

PERANCANGAN BUSANA KOLEKSI KHUSUS 14TH BIRTHDAY HIJABCHIC 2025

Farah Dhiba¹, Widia Nur Utami Bastaman² dan Sari Yuningsih³

¹²³Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 01 Terusan Buah Batu, Kec. Dayeuhkolot, Bandung 40257, Jawa Barat, Indonesia

¹farahdhibam@student.telkomuniversity.ac.id, ²Widianur@telkomuniversity.ac.id,

³SariYuningsih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Globalisasi mendorong pertumbuhan industri *modest fashion* di Indonesia, khususnya bagi *brand* lokal seperti Hijabchic yang menghadirkan koleksi tahunan "Birthday" sebagai refleksi inovasi dan identitas *brand*. Tantangan utama dalam pengembangan koleksi ini adalah menyelaraskan identitas Hijabchic dengan tren global serta kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Sebagai solusi, koleksi khusus 14th Birthday 2025 dikembangkan dengan pendekatan berbasis data performa produk dan tren WGSN 2025/2026. Identitas *brand* dianalisis melalui demografi pengguna *website*, preferensi konsumen dari survei media sosial, serta pemetaan desain dan produk terfavorit. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah wanita usia 25–34 tahun, dengan dominasi domisili di Jakarta. Sebanyak 63,4% membeli karena desain, dan produk paling diminati adalah atasan. Koleksi yang dirancang berdasarkan data ini mendapat respons positif dalam uji coba pasar. Pendekatan berbasis data terbukti efektif dalam menciptakan koleksi yang relevan, kompetitif, dan konsisten dengan nilai *brand*.

Kata kunci: *Modest fashion*, Identitas *brand*, Koleksi *Birthday* 2025.

Abstract : Globalization has driven the growth of the modest fashion industry in Indonesia, particularly for local brands such as Hijabchic, which presents its annual "Birthday" collection as a reflection of innovation and brand identity. The main challenge in developing this collection is aligning Hijabchic's identity with global trends and the ever-evolving needs of consumers. As a solution, the special 14th Birthday 2025 collection was developed using a data-driven approach based on product performance and WGSN 2025/2026 trends. The brand's identity was analyzed through website user demographics, consumer preferences from social media surveys, and mapping of favorite designs and products. The results showed that the majority of consumers are women aged 25–34, with a majority residing in Jakarta. 63.4% purchase based on design, and the most popular product is tops. The collection designed based on this data received positive feedback in market testing. The data-driven approach proved effective in creating a collection that is relevant, competitive, and consistent with the brand's values.

Keywords: *Modest fashion*, *Brand identity*, *Birthday* 2025 *Collection*.

PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa dampak signifikan terhadap perkembangan industri *fashion*, termasuk di Indonesia, di mana pengaruh *fashion modest wear* semakin menguat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan nilai-nilai keislaman (Arumsari, 2012). Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia berdasarkan data *The Pew Forum on Religion & Public Life*, menjadi pasar potensial bagi *fashion muslim* yang kini dikenal dengan istilah *modest wear*. Fenomena ini semakin diperkuat oleh laporan *State of the Global Islamic Economy 2019/20* oleh *Dinar Standard*, yang menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga dalam 10 Top *Modest Fashion Countries* (Nisa, 2021).

Hijabchic, sebagai salah satu pelaku industri *modest fashion* di Indonesia, telah berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan *fashion muslim modern* sejak didirikan pada tahun 2011. *Brand* ini menghadirkan koleksi *ready to wear* dengan desain yang *elegant, modern*, dan tetap mengedepankan nilai-nilai kesopanan. Salah satu koleksi unggulan Hijabchic adalah *Birthday*, yang diluncurkan setiap tahun. Pada tahun 2025, koleksi *Birthday* dirancang sebagai perayaan perjalanan ke-14 tahun di industri *fashion modest wear* Indonesia. Konsep koleksi ini mengangkat motif-motif *bestseller* dari koleksi sebelumnya yang dimodifikasi agar tetap relevan dengan tren terkini, menciptakan harmoni antara nostalgia dan inovasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis berkesempatan untuk bergabung dalam program *project design* di *brand* Hijabchic. Pada program ini, penulis berperan sebagai *junior research and development* dan berkontribusi langsung dalam perancangan koleksi khusus 14th *Birthday* Hijabchic 2025. Dengan mengembangkan koleksi *fashion* yang berkelanjutan melalui riset

kontekstual mendalam untuk memahami baik kebutuhan pasar maupun nilai-nilai *brand*. Hal ini diperkuat oleh pendapat McKelvey dan Munslow (2012), bahwa pengembangan sebuah koleksi dapat dimulai melalui tahapan pengumpulan inspirasi, dilanjutkan dengan proses riset, pengolahan ide secara visual dalam bentuk dua dimensi seperti pembuatan *moodboard*, hingga tahap pengembangan teknis dalam format tiga dimensi berupa pembuatan *sample* busana.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan dan analisis data dalam perancangan koleksi khusus 14th Birthday Hijabchic 2025 dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu:

1. **Studi Literatur**, digunakan untuk memperoleh data sekunder dari sumber seperti report WGSN, buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan tren fashion dan desain.
2. **Diskusi**, dilakukan melalui interaksi langsung dengan pihak internal Hijabchic, seperti desainer dan CEO, untuk menggali preferensi desain, validasi konsep, serta penyelarasan arah perancangan dengan nilai-nilai *brand*.
3. **Eksplorasi**, berfungsi sebagai proses pengembangan ide visual melalui observasi referensi tren, eksplorasi material, teknik, serta pertimbangan retail seperti konsumsi kain, harga, dan bentuk desain yang kontekstual.

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan koleksi 14th *Birthday* Hijabchic 2025 dilakukan dengan mempertimbangkan konsistensi terhadap identitas visual *brand* serta kesesuaian dengan tren yang berkembang. Proses ini diawali melalui analisis terhadap karakter visual dan konsumen Hijabchic serta tren global sebagai dasar

pengembangan desain. Pemahaman mendalam terhadap elemen-elemen khas *brand* menjadi hal penting untuk memastikan bahwa koleksi yang dirancang tetap sejalan dengan karakteristik dan arah estetik Hijabchic.

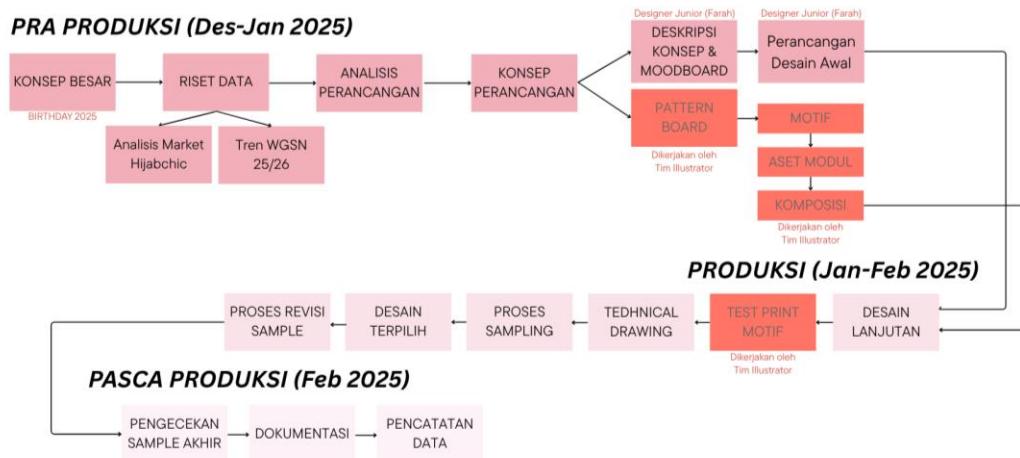
Identitas visual Hijabchic tercermin melalui elemen-elemen berikut:

1. Pemilihan warna-warna lembut (*soft*) seperti pastel dan netral.
2. Penggunaan material ringan seperti katun, *polyester*, organza, brokat, dan *tulle*.
3. Penerapan detail khas seperti *lace*, *pleats*, bordir, sablon, dan *floral pattern*.
4. Siluet busana yang *loose* dan *flowy*.
5. Gaya desain yang chic dan elegan, dengan penekanan pada kesan feminin, anggun, dan *modern* (Hijabchic Blog, 2025).

Alur Kerja

Alur kerja koleksi khusus 14th *Birthday* Hijabchic 2025 dimulai dari tahap pra produksi, yaitu penentuan konsep, analisis pasar dan tren *fashion* WGSN 2025/2026, hingga penyusunan *moodboard* dan pengembangan desain awal. Desain yang terpilih kemudian dikembangkan menjadi sampel busana pada tahap produksi, dievaluasi bersama tim R&D (*Research & Development*) dan CEO, lalu disempurnakan melalui pembuatan sampel kedua sebelum masuk ke produksi massal. Tahap pasca produksi mencakup pengecekan kualitas akhir, dokumentasi, serta pencatatan data sebagai dasar produksi massal dan perhitungan estimasi COGS (*Cost of Goods Sold*).

Bagan Alur Kerja Project Birthday Hijabchic 2025

Gambar 1 Bagan Alur Kerja Project
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Konsep Besar

Setiap tahun, Hijabchic merilis koleksi khusus pada bulan April untuk merayakan hari jadi *brand*. Pada 2025, koleksi *Birthday* dirancang sebagai perayaan 14 tahun perjalanan Hijabchic di industri *modest fashion* Indonesia, dengan tema “*recall*” yang mengajak konsumen bernostalgia melalui motif-motif *bestseller* yang sebelumnya sukses di pasaran (Nofindra, 2019). Motif-motif ini dipilih berdasarkan performa penjualan terbaik dan diperbarui agar lebih *modern* dan relevan dengan tren *fashion* WGSN 2025/2026. Koleksi ini tidak hanya mengangkat kembali motif-motif unggulan, tetapi juga menegaskan identitas Hijabchic dengan pendekatan desain yang sesuai tren terkini.



Gambar 2 Motif *Bestseller* Terdahulu
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2024)

Riset Data

Perancangan koleksi 14th *Birthday* Hijabchic 2025 didasarkan pada analisis data internal dan tren *fashion* global sebagai landasan pengambilan keputusan desain. Data demografis dari pengguna *website* dan hasil survei media sosial menunjukkan bahwa kelompok usia 25–34 tahun mendominasi konsumen Hijabchic, dengan preferensi terhadap produk atasan berbahan nyaman seperti katun dan gaya *modest* yang *modern*.

Analisis performa penjualan periode 2023–2025 menunjukkan bahwa siluet *boxy*, *A-line*, dan *X-line*, serta teknik dekoratif seperti *printing*, bordir, dan sablon dengan motif *floral* menjadi elemen yang paling diminati. Palet warna pastel dan netral, seperti *soft pink*, *beige*, *brown*, *grey* dan *white*, menjadi dominan dalam produk dengan penjualan tertinggi.

Selain itu, tren *fashion* WGSN 2025/2026 digunakan sebagai acuan pengembangan desain melalui penerapan siluet *barrel*, detail kerah *V-neck*, serta pemilihan material ringan seperti katun *poplin*, *knitwear* berbahan *fleece*, dan parasut tekstur ringan. Warna aksen *emerald* dan *deep cherry* dipertimbangkan sebagai elemen penunjang untuk menambah daya tarik visual pada koleksi.

Moodboard

Moodboard Tales of Bloom disusun sebagai acuan visual dalam pengembangan desain, motif, dan warna untuk koleksi 14th Birthday Hijabchic 2025. Konsep ini merepresentasikan keanggunan, pertumbuhan, dan keceriaan perempuan modern melalui eksplorasi motif *floral* sebagai simbol kehidupan yang terus berkembang. Motif yang digunakan mencerminkan kekayaan budaya dan sisi feminin yang lembut namun kuat. Desain dikembangkan dengan pendekatan *modest modern ready to wear* berdasarkan tren WGSN 2025/2026, mencakup kemeja, tunik, *dress*, celana, rok, dan *outerwear*, dengan siluet *boxy*, *A-line*, *X-line*, *barrel*, serta detail *V-neck*. Palet warna memadukan nuansa pastel dan netral seperti soft pink, beige, white, brown, grey, serta aksen *emerald* dan *deep cherry*. *Moodboard* ini menjadi panduan utama dalam pemilihan bentuk, skala motif, dan komposisi, agar selaras dengan identitas Hijabchic dan preferensi konsumennya.



Gambar 3 *Moodboard*
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2024)

Desain Awal



Gambar 4 Desain Awal
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Pada tahap ini dilakukan proses PPM (*Pre-Production Meeting*) yang merupakan pertemuan penting sebelum produksi dimulai. PPM membahas desain, material, HPP, simulasi harga jual, serta masukan dari tim produksi dan *merchandiser*.

Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari tim *merchandiser analyst*, terjadi penurunan minat terhadap *dress*, tunik, material organza, dan motif *full floral* setelah periode Raya, karena konsumen lebih memilih busana kasual harian seperti kemeja, rok, celana, dan *outerwear*. Merespons hal tersebut, desain diarahkan pada potongan yang lebih sederhana namun tetap feminin dan *modern*, dengan elemen dekoratif berupa bordir dan sablon, serta penggunaan *mix fabric* untuk menambah nilai estetika. Melalui proses perancangan yang telah dilakukan, desain nomor 1 dipilih dari tujuh alternatif desain awal yang telah dibuat dengan melakukan pengembangan pada desain.

Desain Lanjutan



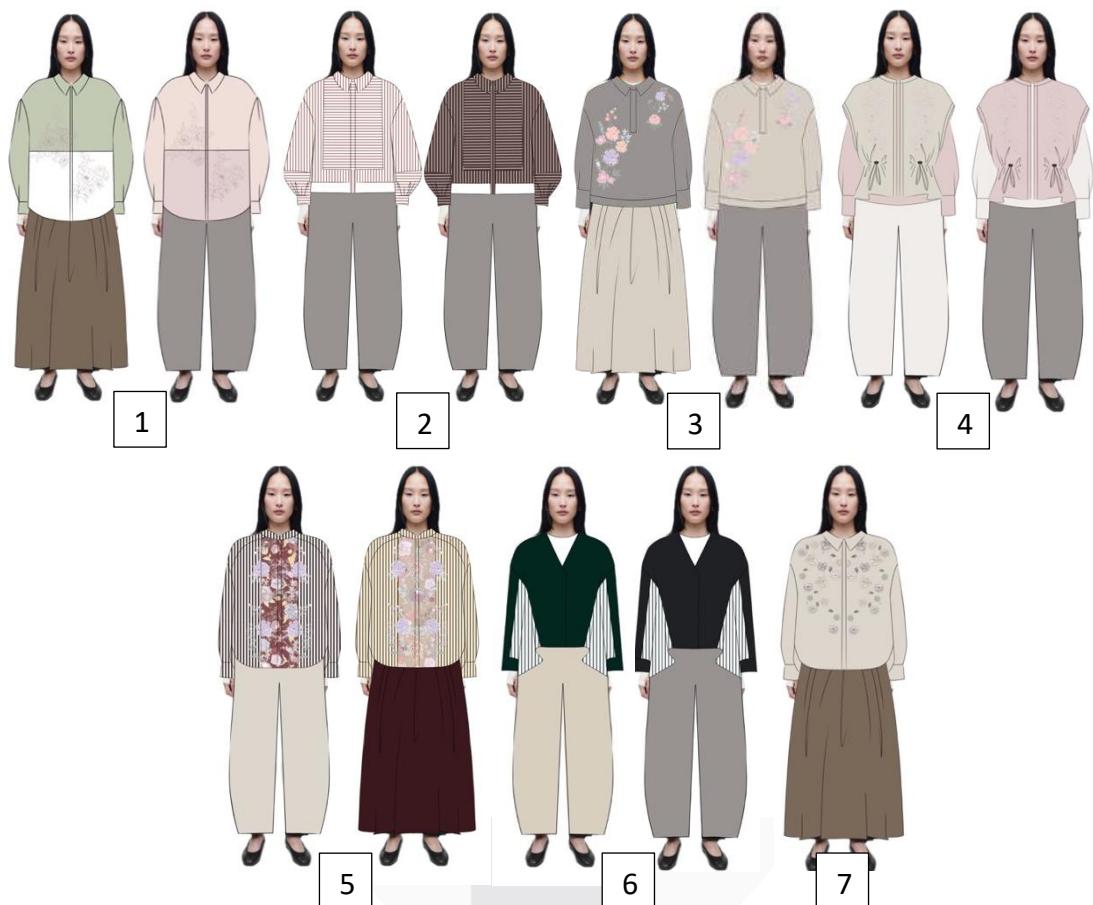
Gambar 5 Desain Lanjutan
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Desain lanjutan yang telah dikembangkan kemudian dilanjutkan ke tahap pembuatan sampel busana. Pada tahap ini, asistensi dengan CEO difokuskan pada evaluasi terhadap hasil sample secara langsung, bukan lagi pada aspek visual desain. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai kesesuaian antara desain dan implementasi bentuk nyata, serta memastikan bahwa produk memenuhi konsep awal dan standar kualitas yang ditetapkan. Proses ini juga dilakukan untuk mendukung efisiensi waktu dalam kurasi desain agar tetap sesuai dengan jadwal produksi.

Desain Terpilih

Seluruh desain lanjutan yang telah melalui tahap pembuatan sampel ditetapkan sebagai desain final untuk produksi massal koleksi 14th *Birthday* Hijabchic 2025 “*Tales of Bloom*”. Tidak terdapat perubahan signifikan pada bentuk, siluet, dan elemen dekoratif, namun dilakukan penyesuaian berupa penambahan satu opsi warna pada setiap desain terkecuali desain ketujuh,

berdasarkan tren WGSN 2025/2026 dan data penjualan Hijabchic. Selain itu, desain kedua mengalami revisi minor berupa penggantian *full motif stripe* menjadi variasi *solid stripe* untuk menciptakan diferensiasi visual dan mengoptimalkan konsumsi kain.



Gambar 6 Desain Terpilih
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Pada tahap ini dilakukan proses PPS (*Pre-Production Sample*), yaitu pembuatan sampel akhir sebelum produksi massal dimulai. PPS menjadi acuan utama untuk memastikan kesesuaian produk dengan standar desain, kualitas, ukuran, dan detail teknis yang telah disetujui. Sampel ini menggunakan material asli, teknik jahit final, dan *finishing* menyerupai produk jadi. PPS harus melalui proses *approval* dari tim desain,

merchandising, produksi, dan *quality control* untuk meminimalkan risiko kesalahan saat produksi massal.

Produk Akhir



Gambar 7 *Look 1*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)



Gambar 8 *Look 2*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)



Gambar 9 *Look 3*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)



Gambar 10 *Look 4*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)



Gambar 11 *Look 5*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)



Gambar 12 *Look 6*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)



Gambar 13 *Look 7*
(Sumber : Dokumentasi Hijabchic, 2025)

KESIMPULAN

Tugas akhir *Project Design* ini diselesaikan melalui proses perancangan dan pengembangan koleksi khusus “*Tales of Bloom*” dalam rangka memperingati 14th *Birthday* Hijabchic 2025. Koleksi ini dirancang untuk menjawab kebutuhan pasar wanita urban usia produktif, dengan tetap mengacu pada identitas Hijabchic sebagai *brand modest fashion* yang *feminin, modern, and elegant*.

Perancangan dilakukan secara sistematis, mulai dari riset tren global WGSN 2025/2026 hingga pengembangan desain yang sesuai dengan karakteristik konsumen. Pendekatan terhadap tren diterapkan secara selektif agar tetap relevan dengan segmentasi pasar Hijabchic. Salah satu strategi utama adalah mengolah kembali motif-motif *bestseller* yang telah terbukti diminati, lalu menyesuaikannya dengan siluet, warna, dan detail desain terkini untuk menjaga kesinambungan identitas visual *brand*.

SARAN

Berdasarkan evaluasi hasil *project*, ditemukan kendala terkait keterbatasan waktu dan ketidaksesuaian antara sampel dan hasil produksi massal. Untuk itu, diperlukan perbaikan berupa:

1. Penyesuaian waktu desain dan pengembangan sample agar proses teknis seperti pemilihan kain dan metode cetak dapat difinalisasi sebelum sesi foto *campaign*, sehingga menghindari revisi besar dan inkonsistensi produk.
2. Penyelarasan teknik produksi dengan teknik sampel, agar hasil visual *campaign* sesuai dengan produk akhir. Jika terdapat perbedaan metode cetak, disarankan mencantumkan *disclaimer* untuk menjaga ekspektasi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, A. (2012). Pengaruh Globalisasi pada Desain Busana Pengantin Wanita di Indonesia. *Seni Rupa & Desain*, 23-33.
- Hijabchic. (2024). Company Profile Hijabchic 2024
- McKelvey, K., & Munslow, J. (2012). *Fashion Design Process, Innovation, and Practice* 2nd Edition. London: John Wiley & Sons Ltd.

Nofindra, R. (2019). Ingatan, lupa dan transfer dalam belajar dan pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 4(1), 21-34.

Nisa, N., & Yuningsih, S. (2021). Perancangan Busana Modest Wear Dengan Konsep Zero Waste Menggunakan Teknik Shibori. *EProceedings of Art & Design*, 8(6).

