

## INTISARI

Belakangan ini, masyarakat ramai membicarakan tentang *inner child* di media sosial. Pembahasan ini banyak menyoroti sisi negatifnya saja, padahal *inner child* juga memiliki sisi positif. Di sisi lain, film Barbie yang rilis di Indonesia pada bulan Juli tahun 2023 lalu memberikan fenomena tersendiri, seperti banyak ditemukannya orang dewasa yang berpenampilan seperti Barbie dengan tampilan lucu dan meriah saat menyaksikan film tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa orang dewasa pun masih memiliki sisi *inner child* dalam diri mereka masing-masing. Dari kedua hal tersebut, sisi positif *inner child* akan menjadi topik utama dalam pembuatan busana *Ready-To-Wear* ini. Sisi positif *inner child* tersebut akan dituangkan melalui penerapan psikologi warna dan aplikasi reka bahan. Dari hasil kuisioner yang disebar, sebesar 51,4% responden mengetahui sisi positif *inner child* dapat dipresentasikan melalui psikologi warna, namun 48,6% responden tidak mengetahui hal tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum menyadari bahwa sisi positif *inner child* dapat dipresentasikan melalui psikologi warna. Warna-warna yang akan diterapkan adalah *pink*, biru, ungu, dan kuning. Warna-warna tersebut sangat identik dengan film Barbie. Aplikasi reka bahan yang akan ditampilkan adalah *patchwork* dan *ruffle*. Dalam penerapannya, *patchwork* akan dibuat dalam dua motif, yaitu *diamond* dan *square*. Sementara itu, *ruffle* akan diterapkan dalam dua variasi, yaitu *single edge ruffle* dan *double edge ruffle*. *Patchwork* melambangkan sisi kreatif dari *inner child*, sedangkan *ruffle* mewakili rasa percaya diri yang juga merupakan sisi positif dari *inner child*. Tujuan pembuatan busana *Ready-To-Wear* ini adalah untuk mengkomunikasikan keberadaan dan pentingnya sisi positif dari *inner child*.

Busana *Ready-To-Wear* ini mengusung tema *Fusion* dan subtema *Symbiotic* dari *Fashion Trend Forecast 2024/2025 "Resilient"*. Pada subtema tersebut, unsur utama yang ditampilkan adalah penggunaan warna cerah dan ceria. Komposisi warna yang digunakan yaitu warna yang dapat merepresentasikan sisi positif *inner child*. Warna yang akan diterapkan yaitu *pink* melambangkan semangat dan feminisme, kuning mewakili rasa percaya diri dan keceriaan, ungu mewakili rasa petualang dan pemicu kreativitas, dan biru menonjolkan sisi tenang. Busana *Ready-To-Wear* ini akan menggunakan siluet I dan A. Material yang dipakai adalah kain toyobo dengan potongan baju yang *wearable*, *simple*, namun tetap *stylish*. Busana ini mengacu pada *western style*. Konsep dari busana *Ready-To-Wear* ini adalah busana siap pakai dengan nuansa *colorful*, unik, dan *stylish*, dengan target market wanita berusia 25-35 tahun yang memiliki gaya berbusana unik, menyukai warna cerah, dan memiliki karakter *cheerful* serta unik. Busana ini dirancang khusus untuk acara non-formal seperti acara *entertainment*.

Proses pembuatan busana *Ready-To-Wear* ini terdiri dari pembuatan desain, pemilihan material, pembuatan pola, *Quality Control* pembuatan pola, *spreading* dan *marker*, *Quality Control spreading* dan *marker*, pemotongan kain, eksplorasi reka bahan, *Quality Control* eksplorasi reka bahan, penjahitan, *Quality Control* penjahitan, *finishing*, *Quality Control finishing*, *fitting*, dan *photoshoot*. Busana *Ready-To-Wear* yang akan diwujudkan sebanyak 2 *look*. Harga jual dari busana *look 1* adalah Rp. 1.910.000,00 dan busana *look 2* adalah Rp. 1.940.000,00. Harga jual tersebut didapat dari akumulasi HPP dengan persentase laba yang diinginkan yaitu sebesar 50%. Laba yang diharapkan diperoleh dari hasil jahitan yang rapi, penggunaan reka bahan *patchwork* dan *ruffle* yang dibuat secara *handmade*, serta mengikuti *Fashion Trend Forecast 2024/2025 "Resilient"*.