

# Perancangan Busana *Unisex* dengan Konsep *Adjustable*

Tiffany Jessica Amynata<sup>1</sup>, Luri Renaningtyas, S.T., M.DS<sup>2</sup>, Dibya Adipranata Hody, S.E., M.M<sup>3</sup>

Program studi Desain Fashion dan Tekstil Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif Universitas Kristen Petra  
Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email: [e12200064@john.petra.ac.id](mailto:e12200064@john.petra.ac.id)

## Abstrak

*Trend* busana yang mengatasnamakan kesetaraan *gender* telah populer di industri *fashion* baru-baru ini. *Unisex clothing* menjadi salah satu kebutuhan *fashion* yang diminati banyak pihak. Demi memperluas dan memenuhi kebutuhan konsumen, desainer ingin membuat busana *unisex* dengan konsep *adjustable* dengan desain yang unik dan jauh dari kata minimalis tetapi tetap netral. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi, analisis visual, dan studi pustaka dalam menggali dan mengevaluasi dalam perancangan busana *unisex* ini. Hasil penelitian akan menitikberatkan pada busana *unisex* netral yang memberikan penampilan menarik dan nyaman digunakan baik oleh wanita dan pria. Faktor yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini adalah menjaga “kenetralan” pada busana, teknik konstruksi yang sesuai sehingga nyaman ketika digunakan oleh siapa saja, dan memberikan kebaruan dan inovasi dalam desainnya. Melalui dedikasi ini, penulis ingin memberikan pengaruh dan pandangan baru yang positif bagi industri *fashion* dalam elaborasi pakaian *unisex* di Indonesia.

Kata Kunci: *fashion*, *unisex*, netral, unik, kenyamanan.

## Abstract

*Fashion trends advocating for gender equality have recently gained popularity in the fashion business. Many people are looking for unisex apparel. In order to expand and meet consumer demands, designers seek to offer unisex apparel with an adjustable concept and a unique design that is far from minimalist but still neutral. In researching and critiquing unisex clothing design, the study takes a qualitative method that includes observation, visual analysis, and a review of the literature. The study's findings will center on neutral unisex apparel that is appealing and comfortable for both men and women to wear. Factors to examine in this research include keeping "neutrality" in clothing, implementing proper construction techniques to make it comfortable for anybody to wear, and providing freshness and innovation in the design. The author hopes that this dedication would have a beneficial impact and create a new outlook for the fashion industry in Indonesia in terms of the development of unisex clothes.*

Keywords: *fashion*, *unisex*, neutral, unique, comfortable.

## Pendahuluan

“*Unisex Fashion*” pertama kali diperkenalkan pada tahun 1960 oleh Rudi Gemreich, yang memicu *trend fashion* terkait kesetaraan *gender* seperti *androgynous* dan *genderless fashion* di kemudian hari (Frederick, 2022). Tren ini membuka pasar baru dalam dunia *fashion*, sehingga banyak brand mulai memproduksi pakaian *unisex*. Namun, banyak dari mereka yang hanya menghasilkan busana dengan desain minimalis yang cenderung terlihat maskulin. Hoskins, seorang penulis

buku di London, berkomentar bahwa pakaian netral *gender* seringkali terlihat seperti pakaian pria, mengapa tubuh yang netral *gender* harus menyerupai anak laki-laki yang kurus? (Marković, 2023). Beberapa alasan ini yang menyebabkan banyak konsumen merasa bosan dan mencari alternatif lain dengan mencoba pakaian dari *gender* lain, dan banyak yang merasa puas dengan pilihan impulsif tersebut. Namun, kekurangan dari pakaian dengan pembagian *gender* ini tentunya

akan memberikan perasaan kurang nyaman akibat konstruksi pakaian yang hanya menyesuaikan dengan salah satu bentuk anatomi tubuh saja.

Secara umum, tidak ada aturan tertulis mengenai cara dan jenis pakaian berdasarkan *gender*. Namun, aturan tidak tertulis ini telah ada dalam masyarakat selama ribuan tahun, terlihat dari pembagian jenis pakaian untuk pria dan wanita. Pembatasan ini ada karena perbedaan bentuk anatomi tubuh manusia, tetapi diharapkan batasan tersebut tidak membatasi identitas seseorang. Salah satu alasan pakaian dibedakan berdasarkan *gender* adalah karena mereka tidak terlihat netral. Rad Hourani, seorang desainer *fashion unisex*, menyatakan bahwa kesetaraan *gender* dalam pakaian *unisex* berarti pakaian yang tidak memiliki konstruksi atau gagasan maskulin atau feminin, yang telah ia coba komunikasikan selama 10 tahun terakhir (Hourani,

2020). Banyak *brand fashion unisex* yang masih membuat pakaian *unisex* tanpa memasukkan prinsip netral ini, sehingga desain mereka sering kali terpengaruh sisi maskulin atau feminin dari *designer*-nya. Akhirnya, banyak yang menganggap bahwa konsep *unisex fashion* sama dengan *androgynous* dan *genderless fashion*.

Dengan membuat koleksi mini, desainer ingin menghidupkan kembali prinsip netral pada busana *unisex* di tahun 2024. Pakaian ini diharapkan dapat memuaskan para pecinta *fashion* dengan desain sederhana dari pakaian *unisex*, menghilangkan pandangan negatif masyarakat mengenai cara berpakaian mereka. Konsumen juga tidak perlu malu membeli pakaian yang mereka sukai, karena pakaian ini bisa dipakai oleh laki-laki dan perempuan serta menyesuaikan dengan tubuh pengguna.

## Metode Perancangan

Dalam perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking*. Metode ini kerap digunakan untuk mengembangkan produk baru di perusahaan dengan menitikberatkan pada *problem solving* yang akan memberikan solusi pada produk yang ingin diciptakan (Husnunnisa, 2024). Berikut tahapan dan penjelasan dari metode *design thinking*:

1. *Emphatise*  
Mengumpulkan data, keinginan, dan riset pasar. Mengamati perilaku konsumen.
2. *Observe*  
Mengumpulkan cerita yang dapat dikembangkan menjadi keunikan koleksi kali ini. Riset *detailing beading* dan tali. Mengeksplorasi bentuk busana netral.
3. *Define/Point of View*  
Pembuatan *moodboard*, detail *beading* merah menyerupai tetesan darah, penetapan bahan dari tali.
4. *Ideate*  
Melakukan eksplorasi pada desain dengan tetap berpegang prinsip “netral”. Menerapkan konsep *adjustable* pada busana. Memberikan variasi look dengan busana *detachable*.
5. *Prototype*  
Realisasi desain yang terpilih, dan testing pada tali dan *beading*.

## Analisa Perancangan

Melalui proses analisis yang dilakukan, penulis menemukan bahwa semakin banyak *brand* lokal yang mulai mengembangkan lini pakaian *unisex*. *Trend* ini menunjukkan respons positif terhadap permintaan konsumen yang menginginkan pakaian yang lebih inklusif dan tidak terikat pada stereotip *gender* tradisional. Akan tetapi, beberapa dari *brand* tersebut mulai mencampurkan konsep ini dengan *trend* kesetaraan *gender* lainnya contohnya seperti *genderless fashion*. *Genderless fashion* sendiri artinya memberikan kebebasan baik pria dan wanita untuk bebas menggunakan jenis pakaian apapun, melalui pembebasan ini, seseorang dapat terlihat feminin dan maskulin diluar dari *gender* biologis mereka (Dyah, 2023). Berbeda dengan pakaian *unisex*, yang tujuannya dirancang agar bisa dipakai oleh siapa saja tanpa mewakili identitas *gender* tertentu.

Tuntutan pebisnis *fashion* untuk selalu mengikuti *trend* terbaru menjadi salah satu pemicu bagi para desainer mulai mengabaikan prinsip-prinsip penting dalam mendesain pakaian. Salah satu prinsip yang terabaikan adalah kejelasan prinsip dan tujuan dari pakaian yang mereka rancang. Akibatnya, pakaian yang dihasilkan tidak lagi terlihat “netral”.

Pada akhirnya, tujuan utama dibuatnya pakaian *unisex* yaitu menciptakan pakaian yang bisa digunakan oleh semua *gender* tanpa mempengaruhi

identitas mereka telah pudar. Brand yang tadinya berusaha untuk inklusif justru membuat produk yang kehilangan esensinya sebagai pakaian *unisex*. Fenomena ini menunjukkan perlunya keseimbangan antara mengikuti *trend* dan menjaga prinsip dasar dari pakaian itu sendiri.

Tidak ada sumber yang secara spesifik meneliti fenomena ini secara mendalam, tetapi *trend* tersebut bisa diamati oleh setiap pecinta fesyen dalam koleksi terbaru dari beberapa *brand* lokal yang mulai mempromosikan pakaian *unisex* namun mengaburkan garis antara *unisex* dengan *trend* lain yang bertolak belakang dari prinsip utama busana *unisex*. Ini menunjukkan bahwa pengamatan yang dilakukan telah cukup relevan dengan didukung oleh perkembangannya di industri *fashion* saat ini.

## Konsep Perancangan dan Media yang Digunakan

Hasil akhir dari perancangan ini adalah koleksi pakaian *unisex* dengan lini *ready-to-wear* yang diberi judul "*The Persecution of The Undead*" berupa 2 kemeja, 2 celana, dan 2 *vest*. Koleksi ini mencerminkan perpaduan antara estetika *modern* dan tema-tema yang provokatif, menawarkan pakaian yang dapat dikenakan oleh semua *gender* tanpa mengorbankan individualitas. Setiap item dalam koleksi ini dirancang untuk dapat disesuaikan ke tubuh setiap penggunanya. Konsep *detachable* akan ditambahkan dalam beberapa desain untuk memperkaya variatif tampilan yang dapat dihasilkan. Untuk memenuhi keinginan konsumen, pakaian ini dirancang dengan tujuan memberikan perasaan menjadi tokoh utama bagi setiap orang yang memakainya. Koleksi ini mengusung desain yang kuat dan berkarakter, memungkinkan pemakainya untuk merasa percaya diri dan menonjol di keramaian.

Media yang digunakan untuk mempromosikan hasil akhir dari perancangan ini adalah *Instagram*. Promosi akan dilakukan melalui berbagai fitur *Instagram* seperti *feeds*, *story*, *reels*, dan *highlight* dengan memposting foto dan video. Mengingat *target market* merupakan generasi yang tanggap akan teknologi, pemilihan media promosi ini sangat sesuai. Penggunaan fitur-fitur *Instagram* memungkinkan penyampaian informasi yang lebih menarik dan interaktif, serta membantu menjangkau *audiens* yang lebih luas secara efektif.

## Inspirasi Desain

"*The Undead*" merupakan panggilan lain dari masyarakat eropa untuk "*vampire*". *Vampire* merupakan makhluk mitos yang bertahan hidup dengan menghisap darah manusia. Dalam perburuan, mereka kerap tertangkap dan dipergunakan oleh manusia. Penyiksaan tersebut akan terulang hingga mereka kehabisan daya hidupnya. Salah satu contoh designer yang pernah mengangkat konsep *vampire* adalah Viktor and Rolf pada koleksinya di tahun 2022. Koleksi akan menggambarkan kisah tersebut ke dalam busana *unisex*. Pakaian akan dihiasi dengan *beading* merah seperti tetesan darah. *Beading* sendiri merupakan suatu teknik yang memanfaatkan manik-manik untuk membuat motif tertentu (Sintesa, 2023). Beberapa *designer* seperti Robert Wun telah merilis koleksi barunya pada *Spring Summer* dengan *beading* layaknya tetesan darah. Tali keang akan dimanfaatkan sebagai konsep *adjustable*. *Adjustable* sendiri memiliki arti "dapat disesuaikan", yang artinya suatu pakaian ini bisa disesuaikan oleh penggunanya. Untuk memberi variasi tampilan, busana bisa di "lepas pasang" dengan memanfaatkan beragam opening yang menarik. Busana dirancang berdasarkan salah satu trend warna dikutip dari *Style Caster* (Marcus, 2023) yaitu warna merah dan *silver metallic*. Selain itu warna putih dan hitam akan menjaga sifat netral dalam koleksi ini.

## Target Pasar

Kelompok demografi ini adalah *target market* yang ideal untuk produk premium dari label *future futuro*, khususnya untuk seseorang yang sangat memperhatikan penampilan dan gaya hidup mereka. Kelompok ini terdiri dari pria dan wanita di rentan usia 22-30 tahun dari generasi Y dan Z. Dan sebagian besar besar dari mereka masih *single* atau memiliki keluarga kecil dengan pendapatan di atas Rp.10.000.000 per bulan. Profesi mereka bervariasi, termasuk artis, desainer, *freelancer*, model, figur publik, dan pengusaha di industri *fashion*. Secara geografi, tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya dan memilih perumahan atau apartemen *modern* yang terkesan mewah. Mereka juga sering mengunjungi mal besar, kafe, restoran mewah, dan bar. Melihat dari sisi teknografis, individu-individu ini sangat aktif di media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*, yang mereka gunakan untuk pekerjaan dan *personal branding*. Mereka sangat memperhatikan penampilan dan sering berbelanja *fashion items* atau produk *makeup* secara impulsif. Ekstrovert dan fashionable, mereka

menyukai hal-hal baru dan unik. Berpenampilan menarik adalah salah satu kebutuhan utama mereka, menjadikan kelompok ini pasar potensial untuk produk yang meningkatkan penampilan dan gaya hidup.

## Proses Pembuatan Karya

### Color Palette

Koleksi busana terbaru dirancang dengan mendasarkan pada salah satu tren warna yang dikutip dari *Style Caster* (Khan, 2024), yaitu merah dan silver metallic. Warna merah memberikan kesan berani dan energik, sementara *silver metallic* menambah sentuhan futuristik dan glamor. Selain itu, warna putih dan hitam dipilih untuk menjaga sifat netral dalam koleksi ini, memastikan fleksibilitas dan keseimbangan dalam setiap potongan busana.

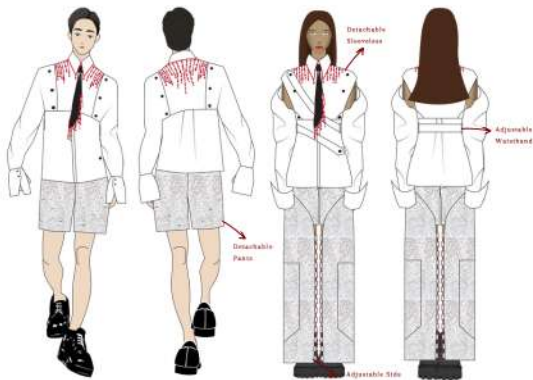
### Moodboard

Gambar 1. Moodboard



### Desain

Gambar 2. Look 1



Look pertama menampilkan kemeja yang dapat disesuaikan dengan mudah menggunakan sabuk yang dapat dikancingkan pada bagian dada. Kemeja ini

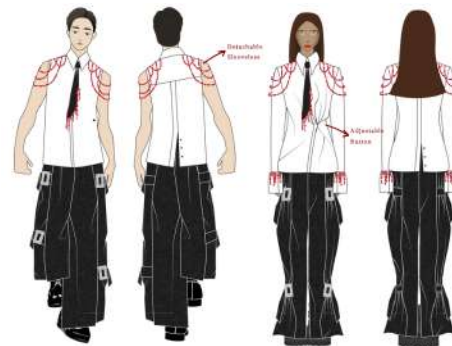
juga memiliki lengan yang bisa dilepas, memberikan fleksibilitas tampilan yang lebih variatif. Selain itu, kemeja ini akan dihiasi oleh *beading* menyerupai tetesan darah, menambahkan sentuhan artistik yang unik. Celana dalam look ini dilengkapi dengan karet di bagian samping, memungkinkan penyesuaian ukuran sesuai kebutuhan pengguna. Selain itu, celana ini merupakan produk *detachable* yang bisa diubah menjadi celana pendek, menambah kepraktisan. Di bagian sisi dalam celana, terdapat tali yang dapat disesuaikan, memberikan kenyamanan dan penyesuaian tambahan bagi pengguna.

Gambar 3. Look 2



Dengan menggunakan celana yang sama seperti pada look pertama, look kedua menampilkan kombinasi *one set* dengan vest yang unik. Vest ini memiliki *cut-out* di bagian punggung yang tidak hanya memberikan tampilan yang *sexy*, tetapi juga memberikan sentuhan dramatis dan artistik melalui *beading* merah yang menyerupai tetesan darah. Bagian depan vest ini dihiasi dengan motif rumit yang dibuat dari lilitan benang metalik pada tali pramuka, menciptakan efek visual yang menyerupai pembuluh darah. Selain itu, pada bagian badan samping vest terdapat *loop* yang bisa disesuaikan dengan tali, memungkinkan penyesuaian yang pas dengan bentuk tubuh pengguna.

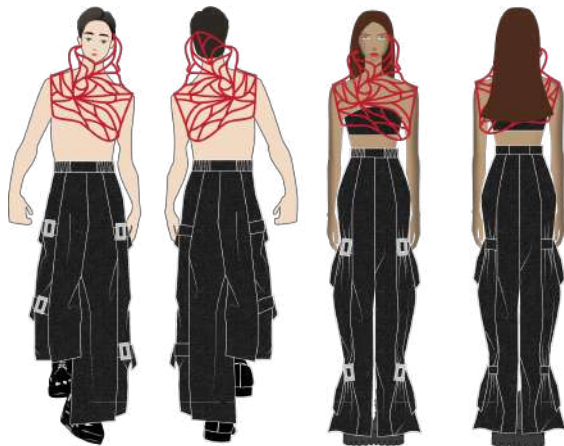
Gambar 4. Look 3





Pada *look* ini, kemeja dilengkapi dengan kancing tambahan di luar yang memungkinkan penyesuaian untuk membentuk badan penggunanya dengan lebih presisi. Sama seperti kemeja sebelumnya, lengan kemeja ini juga dapat dilepas pasang, memberikan fleksibilitas dalam berpenampilan. Namun, berbeda dengan kemeja sebelumnya, kali ini *beading* dibuat melingkar ke bahu dan memberikan tampilan yang lebih mewah dan elegan. *Beading* tambahan yang menyerupai tetesan darah pada bagian *cuff* lengan menambahkan efek dramatis. *Look* ini dilengkapi dengan celana denim yang dirancang untuk memberikan tampilan *wide leg* dan *boots cut*, yang menawarkan lebih banyak variasi tampilan pada konsumen. Celana ini juga akan di *finishing* dengan benang merah kontras, memberikan sentuhan unik yang membuat produk ini menonjol di pasaran.

**Gambar 5. Look 4**



Busana terdiri dari sebuah *vest* buatan tangan yang dibuat 100% secara manual menggunakan benang *polyester*, tali pramuka, dan kawat, serta dihiasi dengan *beading* tetesan darah yang menjadi poin utama pada koleksi ini. *Vest* ini sendiri didesain menyerupai bentuk jantung dari *Vampire*, sang tokoh utama. Tali pramuka dililit satu per satu oleh benang *polyester* merah secara rapi, menambah nilai inklusif pada produk ini. *Vest* ini dipadukan dengan celana denim dari tampilan sebelumnya, menciptakan gaya yang *bold* dan *modern*.

**Pembuatan *Detailing* Tali Merah pada *Vest***  
**Gambar 6. Proses 1**



*Detailing* tersebut dibuat dengan menggunakan tali pramuka yang dililit dengan benang merah metalik. Setiap lilitan dibuat dengan hati-hati, memastikan bahwa benang merah metalik tidak saling menumpuk dan menghasilkan permukaan yang rata dan rapi. *Detailing* ini kemudian akan di-mapping seperti lajur pembuluh darah, menciptakan pola abstrak seperti mengalir, menambah dimensi artistik yang memperkaya nilai visual keseluruhan.

***Mapping Vest Merah***  
**Gambar 7. Proses 2**



Proses pembuatan *vest* dimulai dengan melakukan *mapping* pada *dummy* untuk menentukan bentuk dasar menggunakan tali pramuka. Setelah bentuk dasar terlihat, barulah di bagian-bagian yang membutuhkan struktur tambahan, tali pramuka digunakan kembali untuk mengisi ruang yang tersedia. Kawat fleksibel dengan ukuran 2mm dan 3mm dipilih dan ditempatkan pada bagian tertentu yang perlu kekakuan tambahan. Setelah struktur terbentuk, tiap sambungan tali akan di sum begitu juga dengan proses penyatuan antara tali pramuka dan kawat yang dilakukan dengan hati-hati. Ketika struktur *vest* sudah menyatu semua, barulah *vest* akan disempurnakan dengan benang *polyester* merah yang akan dililitkan di setiap sisinya. Langkah ini tidak hanya untuk memastikan kekuatan konstruksi *vest* tetapi juga memberikan detail estetis yang menonjol. Sebagai sentuhan akhir, *vest* dilengkapi dengan *beading* merah yang menyerupai tetesan darah, menambahkan elemen dramatis dan mewah pada desainnya.

***Beading***  
**Gambar 8. Proses 3**



*Beading* yang dibuat menyerupai tetesan darah menjadi elemen yang memberikan tampilan unik pada busana. Mereka ditempatkan dengan strategis di beberapa bagian baju, seperti di lengan, bahu, leher, dan kerah.

**Proses Pewarnaan Tali**

**Gambar 9. Proses 4**



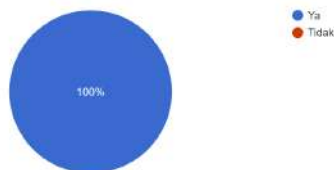
Untuk mencapai warna yang diinginkan, tali akan diwarnai secara manual dengan mencampurkan antara warna merah bendera dan merah tua dalam perbandingan 2 banding 1. Proses pencampuran ini dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa warna yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan spesifikasi yang diinginkan.

**Tanggapan Masyarakat**

**Gambar 10. Kuesioner G-Form**

Apakah fitur *detachable* ini memberikan nilai tambah bagi koleksi busana unisex ini?

20 responses

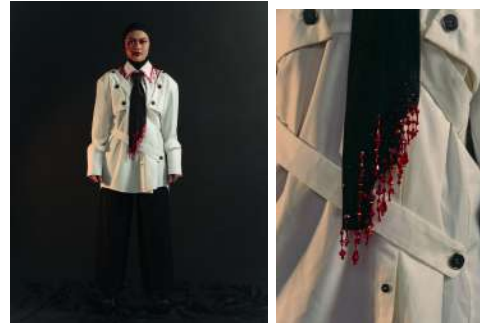


Berdasarkan survei yang dilakukan melalui *Google Form*, target pasar utama adalah kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya, dengan responden survei terdiri dari pria dan wanita berusia 22-30 tahun. Mayoritas responden memiliki kepribadian *ekstrovert* dan menghargai pujian dari orang lain. Mereka menyatakan bahwa koleksi busana ini sudah terlihat netral dan nyaman untuk semua orang. Fitur

*adjustable* dan *detachable* yang disematkan pada produk meningkatkan minat konsumen karena dinilai praktis dan fungsional untuk busana *unisex*. Dengan fitur-fitur tambahan ini, konsumen semakin terdorong untuk membeli pakaian tersebut. Untuk harga jual, mayoritas responden menyetujui kisaran di atas Rp. 2.000.000 per produk.

**Hasil Final Produk**

**Gambar 11. Look 1**



**Gambar 12. Look 2**



**Gambar 13. Look 3**



Gambar 14. Look 4



## Kesimpulan

Rancangan busana *unisex* ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan *target market* yang mengutamakan penampilan menarik tanpa batasan *gender*. Tujuan utama dari rancangan ini adalah menciptakan pakaian yang tidak hanya netral secara *gender* tetapi juga dapat menyesuaikan diri dengan berbagai bentuk tubuh penggunanya melalui konsep *adjustable* yang inovatif. Selain itu, koleksi ini juga dirancang dengan fitur melepas-pasang beberapa bagian produk untuk memberikan variasi dalam penampilan. Dengan pendekatan ini, rancangan busana ini bukan hanya tentang penampilan tetapi juga tentang ekspresi identitas dan keunikan pribadi melalui pilihan dalam berpakaian. Hal ini diharapkan dapat menarik minat dari mereka yang menghargai kreativitas dalam *fashion* serta mencari pakaian yang tidak konvensional dan berjiwa artistik. Keseluruhan, koleksi ini menggabungkan elemen fungsionalitas, fleksibilitas, dan narasi cerita untuk menciptakan pengalaman berbusana yang berbeda dan memikat bagi para penggunanya. Keunikan dari koleksi ini terinspirasi dari cerita *vampire* yang mengalami penyiksaan oleh manusia. Motif dan *detailing beading* darah serta salur pembuluh darah diangkat sebagai elemen desain utama, menambahkan dimensi naratif yang mendalam dan misterius pada setiap produk. Detail-detail ini tidak hanya berfungsi sebagai estetika visual, tetapi juga memperkaya pengalaman pengguna dengan menyampaikan cerita dan nilai-nilai yang terkait dengan mitos *vampire*.

## Daftar Pustaka

The agender agenda: understanding unisex fashion - London Metropolitan University. (n.d.-b). Retrieved from <https://www.londonmet.ac.uk/news/spotlight>

/the-agender-agenda-understanding-unisex-fashion/

Frederick, N. (n.d.-b). 1922-1985 – Rudi Gernreich | Fashion History Timeline. Retrieved from <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1922-1985-rudi-gernreich/>

Camurdan, E. (2022, October 1). “Gender-Neutral Clothing?” Fashion and Post-Gender Terminology. Retrieved from <https://offbinary.com/blogs/articles/gender-neutral-clothing-fashion-post-gender-terminology#:~:text=all%2084%20comments,%22Gender%20Fluid%20Fashion%22,often%20used%20in%20recent%20years.>

Benjamin, M. (2023, November 9). An interview with interdisciplinary artist Rad Hourani. Retrieved from <https://rain-mag.com/an-interview-with-designer-rad-hourani/>

Husnunnisa, I. A. (2024, February 29). Apa Itu Design Thinking? Ini Penerapannya Bagi Perusahaan. Retrieved from <https://www.ruangkerja.id/blog/design-thinking>

Dyah, E. (2023, August 6). Perbedaan Genderless Vs Androgynous Fashion Buat Kamu yang Percaya Diri. Retrieved from <https://wolipop.detik.com/fashion-trends/d-6861855/perbedaan-genderless-vs-androgynous-fashion-buat-kamu-yang-percaya-diri>

Sintesa, A. (2023b, December 10). Beading Adalah Apa? Ketahui Pengertian, Teknik, dan Manfaatnya. Retrieved from <https://sintesakonveksi.com/info/beading-adalah/>

Khan, O. M. I. (2024, May 3). Summer 2024’s Favorite Color Trends Are Black & White & Red All Over. Retrieved from <https://stylecaster.com/lists/color-trends-2024/>