

PENGEMBANGAN BATIK KONTEMPORER DENGAN TEKNIK BATIK CAP PADA BUSANA *READY-TO-WEAR* UNTUK WANITA PEKERJA DENGAN GAYA HIDUP *SHOPAHOLIC* DAN PELUANG BISNISNYA

Numi Dewi Ayassalih¹, Rima Febriani²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

numi.dewastoro@student.telkomuniversity.ac.id¹, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id²

Abstract *Lifestyle a pattern of life, the use of one's time and money. One of the lifestyles is activity of shopping. Despite the Covid-19 pandemic, some people who have a tendency to shop are still pursuing their lifestyle. The Covid-19 pandemic also influenced the changes in getting dressed. One of them is the desire of informal worker consumers who wants comfort, and safety but remain trendy in this Covid-19 pandemic situation. In the research conducted, it can also be concluded that some workers need trendy batik clothes, because batik is one of the mandatory clothes worn while working on certain days. In this study, smart casual clothing has been designed for young adult women who work informally according to their wants and also needs, with a more wearable design combined with contemporary pattern made using batik stamped techniques. The research used mixed methods, using qualitative and quantitative which included literature studies, interviews, observations, questionnaires and exploration. Exploration carried out using stamped batik with a touch of contemporary design. The existence of a consumer's desire to shop, and the need at work is the background for research into a new business opportunity to create a brand that has a ready-to-wear concept, combined with contemporary stamped batik techniques, which can meet the needs and wants of working young adult women informally, and preserving Indonesian culture and fostering a sense of pride in using batik.*

Keyword: *Batik Cap, Contemporary, Ready-to-Wear, Shopping, Business Opportunity.*

1. Pendahuluan

Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Menurut Wells dan Tigert (Engel dkk, 1995) gaya hidup atau *lifestyle* adalah pola hidup, penggunaan waktu dan uang yang dimiliki seseorang. Sebagian besar pelaku dalam kegiatan berbelanja terutama di bidang *fashion* dan *lifestyle* adalah seorang wanita. Menurut Zikra dan Yusra (2015) dalam penelitiannya mengenai kepuasan wanita berbelanja produk *fashion* berdasarkan cara membeli menunjukkan hasil bahwa berbelanja secara langsung adalah suatu aktivitas yang biasa dilakukan oleh setiap orang

Kegiatan berbelanja tersebut mulai terhambat pada Desember 2019, saat ditemukan pertama kali COVID-19, penyakit menular yang disebabkan oleh jenis *coronavirus* yang baru ditemukan di Wuhan, Tiongkok (World Health Organization, 2020). Pada masa pandemi ini tidak sedikit orang yang tetap bertahan dengan gaya hidupnya, salah satunya adalah orang yang memiliki kebiasaan gemar berbelanja atau yang dikenal sebagai *Shopaholic*, *Shopaholic* sendiri adalah individu yang memiliki kecenderungan terus menerus menghabiskan waktu dan uang untuk mendapatkan suatu benda tertentu namun benda tersebut tidak selalu menjadi keperluan pokok bagi dirinya (Arbaini, 2017 dalam Oxford Expans). Mereka juga membutuhkan pakaian ataupun *fashion item* yang baru untuk menunjang penampilannya, salah satunya dengan menggunakan pakaian batik.

Batik merupakan warisan budaya Indonesia dan hampir setiap daerah memiliki seni dan ciri khasnya masing-masing serta dapat menjadi peluang bisnis setiap masyarakat khususnya dalam bidang pakaian. Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan batik mulai memudar dan *trend fashion* silih berganti. Namun,

sebenarnya penggunaan batik ini dapat dimodifikasi untuk membuat *trend fashion*-nya tersendiri sehingga batik dapat tetap dilestarikan terutama pada generasi muda. (Iskandar & Kustiyah, 2017).

2. Metode Penelitian

Metodologi ini mencakup nilai kualitatif dan kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

- Studi literatur didapatkan dari *jurnal*, *e-book*, *google scholar*, tentang materi yang sedang diteliti seperti busana, belanja, *shopaholic*, pandemi, Covid-19, batik, peluang bisnis, unsur rupa, serta seni kontemporer.
- Wawancara dilakukan dengan proses tanya jawab dengan narasumber melalui telepon dan *whatsapp messenger*, terhadap wanita madya pekerja informal yang memiliki kriteria dari *target market alpha customer*, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan mengenai produk yang akan dibuat.
- Observasi dengan cara mendatangi tempat yang sesuai dengan kebutuhan, mengobservasi beberapa kantor informal beserta pekerjanya.
- Kuisisioner guna mencari kebutuhan pasti *target market alpha customer*, agar tidak subjektif dan produk akhir yang dibuat berdasarkan hasil *demand* dari customer.
- Eksplorasi guna mengetahui teknik terbaik untuk digunakan dalam pembuatan batik, dengan menggunakan beberapa teknik seperti batik cap maupun teknik melukis langsung pada permukaan kain.

3. Dasar Teori

Coronavirus

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 ini dinamakan Sars-CoV-2. Virus corona adalah zoonosis (ditularkan antara hewan dan manusia).

Belanja

Menurut Sari (2018) belanja saat ini bukan lagi sekadar sebuah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga telah menjadi sebuah gaya hidup. Di era *modern* saat ini lazim dengan kata *shopping* atau belanja menjadi hobi dan kesenangan tersendiri. Banyak orang melakukan kegiatan membeli produk atau shopping walaupun mereka tidak memerlukan produk tersebut, tetapi tidak jarang konsumen mengunjungi tempat belanja hanya untuk membeli kebutuhannya

Shopaholic

Shopaholic berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang memiliki arti suatu ketergantungan yang di sadari atau tidak. *Shopaholic* adalah individu yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan berbelanja untuk menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan (Arbaini, 2017 dalam *Oxford Expans*).



Ilustrasi shopaholic

Sumber: <https://maucash.id/perhatikan-ini-tanda-tanda-kamu-sudah-jadi-shopaholic>, diakses pada tanggal 20 Juni 2021

Ready-to-Wear

Busana ready to wear adalah busana yang bisa langsung dipakai dengan mudah tanpa harus melakukan pengukuran badan dan memesan desainnya terlebih dulu seperti pada saat membuat busana memesan ke penjahit



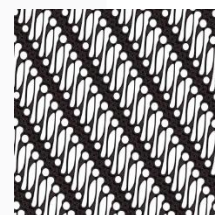
Ready-to-Wear

Sumber:

<https://id.pinterest.com/pin/241646336246490665/>, diakses pada 24 Juli 2021

Batik

Kata batik berasal dari gabungan dua kata Bahasa Jawa yaitu *amba* dan *titik*. "Amba" artinya kain dan "Titik" adalah cara memberi motif pada kain dengan cara memberi motif pada kain dengan menggunakan malam cair dengan cara di titik-titik (Utami, 2014)



Batik

Sumber: id.pinterest.com/pin/1337074878993553/, diakses pada tanggal 20 Juni 2021

Seni Kontemporer

Pengertian seni rupa kontemporer berarti seni rupa yang diciptakan terikat pada berbagai konteks ruang dan waktu yang menyelubungi seniman, audiens dan medannya. Istilah kontemporer sendiri berasal dari Bahasa Inggris "contemporary" yang berarti apa-apa atau

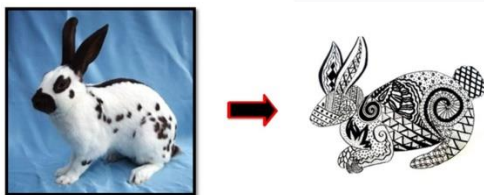
mereka yang hidup pada masa yang bersamaan (D. Maryanto, 2000).

Unsur Rupa

Menurut (Prabadewanti, 2011) terdapat 6 unsur rupa, yaitu:

- Titik adalah sebuah unsur seni rupa berdimensi paling kecil dan merupakan suatu unsur pertama untuk dikembangkan menjadi garis bidang dan ruang.
- Garis adalah kumpulan dari banyak titik. Garis memiliki jenis-jenis dan karakter dengan berbagai kualitas. Jenis garis seperti garis putus-putus dan garis lurus. Sedangkan karakter garis seperti lengkung dan tegas.
- Bidang adalah kumpulan garis yang membentuk sebuah dimensi, dimensi yang dimaksud adalah panjang dan lebar. Bidang sendiri memiliki 2 kategori yaitu, geometri dan non-geometri.
- Ruang adalah bentuk yang dihasilkan dari beberapa bidang dan menghasilkan bentuk tiga dimensi.
- Warna adalah sebuah unsur pendukung pada sebuah gambar. Warna dapat mewakili rasa dan dapat menjadi jalur komunikasi.
- Tekstur terbentuk dari sebuah kualitas garis dan titik tertentu. Tekstur merupakan suatu nilai raba di suatu permukaan.

Stilasi



Stilasi

Sumber:

<https://sumber.belajar.kemdikbud.go.id/repos/FileUpload/Seni%20Motif/topik5.html>

Menurut Santoso (2013) Stilasi merupakan pengayaan bentuk atau penggambaran dari bentuk alami menjadi bentuk ornamental dengan tidak meninggalkan karakter bentuk aslinya.

Stilasi ini dapat dilakukan untuk bentuk-bentuk geometris dan bentuk-bentuk naturalis seperti stilasi bentuk segitiga, bentuk segi empat, bentuk lingkaran dan sebagainya.

Business Model Canvas

Menurut Osterwalder dalam Wisnu (2014) Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai. Salah satu tujuan didirikannya bisnis adalah mencari laba/keuntungan, dalam arti seluruh aktivitas ditujukan untuk mencari keuntungan. Tujuan lain bersifat sosial untuk membantu masyarakat dalam menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan.



Business model canvas

Sumber: Google.com, diakses pada tanggal 20 Juni 2021

4. Hasil dan Analisa

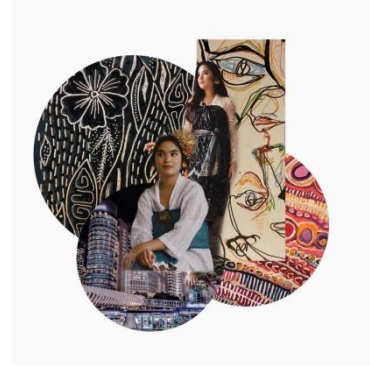
Berdasarkan data studi literatur, observasi lapangan maupun media sosial dan wawancara tersebut, mereka menginginkan pakaian yang nyaman, aman, dan trendy untuk kegiatannya diluar rumah. Tipe pakaian yang di butuhkan oleh seorang yang bekerja aktif diluar rumah tersebut dapat di golongan sebagai pakaian *semi-casual* yang dapat digunakan pada saat bekerja namun akan tetap *trendy* dan tidak terkesan *formal* pada saat harus berkegiatan diluar rumah. Berdasarkan analisa hasil observasi, seiring

dengan perkembangan zaman, penggunaan batik mulai memudar dan trend fashion silih berganti. Namun, sebenarnya penggunaan batik ini dapat dimodifikasi untuk membuat *trend fashion*-nya tersendiri sehingga batik dapat tetap dilestarikan terutama pada generasi muda.

5. Konsep Desain

Berdasarkan fenomena yang di paparkan, tanpa disadari adanya potensi membuat suatu produk yang memiliki peluang usaha, yaitu dengan membuat busana *semi-casual* dengan konsep *urban style* dengan sentuhan tradisional. Penggunaan teknik batik dipakai untuk kesan tradisional guna melestarikan batik, dikombinasikan dengan gaya kontemporer yang membuat kesan tradisional. Dari data ini, penulis mengharapkan hasil perancangan produk pakaian ini dapat menjadi solusi atas permasalahan yang telah ditemukan.

Mengambil konsep pakaian *casual wear* untuk wanita pekerja informal dengan gaya hidup gemar berbelanja yang bekerja langsung di kantor pada masa pandemi dengan rentang usia 23-35 tahun. Pakaian yang *simple*, *trendy*, dan nyaman digunakan sehari hari dan menggunakan warna bold yang mendeskripsikan kekuatan. Desain yang dibuat sengaja tidak memiliki banyak potongan dan dibuat *simple* guna menonjolkan motif yang akan dicap pada kain. Pada desain pakaian yang akan dibuat digunakan teknik batik cap dengan komposisi motif sesuai dengan tema. Produk ini diharapkan dapat menjadi pakaian yang praktis untuk bekerja dan berbelanja dan dapat disukai guna melestarikan batik di Indonesia kalangan pekerja



Moodboard



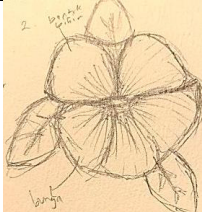
Sumber: Dokumen pribadi

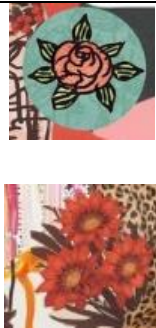





6. Eksplorasi

Dalam tahapan eksplorasi awal, penulis merancang beberapa busana dengan penerapan teknik batik cap dengan motif kontemporer. Rancangan ini dibuat dengan memperhatikan keinginan target market, berdasarkan beberapa kata kunci, yaitu, casual, trendy, comfort, dan juga berdasarkan trend forecast S/S 22.

Eksplorasi Awal Pembuatan Stilasi Motif



Tabel Eksplorasi pembuatan stilasi motif



| No | Ornamen dari <i>Pattern Board</i> | Dokumentasi Eksplorasi | Hasil Analisis |
|----|---|---|---|
| 1 |   |  | Hasil analisis dari eksplorasi ini adalah bentuk yang dihasilkan dari pengembangan dari bentuk sebuah bibir |

| | | | | | | | |
|---|--|--|---|----|---|--|--|
| | | | dan kelopak bunga. | No | Looks | Material & Teknik | Deskripsi |
| 2 |  |  | Hasil analisis dari eksplorasi ini adalah bentuk yang dihasilkan dari pengembangan dari bentuk mawar | 1. |  | Motif: Batik Kontemporer Teknik: Batik Cap Material: Katun | <i>Long shirt A-line sleeveless</i> dengan detail <i>v neck</i> di bagian depan, <i>semi backless</i> dan <i>full print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun. |
| |  |  | Hasil analisis dari eksplorasi ini adalah bentuk yang dihasilkan dari pengembangan bentuk garis yang seolah-olah adalah suara, dan juga dari motif bulu harimau | 2. |  | Motif: Batik Kontemporer Teknik: Batik Cap Material: Katun | <i>Midi dress, A-line sleeveless</i> dengan detail <i>oval neck</i> di bagian depan, <i>semi backless v neck</i> dan kombinasi <i>full print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun dibagian depan, dan kain polos berbahan katun dengan warna hitam senada. |
| | | | | 3. | | Motif: Batik Kontemporer | <i>Wrap skirt</i> dengan detail <i>drape</i> di bagian |

Eksplorasi Perancangan Desain

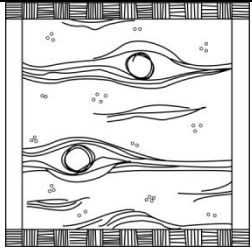
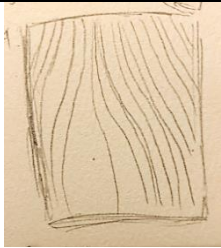




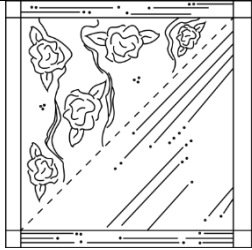


Tabel Eksplorasi perancangan desain

| | | | |
|----|---|--|--|
| |  | Teknik: Batik Cap Material: Katun | depan dan <i>full print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun. |
| 4. |  | Motif: Batik Kontemporer Teknik: Batik Cap Material: Katun | <i>Wrap midi dress sleeveless</i> dengan detail <i>v neck</i> di bagian depan, tali, <i>semi backless</i> dan <i>full print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun. |
| 5. |  | Motif: Batik Kontemporer Teknik: Batik Cap Material: Katun | <i>Midi dress sleeveless</i> dengan detail <i>straight neck</i> , <i>side line</i> , dan tali di bagian samping, <i>semi backless</i> dan motif <i>print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun. |
| 6. | | Motif: Batik Kontemporer | <i>Midi dress sleeveless</i> dengan detail |

| | | | |
|----|---|--|--|
| |  | Teknik: Batik Cap Material: Katun | <i>drawstring</i> di bagian depan hingga 1/3 <i>dress</i> , dan kombinasi <i>print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun, dan kain polos berbahan katun warna senada. |
| 7. |  | Motif: Batik Kontemporer Teknik: Batik Cap Material: Katun | <i>Sleeveless top</i> dengan detail <i>v neck</i> dan kombinasi <i>print</i> menggunakan teknik batik cap yang diaplikasikan di atas kain katun, dan kain polos berbahan katun warna hitam senada. |

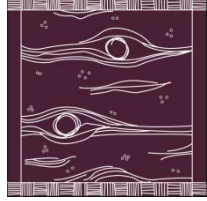

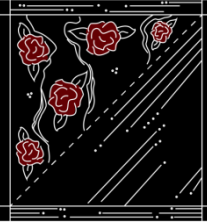
Eksplorasi Awal Pembuatan Motif

Tabel Eksplorasi pembuatan motif

| No | Eksplorasi | Stilasi | Analisa |
|----|---|---|--|
| 1. |  |   | <p>Terinspirasi dari stigma masyarakat yang selalu membatasi perempuan untuk berkembang, ini melambangkan garis garis yang ada di pinggir motifnya. Sedangkan garis garis dan lingkaran di tengah melambangkan mata seorang wanita dan bibir yang penuh harapan dan keberanian untuk merubah stigma masyarakat yang membatasi wanita</p> |
| 2. |  |   | <p>Desain motif di atas dibuat berdasarkan tema yang akan diambil, yaitu keberanian seorang wanita. Sebagai bunga, bunga mawar melambangkan keberanian. Selain itu, garis garis yang ada melambangkan halangan halangan yang dihadapi.</p> |
| 3. |  |   | <p>Sedangkan motif terakhir melambangkan persatuan wanita berani yang siap menghadapi rintangan apapun. Warna merah diberikan di atas motif mawar diatas warna hitam atau warna paling gelap di roda warna untuk menonjolkan keberaniannya.</p> |

Eksplorasi Awal Pewarnaan Motif

Tabel Eksplorasi pewarnaan motif

| No | Eksplorasi Warna | Analisa |
|----|---|--|
| 1. |  | Warna ungu yang dipilih melambangkan kemuliaan, dan dibuat lebih tua agar mendapatkan kesan yang bold agar terkesan vokal. |
| 2. |  | Bedasarkan data <i>colour trend</i> yang didapat, warna merah merupakan warna primer yang menciptakan dampak visual yang bekerja sebagai warna pop merah memancarkan kekuatan, energi, dan kepercayaan diri yang akan dicari konsumen di dunia pasca-pandemi. |
| 3. |  | Warna merah menciptakan dampak visual yang bekerja sebagai warna pop merah memancarkan kekuatan, energi, dan kepercayaan diri diberikan diatas motif mawar diatas warna hitam. Warna hitam sendiri dipilih karena warna hitam merupakan warna yang paling aman untuk digunakan yang dapat memberikan kepercayaan diri. |

Eksplorasi Terpilih

Sebagai pertimbangan dalam perancangan busana kerja, garis rancang busana mengacu pada *clean-cut look* dan minimalis. Untuk memberikan keleluasaan dalam kegiatan kerja, siluet yang dipilih adalah *A-Line*, setiap desain dibuat lebih santai dan leluasa untuk memberikan kenyamanan pada saat bekerja *offline*. Selain itu, desain yang dipilih dan dipaparkan di atas juga memberikan kesan *semi formal*, mengingat pekerjaan dari *target market* juga merupakan pekerja *informal*, dan juga bekerja dibidang industri kreatif yang dapat leluasa menggunakan pakaiannya, begitu juga dengan perkiraan *item* tersebut lebih memungkinkan untuk diproduksi dalam skala besar. Material kain yang digunakan merupakan mixed material antara kain katun yang di cap dengan kain katun yang polos.

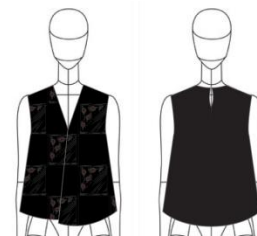
1. Desain Terpilih 1



Desain Terpilih 1

Sumber: Dokumen Pribadi, Juni 2021

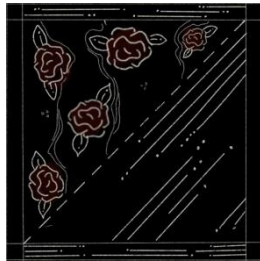
2. Desain Terpilih 2



Desain Terpilih 2

Sumber: Dokumen Pribadi, Juni 2021

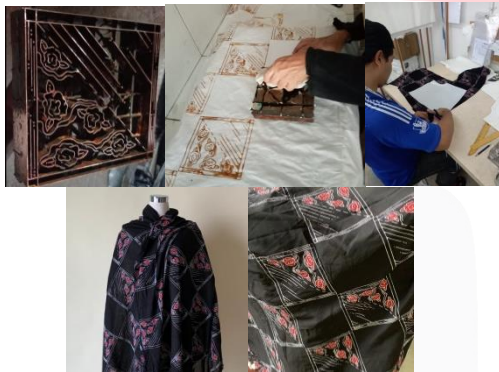
Desain motif yang dipilih oleh responden yang sesuai dengan *target market*, yaitu desain nomor 1 dengan hasil persentase 91,7% sebagai berikut:



Motif Terpilih

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Proses Produksi



Proses Produksi Busana

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Hasil Akhir

A. Sartika 01



Gambar 0.1 Sartika 01

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

B. Sartika 02



Gambar 0.2 Sartika 02

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

7. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Wanita dengan gaya hidup shopaholic dengan rentang usia 23-35 tahun, merupakan usia produktif untuk bekerja. Wanita pekerja pula cenderung menghabiskan lebih dari separuh waktunya di kantor. Dengan merancang busana pakaian kerja *semi-casual*, memberikan banyak cuttingan a-line agar lebih leluasa. Diharapkan produk ini dapat menjadi pakaian go-to untuk wanita pekerja.

2. Dengan merancang busana menggunakan teknik batik cap dengan motif kontemporer, penulis dapat memanfaatkan filosofi kontemporer yang menggambarkan wanita modern. Batik juga dipilih sebagai busana yang dapat menciptakan peluang baru dan meningkatkan ketertarikan konsumen untuk dipakai sebagai pakaian sehari-hari, salah satunya untuk kegiatan bekerja. Hal ini dikarenakan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dikatakan alasan mengapa jarang memakai batik ialah karena modelnya yang terlalu formal, dan juga motif batik yang terlalu tradisional yang memberikan kesan formal. Selanjutnya pemilihan warna utama

pada pakaian tersebut sangat berpengaruh dengan peluang usahanya, Selanjutnya, warna hitam yang dipilih, menurut Baidoo (2021) Warna hitam adalah warna yang paling aman untuk digunakan yang dapat memberikan kepercayaan diri untuk musim panas. Konsumen juga akan menanggapi dengan minat baik dalam penjualan *online* maupun di dalam toko. Warna ini juga dapat dimanfaatkan untuk pengaplikasian pada midi dress. Sama seperti penggunaan *trend forecast* dalam pembuatan eksplorasi sketsa, penggunaan *trend forecast* dalam pemilihan eksplorasi warna juga guna memenuhi keinginan *shopaholic* pemburu *image*. Warna hitam yang dipakai sebagai warna utama, warna tersebut juga dianggap sebagai warna netral. Sebagai pengusaha baru, ini dapat dijadikan sebagai percobaan pasar agar *target market* berminat dan mau mencoba memakai batik dimulai dari warna netral.

3. Pandemi yang sudah berlangsung selama 1,5 tahun ini membuat masyarakat mulai beradaptasi, dari mulai PSBB hingga *new normal*, beberapa perkantoran sudah mulai membuat peraturan baru untuk bekerja, mulai dari *work from home*, *work from office*, hingga *hybrid* 25% - 50%. Selama bekerja di kantor, tentu hal utama yang harus diperhatikan adalah kebersihan. Hal yang diutamakan pada pakaian sehari-hari untuk sendiri, ialah pakaian yang menggunakan bahan yang mudah dicuci, agar virus yang menempel pada pakaian dapat hilang setelah di cuci, cepat kering dan yang memberikan kenyamanan.

Selanjutnya, strategi penjualan yang dilakukan adalah dengan memberikan harga yang tinggi di awal, dengan menetapkan keuntungan pada 43% - 46% pada penjualan harga normal, perusahaan tetap dapat mengurangi harga jual pada saat tertentu (memberi diskon) dan tetap mendapat keuntungan. Hal ini guna

memenuhi *target market shopaholic* diskonan, yaitu mereka yang membeli barang bukan karena suatu kebutuhan yang riil, namun hanya karena mereka merasa mendapatkan *deal* yang baik, mereka senang saat mendapatkan barang yang bukan kebutuhan. Bagi mereka yang penting tidak ketinggalan diskon atau “*sale*”.

Kemudian untuk perancangan model bisnis sendiri diawali oleh adanya kebutuhan konsumen dengan gaya *shopaholic* yang memiliki kegiatan bekerja sehari hari, lalu menganalisa beberapa brand lokal yang sudah ada, guna melihat kelebihan dan kekurangan agar dapat dikembangkan menjadi peluang baru.

Berdasarkan hasil penelitian diatas pula, dapat disimpulkan bahwa klasifikasi *target market shopaholic* yang ditentukan adalah

1. *Shopaholic* pemburu *image*
2. *Shopaholic* diskonan

Saran

Penggunaan teknik batik cap dapat dikembangkan kembali menjadi motif yang lebih variatif, dan lebih unik, serta mengikuti perkembangan trend yang ada, guna mempertahankan eksistensi produk dan brand. Selain itu, pengembangan motif juga dapat menjadi pilihan yang dapat ditawarkan.

Referensi

- Arbaini, N. (2017). Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa (Studi pada mahasiswa FISIP Universitas Riau yang kecanduan berbelanja pakaian). *Jom FISIP*, 4(1), 1-11
- Baidoo, Angela. (2021). *Buyers' Briefing S/S 22: Women's Colour. WGSN by Ascential*. Hal 10-11, 13
- Bowoiloti, <https://pulberedediamant.wordpress.com/2016/12/24/perbedaan-batik-modern-denganbatik-tradisional-nusantara/> (diakses tanggal 2 Januari)
- Danto, A. (1995). *The End of Art*. Hal-10
- Dewobroto, Wisnu Sakti 2012. Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri*, ISSN:1411-6340
- Evianah. dan Nuraini. D., (2019) ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK BAJU SECARA ONLINE DAN OFFLINE. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15,(2), 231-239
- Gould, J. and T. F. Golob. 1998. Will Electronic Home Shopping Reduce Travel?. *Transport Reviews Access* 12: 26-31.
- Ishak, A. (2012). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM BELANJA ONLINE: SEBUAH STUDI TENTANG PENYEBAB (ANTECEDENTS) DAN KONSEKUENSI (CONSEQUENTS). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 141- 154
- Iskandar., & Kustiyah, E. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi. *Journal Gema*, 30(52), 2456-2472
- Ismail, <https://www.identips.com/prinsip-prinsip-dasar-desain-grafis/> (diakses tanggal 23 Maret)
- Kasmir dan Jakfar, 2005. Studi Kelayakan Bisnis. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kementrian Kesehatan RI. (2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease. Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, 1-136
- Kim, H.S. (2006). Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13 (1), 57-79
- Maggioni, Sara. (2021). *Buyers' Briefing: Women's Key Items S/S 22. WGSN by Ascential*. Hal 3
- Maulidasari, C. D., & Damrus. (2020). Dampak pemasaran online di era covid-19. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 233-245

- Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID-19. *The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 126-150
- Nuraini, D., & Evianah. (2019). Analisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap pembelian produk baju secara online dan offline. *Equilibrium Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 15(2), 231-239
- Putri, R.N. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 705-709
- Rikrik Kusmara, A. (2019). Karya-Karya Seni Rupa Kontemporer Indonesia Berbasis Media Kertas: Bentuk Dan Wacana. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(2), 269- 274.
<https://doi.org/10.31091/mudra.v34i2.710>
- Ronodirdjo, R.F. (2015). *Ancaman Bahaya Mengerikan Shopaholic*. Jakarta: Serial E- Book
- Santoso, Eko. 2013. PEMBELAJARAN STILASI BENTUK MOTIF DALAM PEMBUATAN DESAIN BATIK PADA PELAJARAN MUATAN LOKAL DI SMA NEGERI 1 PLERET BANTUL, Hal 31
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2005. Dasar-dasar Tata Rupa & Desain. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain (edisi ke-2). Yogyakarta: Jalasutra.
- Sari, A.Y. (2018) *Perilaku belanja di kalangan wanita perkotaan*. Hal 2
- Serupa.id, News. (2018). Seni Rupa Kontemporer: Pengertian, Sejarah, Ciri & Contoh. Diperoleh dari <https://serupa.id/seni-rupa-kontemporer/> diakses pada tanggal 3 Januari
- Sohrabi C, Alsafi Z, O'Neill N, et al. (2020). World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *International Journal of Surgery*. 76, 71-76
- Sumartono. (2000). Peran Kekuasaan dalam Seni Rupa Kontemporer Yogyakarta, dalam Outlet: Yogya dalam Seni Rupa Kontemporer Indonesia. *Yogyakarta: Yayasan Seni Cemeti*.
- Suparta, I Made. 2010. Unsur Unsur Seni Rupa. Repository Jurnal ISI Denpasar, Dipublikasikan Mei 2010, Diakses tanggal 15 Januari 2018, <http://repo.isi-dps.ac.id/125/1/...>
- Tosepu, R., Gunawan, J., Effendy, D.S., Ahmad, L.O.A.I., Lestari, H., Bahar, H., As fi an, P., (2020). Correlation between weather and Covid-19 pandemic in Jakarta, Indonesia. *Sci. Total Environ.*, 138436
<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138436>
- Utami, B. (2016). *Pengaruh nilai belanja hedonik terhadap impulse buying dengan*

*emosi positif sebagai variabel
perantara.* Hal 4

Utami, R. (2014). *Ensiklopedia Batik dan Kain Hias Nusantara*, Hal.4

WHO, News. (2020). Apa itu

Widyaningsih, N (2017) BUAH SALAK DALAM
PENCIPTAAN BUSANA READY
TO WEAR.

Zikra, R., & Yusra, Z. (2016). Kepuasan wanita

berbelanja produk fashion berdasarkan
cara membeli. *Jurnal RAP UNP*, 7(1),
55-66.

