

**PERANCANGAN KOLEKSI *READY-TO-WEAR*
DAN PRODUK *LIFESTYLE SPRING/ SUMMER 2025/2026*
DENGAN INSPIRASI KETIDAKPERCAYAAN DIRI DI INSTAGRAM**

Nama : Mellyana Monica Chandra Effendi
Jurusan/Program Studi : Program Desain *Fashion* dan Produk *Lifetyle/Desain Produk*
Dosen Pembimbing I : Dian Prianka, S.T., M.A., CDMP
Dosen Pembimbing II : Siti Zahro, S.Pd, M.Pd., Ph.D., CIQaR., CP.NLP

ABSTRAK

Kemajuan IPTEK di era globalisasi berkembang sangat pesat, memberikan kemudahan yang seringkali di salah gunakan oleh manusia. Hal ini yang mendasari *trend forecasting Spring/ Summer 2025/2026 Technochic* yang berfokus pada menyatukan kesenangan dunia virtual dengan kenyataan di masa depan. Mengacu pada *trend forecast* dan keadaan saat ini di rancanglah konsep koleksi desain dengan inspirasi ketidakpercayaan diri di Instagram yang berkaitan dengan konsep dasar *Technochic* yaitu hubungan antara teknologi digital dengan kehidupan nyata yang sederhana. Strategi pemasaran produk secara *online* melalui sosial media dan *e-commerce* untuk menjangkau pasar *brand Lumiere*. Dalam penulisan ini, data dikumpulkan dengan menyebar kuesioner, lalu data diubah menjadi *prompt* untuk diolah dengan AI menjadi sebuah konsep desain. Perancangan koleksi desain ini menghasilkan koleksi berjudul Aureliance dengan nama *brand Lumiere* yang terdiri dari 40 desain pakaian wanita, pakaian pria, dan produk *lifestyle*. Realisasi desain 13 garmen dengan rincian 3 *looks womenswear* dan 2 *looks menswear*. Produk *Lifestyle* yang direalisasikan berjumlah 13 desain dengan rincian 5 desain *footwear*, 2 desain tas, dan 6 desain aksesoris. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi digital dapat disatukan dengan fenomena dunia nyata dalam menciptakan karya di bidang *fashion* berupa pakaian dan produk *lifestyle*.

Kata kunci : Ketidakpercayaan diri, Instagram, AI, *Ready-to-Wear*

**PERANCANGAN KOLEKSI *READY-TO-WEAR*
DAN PRODUK *LIFESTYLE SPRING/ SUMMER 2025/2026*
DENGAN INSPIRASI KETIDAKPERCAYAAN DIRI DI INSTAGRAM**

Name : Mellyana Monica Chandra Effendi
Dicipline/Study Programme : Program Desain *Fashion* dan Produk
Lifetyle/Desain Produk
Contributor I : Dian Prianka, S.T., M.A., CDMP
Contributor II : Siti Zahro, S.Pd, M.Pd., Ph.D.,CIQaR., CP.NLP

ABSTRACT

The advancement of science and technology in the era of globalization is developing very rapidly, providing convenience that is often misused by humans. This is the basis for the Spring/ Summer 2025/2026 Technochic forecasting trend which focuses on uniting the pleasures of the virtual world with reality in the future. Referring to the trend forecast and current conditions, a design collection concept was designed with the inspiration of self-doubt on Instagram related to the basic concept of Technochic, namely the relationship between digital technology and simple real life. Online product marketing strategy through social media and e-commerce to reach the Lumiere brand market. In this writing, data was collected by distributing questionnaires, then the data was converted into prompts to be processed by AI into a design concept. The design of this design collection resulted in a collection entitled Aureliance with the brand name Lumiere consisting of 40 designs of women's clothing, men's clothing, and lifestyle products. The design realization of 13 garments with details of 3 womenswear looks and 2 menswear looks. The Lifestyle products that were realized amounted to 13 designs with details of 5 footwear designs, 2 bag designs, and 6 accessory designs. Based on this, it can be concluded that digital technology can be combined with real-world phenomena in creating works in the fashion sector in the form of clothing and lifestyle products.

Keywords: Insecurity, Instagram, AI, Ready-to-Wear