

Study of Creative Visual Adaptation in Global Kids-Wear Trends as Modest Fashion

Firyal Rebecca Putri^{1*} & Yan Yan Sunarya¹

¹Master Design Study Programme Faculty of Art and Design, ITB
Email: firyalrebecca@gmail.com*

Abstract. The development of modest fashion in Indonesia has been formed as a lifestyle choice that is not just a trend that keeps changing. Therefore, the development of the modest fashion industry is becoming wider in Indonesia. With the numerous market demands relating to developing fashion trends, the modest fashion industry offers various styles as well as the formation of market segmentation that are adjusted to the gender, age, and user's activity needs. One of the segmentation is modest kids-wear. The segmentation could be an option for Muslim parents who want to teach their daughter to dress closed and politely from an early age according to Islamic values, yet still looking fashionable. However, children are sensitive human beings, they like to play and move actively, certain rules need to be considered in designing clothes for children. This study aims to propose design ideas that are adapted through global trends in children's clothing as well as a reference for the development in the modest fashion industry based on the segmentation of children's clothing. This research is done through a qualitative descriptive approach, which collected and compiled data, analyzing and interpreting visual adaptations related to modest fashion aesthetics to global trend on kids-wear aged 6-12 years.

Keywords: *adaptation; fashion; kids wear; modest wear; trend.*

1 Introduction

Di Indonesia, tren fashion berkembang karena mendapatkan pengaruh dari beberapa faktor, seperti kondisi geografis, sosial, ekonomi, pendidikan, budaya dan kepercayaan yang dianut di Indonesia. Salah satu yang paling kuat ialah sistem kepercayaan, agama. Dengan mayoritas masyarakat Indonesia yang menganut Agama Islam, maka terbentuk pula budaya Islam di dalamnya [1]. Pengaruh tersebut juga berimbas pada segala aspek kehidupan di Indonesia, dari pola konsumsi, cara berkehidupan, hingga cara berpakaian [1]. Industri fashion terus berkembang; atau setidaknya mengejar revolusi digital. Ada peluang baru bagi industri fashion karena konsumen Muslim ingin selalu mengikuti perkembangan fashion sambil tetap memegang teguh nilai-nilai Islami mereka

[2]. Fashion di Indonesia pun dapat secara fleksibel menyatu dengan kondisi budaya tersebut, hingga lahirnya yang dikenal dengan Fashion Muslim, atau belakangan ini dikenal dengan istilah: Modest Fashion [1]. Pada awalnya modest fashion memang tidak merajuk pada satu agama saja, namun sejak tahun 2000-an modest fashion kian melekat pada Agama Islam, terutama di Indonesia [1]. Dalam rangka pendidikan agama kepada anak-anak, beberapa orang tua mengajarkan anak-anak mereka untuk mengerjakan kewajiban beribadah dan yang paling terlihat adalah saat mengajarkan anak perempuan mereka untuk mengenakan pakaian yang sopan dan tertutup. Hal ini biasanya mulai diajarkan pada anak usia pra-sekolah, yaitu 4 – 6 tahun. Beberapa sekolah yayasan Islam di Indonesia juga menerapkan peraturan dimana para siswi dianjurkan ataupun diharuskan mengenakan busana muslim [3] seperti, seragam sekolah dengan kemeja dan rok yang panjang serta penggunaan hijab.

Franka Soeria mengatakan bahwa dari sisi pengembangan produk, banyak kategori dan elemen pendukung yang belum dimanfaatkan. Kategori dan elemen tersebut salah satunya adalah modest kidswear. Kategori tersebut masih berpeluang besar untuk dikembangkan, agar bisa menarik dan meningkatkan pelanggan baru, dan tidak hanya terbatas pada para pengguna hijab, tetapi bagi semua orang. Ria Miranda menyarankan dalam memilih baju modest kidswear agar anak-anak betah memakainya adalah memastikan anak tetap bisa bebas bergerak dengan pakaiannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka kiranya perlu untuk dikaji lebih lanjut pengembangan terhadap modest fashion segmentasi anak (modest kidswear). Pengembangan pada modest kidswear ini, dilakukan dengan cara adaptasi visual terhadap tren global pakaian kasual anak-anak (kidswear). Layaknya modest fashion untuk dewasa, modest kidswear juga diharapkan dapat mendapatkan perhatian yang besar dan terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam upaya pemaparan adaptasi visual modest fashion terhadap tren pakaian kasual anak-anak, penelitian di fokuskan pada segmentasi anak perempuan dengan usia 6 – 12 tahun. Maka penelitian ini perlu dilakukan agar hasilnya dapat dijadikan sebagai referensi pengembangan industri modest fashion yang berbasis pada tren fashion secara global sehingga dapat menciptakan produk modest fashion yang memiliki daya saing tinggi di Indonesia maupun di level Internasional dalam segmentasi pasar yang lebih bervariasi.

2 Materials and Methods

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Proses penelitiannya berupa pengumpulan dan penyusunan data, analisis serta penafsiran dari adaptasi

visual terhadap tren desain pakaian kasual anak-anak (kidswear) usia 6–12 tahun. Pengumpulan data sekunder diambil melalui studi literatur, yakni pengumpulan data diperoleh melalui buku jurnal, artikel, serta dari website atau internet.

2.1 Fashion Trend

Adapun proses analisis yang dilalui, yaitu Product Development Model yang dikembangkan oleh Gaskill's (1992) dan kemudian mengalami modifikasi oleh Wickett, Gaskill, dan Damhorst (1999) berdasarkan data baru. Sebanyak sembilan kegiatan dimasukkan ke dalam model. Tahap awal pengembangan produk dimulai dengan "trend analysis" yang mendalam, yang diberi label "inspirational search of trends", yang ditambahkan oleh Wickett dkk. ke model yang direvisi. Selama tahap ini, ide untuk produk dikumpulkan dari berbagai sumber. Sebagai bagian dari pencarian mendalam mereka untuk sumber inspirasi, planners memberikan pertimbangan yang cermat untuk prediksi musiman yang berkaitan dengan warna, fabrication, surface design, silhouette, style, dan arah fashion secara keseluruhan. Setelah tren diteliti, item yang telah dikumpulkan seperti foto, kliping majalah, dan sampel kain, disatukan untuk analisis lebih lanjut. Dengan mengingat kriteria seperti citra perusahaan (company's image), target customer, dan strategic plans, para planners mengembangkan tema atau konsep musiman dalam tahap "theme development". Selanjutnya, ciri fisik garis musim dikembangkan untuk memperkuat tema musiman. "Palette development" menentukan kelompok warna dasar dan aksen; kemudian, "structural fabric decisions" mengenai kandungan serat dan struktur kain dan diikuti dengan penentuan "fabric surface design directions".

Pada tahap berikutnya, "silhouette and style directions" merupakan tahapan penentuan siluet dan gaya. Setelah garis musiman divisualisasikan, aktivitas "pembuatan pola prototipe, konstruksi, dan analisis" dilakukan untuk mengembangkan sampel garis yang diusulkan. Ini diikuti oleh "line presentation". Selama mempresentasikan collection line, jalur musiman yang diusulkan dipersempit untuk "line adoption" ke dalam penawaran perusahaan. Sepanjang proses pengembangan, semua faktor internal, seperti proses merchandising dan target market yang ditentukan, dan faktor eksternal, seperti pasar luar negeri dan domestik, mempengaruhi proses pengembangan [4].

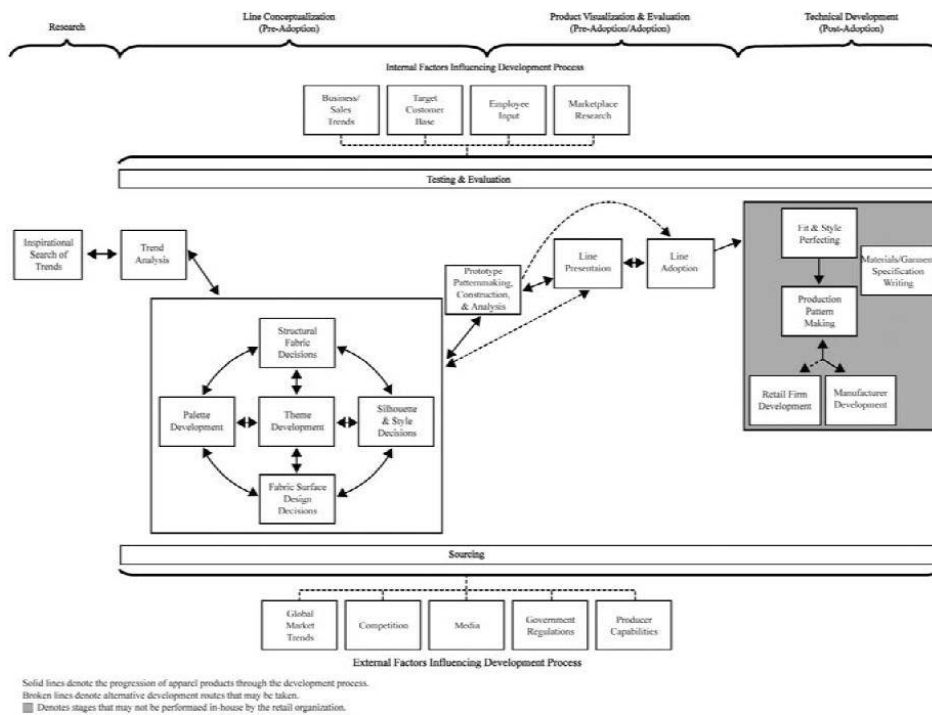


Figure 1 Trend analysis and forecasting as a starting point in the product development process: Wicket, Gaskill, and Damhorst's model (1999); Kim (2017).

2.2 Pengembangan dan Desain Produk Anak-Anak

Peneliti sebelumnya menyelidiki beberapa faktor selama pengembangan dan desain produk anak-anak di bawah konsumsi fashion [5]:

Pengenalan terhadap konsep *green design*. Di bawah pengaruh konsep konsumsi fashion, *green design* adalah metode desain yang alami, ekologis, dan dapat diperluas. Pertama-tama, pilihan bahan. Bahan harus memiliki fungsi *environmental protection* dan dapat di daur ulang, melarang penggunaan zat beracun seperti formaldehida, plastik inferior dan bahan lainnya untuk memastikan kesehatan anak-anak. Diikuti oleh *design link*. Produk lain seperti fungsi yang dapat dilepas dan disesuaikan merangsang imajinasi anak-anak; keserbagunaan produk untuk memperpanjang masa pakai produk, untuk menghindari satu fungsi untuk mempercepat produk disingkirkan dan dibuang. Begitupun terhadap produk kemasan hingga proses produksi yang harus mengutamakan *green design*, *perlindungan lingkungan* dan daur ulang dari bahan ekologi yang digunakan.

Menampilkan *style* yang sederhana. Desain produk anak-anak harus mengadopsi gaya yang fleksibel dan sederhana, dan menumbuhkan kesadaran estetika anak-anak. Desain sederhana terutama memahami dua poin, satu adalah *humanized design*. Produk harus memperhatikan kenyamanan, kemudahan, keamanan, dll., Lebih memperhatikan detail desain, *actual demand*, biaya produksi, mematuhi konsep desain yang berorientasi pada manusia, sejalan dengan hukum pertumbuhan anak-anak yang memastikan fisik dan kesehatan mental. Kedua adalah *natural simplicity design*. desainnya sederhana, mudah dioperasikan dan biarkan anak-anak memiliki rasa kembali ke alam melalui pakaiannya, integrasi organik manusia dan alam diwujudkan.

Representation of creative needs. Desain produk anak harus didasarkan pada kebutuhan yang sebenarnya, dengan bentuk baru, tampilan yang unik dan sebagainya untuk menarik minat anak. Anak-anak memiliki ciri-ciri yang aktif, perhatian tidak mudah dikonsentrasikan, dalam desain produk fungsi, bentuk, tampilan dan kombinasi menarik yang seimbang, menyebabkan anak-anak dapat lebih memperhatikan dan menemukan kesenangan. Desain produk harus mencerminkan kreativitas dan imajinasi, mendorong aktivitas pemikiran anak-anak, dan menumbuhkan pemikiran imajinasi dan kemampuan berpikir kreatif mereka.

The application of personalized color. Warna adalah elemen transmisi visual yang paling efektif dari produk, anak-anak memiliki kepekaan khusus terhadap warna yang dapat merangsang keinginan anak untuk membeli, merangsang emosi dan meningkatkan imajinasi. Desain warna yang dipersonalisasi ditujukan untuk kelompok anak-anak, dikombinasikan dengan psikologi konsumen yang unik dan psikologi warna untuk desain warna. Pertama, palet warna, produk anak-anak harus *Nuanshaidiao* kolokasi warna-warna cerah dan saturasi tinggi dapat menyebabkan kepuasan dan kesenangan emosional anak-anak, sedangkan nada abu-abu dapat membuat anak-anak lebih tertekan secara psikologis, mudah menyebabkan mentalitas lemah dan menjadikan dapat menimbulkan karakter pemalu. Kedua, perhatian harus diberikan pada pencocokan warna. Warna berperan dalam menarik perhatian dan membangkitkan minat. Pencocokan warna yang kompleks, tidak kondusif untuk produk identifikasi dan memori anak-anak yang akan menyebabkan kebingungan dalam pemikiran dan kognisi anak-anak, kecemasan dan *irritability*. Yang terpenting, untuk menggabungkan *personalized modeling design*, tingkatkan minat produk dan biarkan anak-anak dengan sendirinya menyukai produk tersebut.

Interview

Pengumpulan data primer diambil berdasarkan wawancara dengan Designer dan Creative director KidsWear, sekaligus Owner Brand KidsWear, Djeo, yaitu

Ayundavira Intan (02 Juni 2021) sebagai narasumber yang pendapatnya dijadikan sebagai basis dari penelitian ini.

Busana anak menjadi lahan yang tidak pernah mati, seiring dengan kelahiran anak dan kebutuhan anak yang dinamis. Trend yang berkembang pada industri ini, secara garis besar terlihat tidak terlalu berkembang melainkan stabil di zona nyaman karena kebutuhan pertahun selalu ada. Tetapi terjadi perubahan besar saat sosial media yang semakin mudah di akses dan produk fashion tersedia di market place, penyebaran trend fashion menjadi lebih cepat dan merata. Media sosial adalah platform online yang digunakan masyarakat dunia untuk membangun jaringan sosial atau hubungan sosial antar individu atau kelompok yang memiliki minat, aktivitas, latar belakang atau relasi kehidupan nyata yang serupa. Media sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi modern yang memiliki daya tarik tinggi bagi masyarakat.

Tidak jauh berbeda dengan fashion orang dewasa, tren pada pakaian anak juga sangat terpengaruhi pada tren global. Adapun yang menjadi perbedaan pada kedua segmentasi tersebut, yaitu saat merespon tren fashion global yang masuk ke Indonesia. Intan berpendapat bahwa anak-anak usia 6-12 tahun, mereka rata-rata sudah bisa menentukan style mereka sendiri, apa yang disukai dan apa yang tidak disukai, apa yang meningkatkan mood mereka dan apa yang tidak. Selain memfokuskan pada detail pakaian, Intan pun berpendapat bahwa memperhatikan personal dan karakteristik anak sangat penting sebagai acuan mendesain pakaian anak-anak, karena anak memiliki dunianya sendiri yang terbilang aktif dan penuh fantasi. Maka dari itu, Intan dan timnya berikan porsi 50% untuk faktor luar dan 50% untuk faktor dalam, yaitu karakter khusus yang menonjolkan kelebihan anak. Bagi Intan penerapan tren dalam eksplorasi desain produk sangatlah penting, karena tren dapat membantu brand/ desainer terus berinovasi.

3 Result and discussion

Proses perancangan mandiri diawali dari pengumpulan semua informasi mengenai tren fashion terbaru. Panduan yang digunakan sebagai referensi ialah WGSN yang merupakan perusahaan *forecasting* berbasis web terkemuka di dunia yang dapat penulis akses melalui fasilitas kampus dan Pantone yang dapat diakses secara bebas. Hasil observasi tidak serta merta langsung digunakan dalam proses perancangan mandiri, namun digunakan sebagai sumber inspirasi dan acuan dalam membuat rancangan mandiri yang disesuaikan dengan keadaan

pasar di Indonesia. Berdasarkan kondisi geografis dan budaya yang berbeda dengan Negara lain maka menghasilkan pola pakaian yang berbeda menyesuaikan dengan budaya, khususnya pada pengembangan model desain mandiri dalam penelitian ini yang menargetkan pasar anak-anak, maka penyesuaian juga dilakukan terhadap karakter dan aktivitas anak di Indonesia secara umum. Pembuatan model desain yang dilakukan oleh penulis merupakan upaya adaptasi visual yang diperoleh dari tren *kidswear* global menjadi tren yang lebih dekat dengan gaya hidup maupun pola konsumsi fashion masyarakat Indonesia. Perumusan model desain mandiri tersebut disusun dan dirancang berdasarkan analisis tren, dengan mengeluarkan satu konsep utama.

3.1.1 Design Detail

Menanggapi isu terkini, yaitu aktifitas *work from home* yang membuat masyarakat, baikpun anak-anak dan remaja menghadapi dunia digital, di mana batas antara rumah, sekolah, dan permainan menjadi kabur. Mengambil inspirasi dari minat yang berkembang dalam kenyamanan sehari-hari yang difokuskan pada nilai dan keserbagunaan yang memungkinkan konsumen untuk memiliki item multifungsi yang dapat disesuaikan dan dikenakan dalam berbagai cara yang dapat disesuaikan dengan berbagai aktivitas musim panas. Adapun tema dalam pengembangan model desain mandiri dari penelitian ini, yaitu “Alive”. Sebagaimana arti kata *alive* dalam Collins Dictionary, yaitu *having life; living; existing* atau yang memiliki arti kehidupan; hidup; ada. Adapun nilai yang ingin disampaikan ialah, di tengah kondisi pandemi Covid-19 diharapkan agar anak-anak dapat tetap menjalani hari-hari mereka dengan penuh semangat dan menikmati aktifitas yang mereka lakukan, walaupun sebagian besar aktifitas dilakukan melalui rumah. Koleksi ini menggabungkan konsep *athleisure* dan *nature*, yang mana akan menampilkan lini pakaian dengan perpaduan antara kesan *sportive* dan *feminine* yang ditunjukkan melalui pemilihan detail desain. Koleksi ini dibuat dengan desain *loose fit* dan bahan yang nyaman digunakan dengan mempertimbangkan kenyamanan dan keamanan anak saat menggunakan produk ini. Mengutamakan *longevity*,

comfort dan *versatility* dengan detail yang terinspirasi *sporty-vintage* dan tema *nostalgia*. Desain yang nyaman digunakan untuk mendukung gerak aktif anak, memelihara kesehatan dan kesejahteraan anak-anak pascapandemi, namun tetap memperhatikan penampilan dan santun. Perancangan produk ini dibuat untuk koleksi Spring/Summer 2021/2022 yang dikhususkan untuk produk *modest wear* dengan target market anak perempuan berusia 6-12 tahun.



Figure 2 Mood Board.

Table 1 Design Brief.

Collection Theme:	<i>Alive</i>
Concept:	<i>Athleisure</i>
Season/ Event:	<i>Spring/Summer 2022</i>
Number of Looks/ Pieces:	<i>6 Pcs</i>
Products:	<i>Tops, Pants, Skirt, Dress, Outer</i>
Objectives:	<i>Comfortable and multi-function yet stylish daily-modest-wear to support the growth and active movement of children while</i>

3.1.2 Desain Bentuk

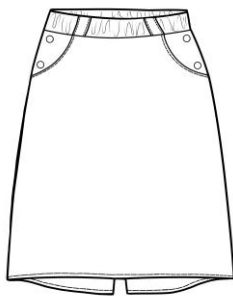
Pengembangan model mandiri ini, menawarkan 3 look desain yang terdiri dari 6 buah produk desain yang memfokuskan pada desain pakaian yang adaptif dan praktikal. Tujuan desain ini untuk membuat pakaian multifungsi yang dapat digunakan dengan berbagai cara. Baik untuk aktivitas di luar rumah maupun dalam rumah dan baik digunakan saat bermain maupun saat beristirahat.

Table 2 *Design Descriptions.*

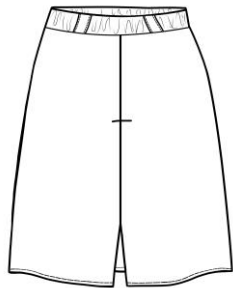
Produk	Keterangan
	Desain timeless dengan sentuhan vintage. Memberikan volume pada desain lengan dapat memberi ruangan untuk pertumbuhan anak. Menggunakan material rajut yang lembut dan nyaman di kulit anak untuk mendukung gerak aktif anak.
	Atasan multifungsi yang dapat digunakan <i>single piece</i> ataupun sebagai luaran/ jaket. Baik digunakan untuk aktifitas kasual maupun formal. Dengan pemilihan garis lengkung disesuaikan agar anak dapat mendapatkan keluwesan saat menggunakan jaket ini dan memberikan kesan sportif namun tetap terlihat feminine.
	Dapat menjadi alternatif <i>layering</i> untuk sebuah cardigan yang ringan digunakan untuk anak-anak. Terinspirasi dengan kenyamanan berada di dalam rumah, desain cardigan ini menawarkan kenyamanan dalam siluet nya. Cardigan yang dapat dibuat menggunakan bahan yang ramah lingkungan, seperti recycle poliester atau nilon seperti Recyctex, atau sustainable cotton.



Mengadaptasi desain modular yang dapat disesuaikan untuk memperpanjang siklus hidup produk. Dress yang memberikan ruang untuk anak tumbuh dengan kenyamanan menjadi keutamaan desain dress ini. Dress yang berfungsi ganda dapat dimainkan secara kreatif dengan menggabungkan pemakaian bersama tops, dapat digunakan pada dalam tops untuk menjadi rok ataupun di luar tops untuk menjadi luaran dress. Dress yang dapat dibuat menggunakan bahan bertekstur ringan seperti katun, linen atau muslin.



Desain bentuk yang menggabungkan rok dan celana dengan tujuan untuk mempermudah gerak anak dan menjaga kenyamanan anak. Desain ini memberikan kesan sportif dan juga feminine dan menampilkan estetika *slounge* yang santai, siluet tetap lebar dan lapang untuk pertumbuhan anak. Menawarkan fitur yang dapat disesuaikan seperti bagian pinggang yang elastis. Dress yang dapat dibuat menggunakan bahan recycle denim maupun bahan woven untuk desain yang lebih timeless.





Celana santai serbaguna yang dapat digunakan untuk aktifitas dalam rumah maupun luar rumah. Menawarkan fitur yang dapat disesuaikan seperti bagian pinggang yang elastis, *smocking* dan penggunaan tali untuk memudahkan penyesuaian pada tubuh anak. Desain bentuk tetap sederhana yang dapat mendukung kenyamanan dan gerak aktif anak.



Figure 3 Inspiration Look 1.



Figure 4 Inspiration Look 2.



Figure 5 Inspiration Look 3.

4 Conclusion

Dipaparkan bahwa tren *fashion* yang berkembang di Indonesia mendapatkan pengaruh dari beberapa faktor, seperti kondisi geografis, sosial, ekonomi, pendidikan, budaya dan kepercayaan yang dianut di Indonesia. Salah satu pengaruh yang paling kuat ialah sistem kepercayaan, yaitu agama. Dengan mayoritas masyarakat Indonesia yang menganut Agama Islam, maka terbentuk pula budaya Islam di dalamnya. Pengaruh tersebut juga berimbas pada segala aspek kehidupan di Indonesia, dari pola konsumsi, cara berkehidupan, hingga cara berpakaian. *Fashion* di Indonesia pun dapat secara fleksibel menyatu dengan kondisi budaya tersebut, hingga lahirlah yang dikenal dengan *Fashion* Muslim, atau belakangan ini dikenal dengan istilah: *Modest Fashion*.

Adaptasi memiliki peran penting di dalam proses kehidupan masyarakat karena membantu organisme beradaptasi dan menyesuaikan diri pada saat menghadapi rangsang lingkungan. Proses adaptasi ini membantu baik individu maupun kelompok tumbuh dengan cara tertentu dan merasa diperbarui, dan menjadi bagian dari masyarakat. Demikian pula, kaitannya pada industri *fashion*; dalam hubungannya dengan adaptasi visual terhadap tren *fashion* maka, agar sebuah desain atau produk dapat selamat (*survive*) dan berkembang atau tumbuh (*grow*) dari masa ke masa maka desainer harus mengidentifikasi setiap perkembangan tren yang ada secara global dan selalu berubah-ubah, sehingga dapat secara tepat dan menghasilkan desain atau produk yang tepat memenuhi keadaan lingkungan dan selera pasar. Penerapan tren dalam eksplorasi desain produk sangatlah penting. Dengan menerapkan tren dalam perancangan dapat membantu brand dan desainer untuk terus berinovasi.

Dalam upaya pengembangan *modest kidswear* ini, dengan cara adaptasi visual *modest fashion* terhadap tren pakaian kasual anak-anak (*kidswear*) untuk usia 6 – 12 tahun, maka dari proses desain pada umumnya tidak jauh beda dengan produk *kidswear* umumnya, hanya saja perbedaannya di *volume* dan *cutting* yang lebih diperpanjang agar sesuai dengan fungsinya dalam ajaran islam yaitu sebagai penutup aurat. Selain itu, anak-anak dianggap sebagai kelompok pakaian yang dinamis. Oleh karena itu, desainer perlu memahami keperluan dan gaya hidup anak pada setiap umurnya, dimana secara umum, anak-anak menghabiskan banyak waktu diluar ruangan untuk bermain. Proses adaptasi visual terhadap trend *fashion* menawarkan kesempatan kepada para desainer untuk menjadi kreatif dan imajinatif, namun perancangan juga memerlukan pertimbangan dalam aspek fungsional untuk mengakomodasi pertumbuhan, memberikan kenyamanan, meningkatkan keamanan, dan menumbuhkan rasa kemandirian melalui pilihan warna, prints, bentuk, material dan tekstur.

References

- [1] Shinta, F., Kajian Adaptasi Visual Pelaku Industri Modest Fashion Kota Bandung Terhadap Tren Fashion (Studi Kasus: Shafira Corporation), Tesis Program Magister, Institut Teknologi Bandung, Bandung, 2018.
- [2] Hassan, F. H., Kasi, P. M., Shahrudin, N. A., & Kechil, M. F. A. (n.d.). ISLAMIC and MODEST FASHION LIFESTYLE. *Journal of Islamic Management Studies*.
<http://publications.waim.my/index.php/jims/article/view/123>.
- [3] Indarti, Peng, L.-H. (2017). Bridging local trend to global: Analysis of Indonesian contemporary modest fashion. 2017 International Conference on Applied System Innovation (ICASI).
<https://doi.org/10.1109/icasi.2017.7988267>
- [4] Kim, E., Fiore, A. M., Payne, A., & Kim, H. (2021). *Fashion Trends: Analysis and Forecasting* (2nd ed.). Bloomsbury Publishing.
<https://www.perlego.com/book/2106747/>
- [5] Zhang, L. Study on Children Product Design and Development Based on Fashion Consumption. The 7th International Conference on Social science and Education Research, 2018.

Acknowledgement

All praise and gratitude to Allah SWT. I'd like to thank my parents for all their support and prayers. Thank you to the organizers of the cooperation program between ESMOD Jakarta and FSRD ITB which opened up opportunities for graduates to be able to continue their education to a higher level. Thanks to Dr. Yan Yan Sunarya, S.Sn, M.Sn for comments on the manufacture. As well as to the resource persons who have taken the time to assist in collecting data for research purposes.