



Terbit *online* pada laman:

## SEMINAR NASIONAL INOVASI, RISET, DAN TEKNOLOGI (SINERGI)



Original/Literature Review

# INOVASI DESAIN *VEST* PERCA DALAM *MODEST WEAR* BERKELANJUTAN

Nadhia Nafila Raharjo, Triyanto\*

Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

### INFORMASI ARTIKEL

*Sejarah Artikel:*

Diterima Redaksi : 18 September 2025  
Revisi Akhir : 17 Oktober 2025  
Diterbitkan Online : 4 Mei 2026

### KATA KUNCI

Era digital, manajemen kurikulum, mutu pendidikan

### \*KORESPONDENSI

E-mail: [triyanto@uny.ac.id](mailto:triyanto@uny.ac.id)

### A B S T R A K

*Vest* berbahan perca dengan konsep modest wear berkelanjutan menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi Z dan milenial. Proyek akhir ini memiliki tujuan untuk: (1) merancang desain modest wear berupa vest dari limbah perca konveksi; (2) mengembangkan desain vest menggunakan teknik patchwork; (3) merancang strategi pemasaran berbasis media sosial tiktok dan instagram, sebagai sarana promosi dan edukasi terkait sustainable fashion. Proses pembuatan koleksi busana modern melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) penentuan target pasar di tetapkan pada perempuan muda modern 20 hingga 35 tahun; (2) menentukan konsep, mind mapping dan moodboard, pengembangan desain; (3) proses produksi busana yang dimulai dari tahapan membuat pola, pecah pola, memotong bahan, teknologi menjahit, finishing, hingga penentuan harga jual; (4) proses branding busana mulai dari penentuan DNA brand, logo, media branding yang cocok sesuai dengan target yang ingin dicapai. Hasil dari proyek akhir ini, yaitu: (1) terciptanya koleksi desain yang terdiri 6 desain vest berbahan perca dengan konsep modest wear berkelanjutan; (2) terwujudnya koleksi yang terdiri dari 6 vest berbahan perca dengan konsep modest wear berkelanjutan; (3) branding koleksi Timeless Touch: Tenun Waktu secara online melalui Instagram dan Tiktok.

No ISSN 3124-7539 © 2026 The Authors. Dipublikasi

oleh Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>)

Peer review under the responsibility of the scientific committee of the SINERGI

DOI: 10.21009/sinergi.v2i1.67681

## 1. PENDAHULUAN

Vest berbahan perca dengan konsep modest wear berkelanjutan menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi Z dan milenial. Proyek akhir ini memiliki tujuan untuk: (1) merancang desain modest wear berupa vest dari limbah perca konveksi; (2) mengembangkan desain vest menggunakan teknik patchwork; (3) merancang strategi pemasaran berbasis media sosial tiktok dan instagram, sebagai sarana promosi dan edukasi terkait sustainable fashion.

Proses pembuatan koleksi busana modern melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) penentuan target pasar di tetapkan pada perempuan muda modern 20 hingga 35 tahun; (2) menentukan konsep, mind mapping dan moodboard, pengembangan desain; (3) proses produksi busana yang dimulai dari tahapan membuat pola, pecah pola, memotong bahan, teknologi menjahit, finishing, hingga penentuan harga jual; (4) proses branding busana mulai dari penentuan DNA brand, logo, media branding yang cocok sesuai dengan target yang ingin dicapai.

Hasil dari proyek akhir ini, yaitu: (1) terciptanya koleksi desain yang terdiri 6 desain vest berbahan perca dengan konsep modest wear berkelanjutan; (2) terwujudnya koleksi yang terdiri dari 6 vest berbahan perca dengan konsep modest wear berkelanjutan; (3) branding koleksi Timeless Touch: Tenun Waktu secara online melalui Instagram dan Tiktok.

Selain fokus pada inovasi desain dan proses produksi, keberhasilan produk modest wear berkelanjutan juga sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang tepat. Di era digital saat ini, media sosial seperti TikTok dan Instagram memiliki peran signifikan dalam menjangkau konsumen, khususnya generasi muda yang aktif mengikuti tren fesyen dan isu lingkungan. Melalui platform tersebut, pelaku fesyen tidak hanya dapat mempromosikan produk secara luas dan efisien, tetapi juga menyampaikan edukasi mengenai pentingnya konsumsi fesyen yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, proyek ini tidak hanya berupaya menghasilkan produk vest yang berkelanjutan, tetapi juga memanfaatkan strategi pemasaran digital sebagai sarana promosi sekaligus edukasi tentang prinsip-prinsip sustainable fashion kepada masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan konsumsi modest wear menjelang Lebaran berkontribusi terhadap masalah lingkungan akibat limbah tekstil, sementara produk berkelanjutan masih belum menjangkau masyarakat secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan inovasi desain modest wear berbahan limbah perca yang tidak hanya ramah lingkungan dan estetis, tetapi juga dipasarkan secara strategis melalui media digital untuk memperluas dampak sosial dan edukatifnya.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Identifikasi kebutuhan adalah upaya untuk memahami apa yang sebenarnya diinginkan konsumen terkait dengan produk yang akan dirancang, sehingga produk tersebut dapat bersaing dan lebih unggul dari kompetitor (Haq dkk., 2018). Dalam industri fesyen, upaya ini mencakup analisis mengenai preferensi pembeli terhadap produk busana, mulai dari kegunaan, desain, serta nilai-nilai yang ingin dihadirkan dalam produk tersebut. Proses ini menjadi langkah awal desainer dalam mendalami tren, keinginan, masalah atau kekurangan produk yang dipasarkan, dan aspirasi target pasar, agar produk yang dikembangkan mampu menjawab kebutuhan sesungguhnya dan memiliki nilai tambah.

Dalam pengembangan proyek vest berbahan limbah perca, identifikasi kebutuhan dilakukan dengan mempertimbangkan sejumlah faktor penting, antara lain peningkatan kesadaran konsumen terhadap lingkungan, kebutuhan akan busana yang fleksibel dan serbaguna, permintaan desain yang timeless, dan nilai emosional produk. Seiring dengan perubahan gaya hidup dan kesadaran lingkungan, konsumen semakin mengutamakan produk fesyen yang megadopsi prinsip berkelanjutan. Menurut laporan The States Of Consumer Spending: Gen Z Shoppers Demand Sustainable Retail oleh First Insight menerangkan bahwa 62% konsumen Gen Z mengharapkan merek yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, sementara 73% rela membayar lebih untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai tersebut (Holbrook, 2020). Sustainable Fashion sendiri mengacu pada praktik dalam mendesain, memproduksi, dan mengonsumsi pakaian yang memperhatikan dampak lingkungan dan aspek sosial, seperti pemakaian material daur ulang, pengurangan limbah tekstil, serta efisiensi energi dalam proses produksi (Fletcher, 2012).

Selain faktor keberlanjutan, minat atas gaya berpakaian yang sopan dan berkelas atau modest fashion juga terjadi peningkatan. Modest fashion menggambarkan gaya berpakaian yang tertutup namun tetap modis, menampilkan kesan elegan dan modis, serta mampu menyesuaikan diri dengan nilai-nilai religius maupun budaya (Nazira dkk., 2023). Diprediksi bahwa potensi pasar modest fashion global mencapai USD 375 miliar pada tahun 2025 (Modest.id, 2024), potensi ini menjadi peluang besar bagi industri fesyen Indonesia untuk memperluas jangkauan pasar hingga tingkat internasional.

Sementara itu, konsumen saat ini juga menginginkan desain yang fleksibel. Akibatnya terjadi perubahan tren konsumsi fesyen ke arah gaya hidup yang lebih sederhana dan fungsional. Saat ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan tampilan visual, tetapi juga mengutamakan kenyamanan dan kemudahan penggunaan pakaian dalam berbagai kesempatan. Dalam hal ini, desain busana yang simpel, tidak terikat tren musiman, dan mudah dipadupadankan menjadi semakin diminati. Menurut survei yang dilakukan oleh Populix dalam laporannya yang berjudul "Indonesia in 2022: Looking at Fashion Trends & Economy Revival" mencatat bahwa sebanyak 73% responden Indonesia memilih gaya berpakaian yang sederhana, dan 80% lainnya mengutamakan kenyamanan dalam berpakaian (Populix, 2022). Data ini memperkuat gagasan bahwa konsumen pada umumnya lebih memilih pakaian yang praktis dan meningkatkan rasa percaya diri dalam berpenampilan.

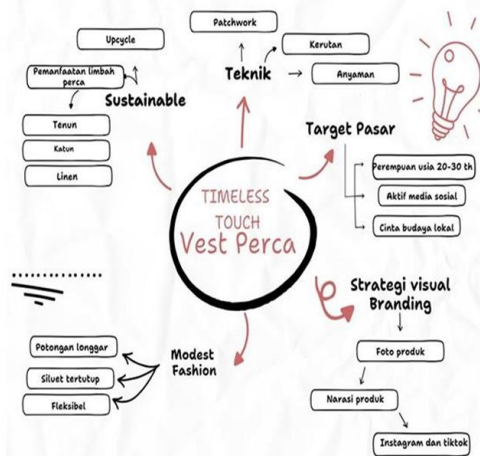
Hal yang sama pentingnya adalah bagaimana konsumen modern, terutama milenial dan gen z, semakin tertarik pada produk fesyen yang dapat mengekspresikan diri dan keyakinan mereka. Mereka menghargai pakaian yang memiliki kisah menarik dibalikinya, mulai dari bahan baku, cara pembuatannya, hingga dampak sosial dan etisnya. Dengan begitu setiap vest yang didesain memiliki ciri khas yang tidak bisa ditiru persis, sehingga menciptakan kedekatan emosional dengan pemakainya.

Tidak seperti produk massal yang kaku terhadap perubahan, vest perca muncul sebagai solusi yang estetis, fungsional dan bermakna. Vest ini tidak hanya sekedar pelengkap busana, tetapi mewujudkan identitas dan kepedulian konsumen akan keberlanjutan. Dirancang dengan prinsip modest fashion serta

desain yang simpel, modern, dan timeless, vest ini tetap fleksibel dan relevan dengan tren dan konsumsi fashion masa kini.

### 3. METODOLOGI

Perancangan ini difokuskan pada proses penciptaan karya busana. Metode perancangan dipilih karena sesuai untuk penciptaan koleksi karya yang berbasis praktik yang menghasilkan produk dalam bentuk nyata. Proses dilakukan secara bertahap mulai dari eksplorasi ide, *mind mapping*, *mood board*, desain, pengembangan desain, hingga proses produksi koleksi busana *vest* berbahan perca dengan pendekatan *modest wear* berkelanjutan.



Desain yang dihasilkan menggabungkan teknik *patchwork* dengan dua teknik lainnya yaitu anyaman dan kerutan untuk menciptakan tampilan busana yang elegan, fleksibel, dan berkelanjutan. Langkah awal dilakukan dengan mengorganisir setiap informasi yang dikumpulkan yaitu berupa *mind mapping*. Selanjutnya dilanjutkan untuk membuat *mood board* yang menrangkan apa saja elemen-elemen yang digunakan dalam proses perancangan desain.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Koleksi busana yang dibuat untuk proyek akhir ini terdiri dari 6 desain. Setiap desain berbeda-beda namun tetap dengan konsep yang sama. Proses desain dimulai dengan penyusunan mind mapping dan pembuatan moodboard sebagai panduan pembuatan koleksi busana bertemakan “Timeless Touch: Tenun Waktu”. Dari penyusunan mind mapping diidentifikasi target pasar utama adalah perempuan muda berusia 20-35 tahun dipertanyaan, yang termasuk generasi Milenial dan Gen Z. Mereka memiliki akses tinggi terhadap informasi digital dan aktif di Instagram maupun Tiktok untuk mencari referensi busana. Mood board menampilkan unsur visual berupa palet warna alam seperti coklat, maroon, oranye, biru, dan hitam, serta tekstur kain yaitu tenun, katun, dan linen. Dari sini, dikembangkan keenam desain vest dengan siluet longgar, bentuk lurus, nyaman dan timeless. Desain dipadukan dengan prinsip modest wear dan keberlanjutan. Pembuatan Desain pada proyek akhir ini menggunakan aplikasi HiPaint melalui tiga tahapan, yang pertama membuat desain sketsa untuk mengeksplorasi bentuk dasar, kemudian desain produksi yang memuat informasi detail seperti potongan pola dan elemen desain, dan terakhir desain ilustrasi dengan penyajian warna dan setail visual. karya proyek akhir dengan tema “Timeless Touch: Tenun Waktu”, yang berarti memadukan keabadian desain dengan kekayaan budaya tekstil lokal. Penerapan limbah perca berupa vest yang modest terinspirasi dari keadaan lingkungan sekitar, lalu dikembangkan

menggunakan mind mapping dan mood board. Busana ini dirancang untuk bisa digunakan dalam berbagai situasi, sehingga dapat mengurangi pembelian fast fashion. vest perca berhasil mencerminkan prinsip modest wear dan sesuai dengan tren yang berlangsung yaitu adalah modest contemporary fashion melalui potongan longgar, simpel dan elegan. Konstruksi desain tidak hanya memperhatikan bentuk, tetapi juga nilai kesopanan, fleksibilitas, dan kesedehanaa yang sesuai dengan identitas perempuan masa kini.



### 5. KESIMPULAN

Terciptanya koleksi desain “Timeless Touch: Tenun Waktu” yang terdiri dari 6 looks, berdasarkan keadaan limbah perca konveksi yang menumpuk di lingkungan sekitar perancang menghasilkan jenis busana vest melalui beberapa tahap. Perancangan melakukan beberapa tahapan pembuatan desain diantaranya: menentukan tema, membuat mindmapping dan mood board, serta membuat desain yang dimulai dari sketsa hingga ilustrasi desain. Tahap penerapan tema diawali dengan menelaah konsep, memahami segmentasi pasar, dan menguasai tren yang merujuk pada sumber ide. Tahap pembuatan mindmapping dan moodboard dilakukan dengan cara melakukan pemilihan bahan, teknik konstruksi, prinsip desain, hingga strategi pemasaran, kemudian mencari gambar atau objek lain yang dapat digunakan untuk menggambarkan suatu konsep desain busana. Dari kumpulan gambar yang berasal dari sumber ide maka direalisasikan dalam penciptaan desain lalu diteruskan ke proses pengembangan desain.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Agustin and E. Hartanti, *Dasar Teknologi Menjahit Jilid 1*, F. Handayani, Ed. Direktorat Pembinaan SMK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2019.
- [2] R. Akmal, "Pentingnya Sketsa Dalam Dunia Desain," Telkom University, 2024. [Online]. Available: <https://bpd.telkomuniversity.ac.id/peentingnya-sketsa-dalam-dunia-desain/>
- [3] M. Idris, "Pengertian Biaya Overhead, Jenis, Contoh, dan Hitungannya," Kompas.com, 2022. [Online]. Available: <https://money.kompas.com/read/2022/10/07/161845726/pengertian-biaya-overhead-jenis-contoh-dan-hitungannya?page=all>
- [4] H. N. Istanti, N. Kholifah, G. E. Putri, and N. Fitrihana, "Development of Media Branding on Batik Products for MSME Actors in Kulon Progo Regency," *International Journal of Advanced Science C*, 2024.
- [5] N. G. Kustian, "Penggunaan Metode Mind Mapping Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa," *Academia: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, vol. 1, no. 1, 2021.
- [6] R. Latif and M. Bayudhigantara, "Strategi branding dalam meningkatkan citra perusahaan: kajian literatur," *Stratego*:

*Jurnal Manajemen Modern*, vol. 7, no. 2, 2025. [Online].

Available: <https://journalpedia.com/1/index.php/jmm>

- [7] S. Listiani and E. Tri Wulandari, *Dasar-dasar Busana*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2023.