

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KOLEKSI *CITY-WEAR FOR WOMEN, MEN, & KIDS* DAN PRODUK *LIFESTYLE SPRING/SUMMER 2021* DARI INSPIRASI “*SELF ACCEPTANCE OF INTROVERSION*”

Oleh :

ILHAMI SURYANING MAHARANI

NRP: 180216032

Perancangan koleksi *spring/summer 2021* inspirasi “*self acceptance of introversion*” menyampaikan sebuah perjalanan dalam menemukan jati diri seseorang melalui sudut pandang introvert yang diaplikasikan pada 60 *looks* desain *fashion* dan 15 produk *lifestyle* untuk *mens, womens, dan kids*. Penyampaian inspirasi pada koleksi dilakukan dengan melakukan beberapa percobaan material sebagai *textile manipulation* yang diterapkan pada desain *fashion*. Pembuatan *textile manipulation* sebagai *point* busana memberikan kesan estetik dan tidak *mainstream* karena diproduksi secara *handmade*. Proses perancangan koleksi dilakukan dengan mengumpulkan data, melakukan riset, dan menganalisis data yang diperoleh dari berbagai sumber. Banyak perasaan yang bercampur mengenai penerimaan diri diantaranya perasaan sedih, stres, lalu mulai melakukan refleksi diri, dan menerima dirinya dengan tulus. Rancangan koleksi menggunakan siluet busana *loose* serta pemilihan *style* minimalis dan *edgy* dipadukan dengan warna material yang gelap untuk memperkuat kesan *gloomy* dan *darkness* dari perasaan negatif pada proses penerimaan diri. Proses realisasi produk juga diimbangi manajemen produk pada *brand* Ayconic. Strategi pemasaran berfungsi untuk mencapai sasaran perusahaan dengan memperhatikan SWOT, STPD, dan *marketing mix*.

**Kata kunci :** *self acceptance, introversion, citywear, manajemen produk*

## ABSTRACT

### PERANCANGAN KOLEKSI *CITY-WEAR FOR WOMEN, MEN, & KIDS* DAN PRODUK *LIFESTYLE SPRING/SUMMER 2021* DARI INSPIRASI “SELF ACCEPTANCE OF INTROVERSION”

By:

ILHAMI SURYANING MAHARANI

NRP: 180216032

Design collection for spring/summer 2021 with ‘self-acceptance of introversion’ as inspiration want to deliver a journey to find someone’s identity from perspective of an introvert, applied to 60 design looks and 15 lifestyle products for men, women, and kids. This inspiration demonstrated with material experiment as textile manipulation for the design. This textile manipulation used as the main point of a garment to show aesthetic and anti-mainstream impression because this garment produced by hand (handmade). Design process of this collection performed by collecting, research, and analysing data from different sources. Lots of feeling happened regarding self-acceptance, begins with sadness, stress, then start to do self-reflection, conclude with self-acceptance sincerely. This collection used loose shape with minimalist and edgy style combined with dark colour material to strengthen gloomy and darkness impression from negative feeling during the process of self-acceptance. Product realisation uses product management for brand Ayconic. Marketing strategy functionate to reach company target with regard to SWOT, STPD, and marketing mix.

**Keywords:** self-acceptance, introversion, citywear, product management