positif *inner child* itu ada dan disampaikan melalui busana *Ready-To-Wear* dengan penerapan psikologi warna dan aplikasi reka bahan. Diharapkan masyarakat tidak terlarut dalam sisi negatif *inner child* yang telah dilalui di masa lampau serta dapat memperhatikan sisi positif *inner child* yang dapat membentuk karakter individu dengan lebih baik.

Konsep busana *Ready-To-Wear* yang ditampilkan akan mencerminkan sikap kebebasan, kreativitas, keceriaan, percaya diri dan menyenangkan. Sikap tersebut akan diwakilkan melalui warna. Pada konsep ini, diharapkan penggunaan warna dapat menjadi komunikator terhadap pesan yang disampaikan yang dapat mempengaruhi emosi manusia.

Penerapan aplikasi reka bahan yang ditampilkan pada busana yaitu *patchwork*, *single edge ruffle*, dan *double edge ruffle*. Teknik *patchwork* merupakan teknik reka bahan yang tepat untuk mewakili sisi kreatif dengan memadukan sisa kain perca. Serta penggunaan teknik *single edge ruffle* dan *double edge ruffle* untuk mewakili sisi percaya diri.

Berdasarkan profil KataData pada halaman *website* nya total pendapatan Barbie telah meningkat setelah mencapai kurang dari US\$ 1 miliar dari tahun 2013 hingga

2015. Pada tahun 2022, nilainya mencapai US\$1,5 miliar. Penjualan Barbie diperkirakan akan terus meningkat seiring dirilisnya film Barbie. Hadirnya film Barbie 2023 di industri perfilman memberikan fenomena tersendiri baik diluar negeri maupun di dalam negeri. Barbie kini bukan hanya sekedar boneka yang digemari anak-anak saja tetapi juga digemari oleh orang dewasa. Fenomena tersebut diperkuat dengan orang dewasa yang berpenampilan dengan tampilan *cute* dan *fun* saat menyaksikan film Barbie. Hal ini menunjukkan bahwa orang dewasa pun masih mempunyai sisi *inner child* dalam diri mereka. Diharapkan dengan fenomena tersebut masyarakat dapat menyadari sisi positif *inner child* dan mengangkat sisi positif tersebut.



Sumber: katadata.co.id, (2023)

Gambar 1. 3 Grafik Fenomena Barbie di Dunia

Rancangan busana yang akan diterapkan terinspirasi dari film Barbie dimana memiliki siluet I dan A. Busana ini akan memberikan kesan bebas dan ceria dikarenakan penggunaan warna dan penerapan reka bahan aplikasi yang akan diterapkan. Pembuatan busana ini menjadi sebuah sarana sebagai bentuk mengepreksikan diri pada sisi positif *inner child* yang dapat dituangkan dalam warna, dan aplikasi reka bahan.

Berdasarkan uraian tersebut serta dengan melihat perkembangan *fashion* di

Indonesia diharapkan pembuatan busana *Ready-To-Wear* ini dapat diterima oleh pasar dan dapat meningkatkan kreatifitas dalam dunia *fashion design*.

1.6 Metodologi Penelitian

Terdapat metodologi penelitian yang perlu diperhatikan dalam pembuatan busana *Ready-To-Wear* sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Penulis melakukan kajian literatur dengan membaca berbagai sumber data lain seperti buku, *e-book*, artikel, dan literatur yang relevan dengan tema yang diambil.

2. Eksplorasi

Eksplorasi adalah upaya untuk mengeksplorasi komposisi reka bahan yang akurat, sehingga penelitian dapat berjalan lancar dan menghasilkan karya yang sesuai.

Secara garis besar, metodologi penelitian digambarkan sebagaimana diagram alir pembuatan busana *Ready-To-Wear* yang ditunjukkan pada Gambar 1.4 di bawah ini.



Gambar 1. 4 Diagram Alir Metodologi Pembuatan Busana *Ready-To-Wear*

1. Menentukan isu atau fenomena yang akan diangkat dalam pembuatan busana *Ready-To-Wear*.

2. Menentukan studi pustaka dan mengumpulkan berbagai data dan informasi melalui jurnal, *website*, buku dan sumber lainnya, sesuai dengan permasalahan dan konsep yang akan diangkat.
3. Membuat *moodboard* sebagai sumber inspirasi dari konsep pembuatan *design* busana *Ready-To-Wear* untuk melengkapi proposal.
4. Membuat sketsa *digital* desain busana *Ready-To-Wear*.
5. Eksplorasi reka bahan teknik *patchwork* dan teknik *ruffle*.
6. Membuat produk akhir pembuatan busana.
7. Proses *Photoshoot*.

