

## **FASHION DESIGN PORTFOLIO: MODAL UNTUK BEKERJA DI MASA DEPAN**

**Edena Yulifarina**

S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
([edenashiryuu@gmail.com](mailto:edenashiryuu@gmail.com))

**Dr. Marniati, S.E., M.M.**

S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
([marniati@unesa.ac.id](mailto:marniati@unesa.ac.id))

### **Abstrak**

Industri kreatif *fashion* merupakan area bisnis yang sangat kompetitif. Perusahaan industri *fashion* yang ingin menjual barang dagangan, produk, atau layanan mereka bergantung pada dinamika presentasi *fashion* kreatif sebagai alat pemasaran visual yang berharga. Teknik ini dapat bervariasi dari satu pasar ke pasar lainnya, tetapi secara umum, perusahaan tahu bahwa kesuksesan membutuhkan lebih dari sekadar memperkenalkan produk baru. *Fashion Design Portfolio* merupakan salah satu komponen penting bagi siswa *fashion* desain untuk magang dan melamar pekerjaan. *Fashion Design Portfolio* haruslah cantik secara estetika dan menunjukkan keterampilan yang diinginkan oleh para profesional industri dalam membuat keputusan perekrutan magang maupun bekerja. Namun, dalam kenyataannya, kerap kali ada perbedaan antara ekspektasi industri dengan kemampuan yang dimiliki oleh lulusan. Artikel ini membahas mengenai konten *fashion design portfolio* milik desainer *fashion* yang diinginkan oleh para profesional industri kreatif *fashion* dan sistematika pembuatan *fashion design portfolio*. Artikel ini menghasilkan, pertama, *fashion design portfolio* digunakan untuk bekerja di masa depan dengan konten yang diinginkan oleh para profesional industri *fashion*, antara lain: (1) *portfolio* yang bersih dan terorganisasi dengan baik, (2) berbentuk digital dan pelampiran video resume singkat, (3) melampirkan *hand sketch*, dan (4) penggunaan *software* untuk membuat desain busana dan *technical drawing*. Kedua, sistematika *fashion design portfolio*, yaitu: (1) penelitian dan peramalan; (2) pembuatan konsep dan inspirasi (*mood board*); (3) pembuatan desain-desain busana; dan (4) pembuatan prototipe dan penyematan prototipe.

**Kata Kunci:** portofolio, desain *fashion*, industri.

### **Abstract**

Fashion creative industry is a very competitive business area. Fashion industry companies that want to sell their merchandise, products, or services depending on the dynamic of creative fashion presentation as a valuable visual marketing tool. This technique can vary from market to market, but generally, companies know success requires more than just introducing new products. Fashion Design Portfolio is one of the important components for fashion design students for internships and applying jobs. The Fashion Design Portfolio must be aesthetically beautiful and demonstrate the skills desired by industry professionals in making internship and employment recruitment decisions. However, in reality, there are often differences between industry expectations and graduates capabilities. This article discusses fashion design portfolio contents belonging to fashion designers desired by fashion creative industry professionals and fashion design portfolios systematic manufacture. This article results, first, fashion design portfolio can become capital for future work with content desired by fashion industry professionals, including: (1) a clean and well-organized portfolio, (2) digital format and a short resume video attachment, (3) attaching hand sketches, and (4) use of software to make clothing designs and technical drawings. Second, systematic fashion design portfolio, namely: (1) research and forecasting; (2) concept creation and inspiration (*mood board*); (3) making fashion designs; and (4) making prototypes and embedding prototypes.

**Keywords:** *portfolio, fashion design, industry.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang ekonomi kreatif di Indonesia yang makin pesat sekarang ini menyebabkan persaingan pasar semakin ketat. Persaingan pasar yang ketat ini menuntut adanya rancangan penjualan dan pemasaran, produk dan orang-orang yang terlibat, dimana orang-orang yang terlibat ini haruslah mengikuti perkembangan dan tuntutan teknologi sesuai dengan keinginan bidang industri yang dibutuhkan. Selain itu, era globalisasi membuat para *stakeholder* dan atasan pada perusahaan maupun pengusaha-pengusaha di dunia industri menuntut kualitas kompetensi lulusan menjadi semakin tinggi, sehingga persaingan untuk mencari pekerjaan pun semakin ketat.

Industri kreatif telah disorot sebagai sumber utama pertumbuhan lapangan kerja pada 'ekonomi pengetahuan' di negara-negara pasca-industri (Allen et al., 2013). Sehingga lembaga-lembaga perguruan tinggi diidentifikasi memainkan peranan penting dalam memelihara 'bakat' kreatif. Tingginya tingkat persaingan yang kompetitif mengharuskan pelamar untuk memberikan demonstrasi ketrampilan ketika melamar pekerjaan.

Teknologi berdampak pada industri kreatif pada tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya, mengubah cara berbisnis dan keterampilan yang dibutuhkan oleh desainer kreatif. Romeo & Lee (2013) mengemukakan bahwa kurikulum tata busana perlu dirancang dengan baik dan harus memastikan bahwa siswa dapat menerima dan menunjukkan kemahiran dalam keterampilan dasar sebelum bergerak maju ke keterampilan digital lanjutan untuk mengimbangi dampak dari teknologi yang berkembang dengan cepat (Romeo & Lee, 2013). Lebih lanjut penelitian Romeo (2017), bahwa *portfolio* yang diajukan untuk magang diharapkan memiliki konten berbeda untuk posisi *entry-level design* (desain tingkat pemula). Manajer desain ditemukan mengguankan tata letak dan konten *portfolio* sebagai syarat untuk tingkat keterampilan pelamar, keterampilan organisasi, dan kebiasaan kerja (Romeo, 2017).

Hasil penelitian Oscario & Zahra, 2018; dan Yuliarma, 2010 menyebutkan bahwa siswa desain *fashion* di Indonesia kurang memiliki kemampuan untuk mendokumentasikan koleksi gambar desain produksi dan jarang literatur yang membahas *portfolio* desain. Penelitian Simoni et al., (2019) yang menyelidiki *archetype portfolio* desainer yang diadopsi oleh perusahaan pada fase awal teknologi baru, mengeksplorasi bagaimana perusahaan lampu hias (yang pertama kali mengadopsi teknologi LED baru) mengumpulkan *portfolio* desainer mereka. Penelitian menghasilkan empat *archetype portfolio* yang diadopsi

oleh perusahaan dan pemahaman yang lebih luas tentang interaksi kompleks faktor internal dan eksternal berbeda dan bergantung pada perusahaan, strategi pengembangan produk baru dan komitmen desainer yang mampu mengeksploitasi faktor istimewa organisasi dan mendukung penerapan strategi secara efektif (Simoni et al., 2019).

Kenyataannya di Indonesia, persoalan para desainer *fashion* di negara Indonesia tidaklah jauh berbeda dengan negara Inggris, yaitu meskipun setiap tahun ratusan sekolah *fashion* dan perguruan tinggi berhasil meluluskan ribuan peserta didik desain *fashion* yang memiliki bakat dan kemampuan teknis baik, sebagian besar dari mereka tidak menjadi desainer *fashion*, tetapi berakhir menjadi *dressmaker*/penjahit (Gani, 2016). Maka dari itu, program studi tata busana di perguruan tinggi telah mengadakan praktek kerja lapangan (magang) yang wajib dilaksanakan oleh para mahasiswanya agar mereka dapat beradaptasi dengan dunia industri dan kerja serta untuk mengidentifikasi keterampilan yang mungkin butuh ditingkatkan sebelum kelulusan, yaitu praktek kerja lapangan atau magang. Frederick (2011) mengungkapkan dalam hasil penelitiannya bahwa praktek kerja lapangan memberikan dampak positif untuk keterampilan bekerja mereka. Namun, di Universitas Negeri Surabaya, dalam pengadaan praktek kerja lapangan, mahasiswa yang ingin magang di industri-industri yang dituju tidak menyerahkan *portfolio* mereka kepada pihak industri dan hanya memberikan surat praktek kerja lapangan dari kampus. Padahal, di luar negeri, kerap kali bila magang dengan perusahaan *brand* busana mengharuskan siswa untuk mengirimkan *portfolio* sehingga mereka dapat mengambil kesempatan dan mengamankan posisi magang di merek tersebut (Barrett, 2013) dan metode umum untuk menilai keterampilan kreatif dan teknis pelamar pekerja selain *resume* adalah melalui *portfolio* (Ashton, 2015).

Ketika lulusan melamar pekerjaan, baik di luar negeri maupun di Indonesia, yang berhubungan dengan *fashion*, baik itu desainer *fashion*, asisten desainer *fashion*, *fashion stylist*, atau pun desainer produk *fashion* (aksesoris), selain CV, *portfolio* juga perlu dilampirkan. Sebuah *portfolio* menjadi suatu hal yang penting bagi para *stakeholder* untuk menilai tingkat kompetensi dan kreativitas yang dimiliki oleh lulusan. Oleh karena itu, pemahaman yang jelas tentang keterampilan yang diharapkan dilihat oleh klien/pengusaha potensial dalam *fashion design portfolio* sangat penting bagi keberhasilan siswa dalam mendapatkan pekerjaan (Romeo, 2017).

Munaf berkata, di Indonesia, sub sektor *fashion* merupakan penyumbang kedua terbesar pendapatan domestik bruto (PDB) untuk industri kreatif (BEKRAF, 2017). Sub sektor *fashion* menyumbang sebesar 54,54%

di kinerja ekspor ekonomi kreatif pada tahun 2016 dan meningkat menjadi 56% di tahun 2017 (Riviyastuti, 2018). Kepopuleran industri kreatif fashion membuat banyak anak muda yang memilih untuk memasuki perguruan tinggi dengan jurusan tata busana atau sekolah *fashion* dan menyebabkan ratusan siswa *fashion* desain lulus dengan bakat dan kemampuan teknis yang baik (Gani, 2016). Jumlah lulusan desainer *fashion* yang banyak akan memperketat persaingan mencari pekerjaan di dunia industri kreatif, sehingga pengetahuan mengenai konten *fashion design portfolio* yang diinginkan oleh industri kreatif *fashion* sangatlah diperlukan. Demikian, permasalahan yang diangkat pada artikel ini adalah: (1) bagaimana konten *fashion design portfolio* untuk bekerja dimasa depan?; dan (2) bagaimana sistematika pembuatan *fashion design portfolio*. Diharapkan para siswa yang sedang mempersiapkan diri untuk magang atau pun untuk melamar pekerjaan dapat menyusun sebuah *fashion design portfolio* yang unik dan menunjukkan kompetensi diri mereka, namun juga sesuai dengan apa yang industri kreatif *fashion* butuhkan.

### **Pendidikan tata busana**

Secara global, mengkonstruksi kurikulum universitas untuk memastikan siswa mengembangkan dan memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja telah menjadi masalah internasional (Romeo, 2017). Penekanan program tata busana adalah pada pendidikan berkualitas, dengan fokus pada pemikiran dan pembelajaran tingkat tinggi, seperti analisis yang disintesis dan keterampilan pemecahan masalah dan pengembangan produk, pemasaran internasional, penelitian, pengembangan dan inovasi dalam menanggapi transformasi dramatis dan tantangan baru industri (Yick et al., 2019). Siswa tata busana tidak lagi menjadi pelajar pasif yang terbatas pada kurikulum terstruktur formal. Sebagai hasilnya, kurikulum perguruan tinggi menjadi lebih dipengaruhi oleh isu etika, filosofi, teknologi inovatif, dan kenaikan sensitivitas terhadap masalah lingkungan dan perbedaan budaya (Faerm, 2012).

Menentukan keseimbangan ideal pembelajaran konseptual dan penerapan praktis tampaknya menjadi diskusi proiritas dalam pendidikan tata busana. Beberapa pendidik berpikir bahwa kosiderasi intelektual, analitis, dan konseptual melalui penelitian dan eksperimen perlu menjadi paling utama didalam kurikulum desain universitas, namun perlu didasarkan pada ide-ide penerapan praktis (Faerm & Pamolo-Lovinski, 2009). Pendidikan tata busana berkembang dan upaya siswa pada originalitas dipupuk, kurikulum haruslah seimbang secara efektif antara kesenian (visi, penelitian, dan desain), kerajinan (keterampilan teknis), dengan

kecerdasan bisnis (praktek dan penempatan profesional) (Faerm, 2012).

Kemajuan teknologi dalam beberapa dekade terakhir telah mempengaruhi beragam profesi dan mendorong bisnis dan pemerintah untuk mempertanyakan relevansi kurikulum lembaga akademik saat ini (Romeo & Lee, 2013). Tingkat partisipasi di seluruh dunia dalam pendidikan tinggi sedang meningkat dan salah satu tantangan utama yang dihadapi para pendidikan adalah menemukan cara untuk melibatkan para siswa, utamanya pada pengalaman belajar yang ditingkatkan dengan teknologi untuk menumbuhkan keterlibatan siswa. Kombinasi penetapan tujuan dan integrasi merupakan strategi keterlibatan sukses yang relatif sederhana untuk diterapkan dan berpotensi berlaku di berbagai disiplin ilmu (Antonio & Tuffley, 2015).

Kemajuan teknologi komputer juga membawa perubahan radikal pada industri busana, tidak hanya bagaimana produsen busana mendekati pengembangan dan produksi produk, tetapi juga dalam ekspektasi konsumen untuk produk mereka. Era yang muncul dari kustomisasi massal, penggabungan teknologi dengan teknik produksi massal untuk menawarkan busana yang disesuaikan dengan preferensi individu dan gaya, janji untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan busana pribadi yang unik sembari mempertahankan margin keuntungan pabrik (Satam et al., 2011). Teknologi yang memfasilitasi gerakan ini meliputi: *computer-aided design* (CAD); pencetakan tekstil digital; *3D body scanning*; dan sistem manajemen siklus hidup produk (Romeo & Lee, 2013).

Program-program individual, untuk membenarkan keberadaan mereka yang berkelanjutan, harus menyediakan bukti bahwa siswa mereka mampu mendapatkan pekerjaan sesuai program studi mereka setelah lulus (Thorley, 2014). Kompetensi dalam pendidikan tata busana merupakan program yang membekali siswa dengan keterampilan, pengetahuan dan sikap agar kompeten dalam pembuatan pola, desain busana, pembuatan hiasan busana, dan mengelola bisnis. Selain itu, program tata busana juga menawarkan mata pembelajaran mengenai persiapan *portfolio*, yang mana tujuan mata pembelajaran ini ialah untuk siswa mengasah kemampuan yang diperlukan untuk menciptakan sebuah *portfolio* profesional untuk dikirim ke perusahaan prospektif (Mohamed & Elradi, 2015; Romeo, 2017). Siswa tata busana didorong untuk bekerja mengembangkan *portfolio* mereka selama mata pembelajaran satu semester tersebut.

### ***Fashion design portfolio***

Industri kreatif terdiri dari sektor-sektor selain sektor *fashion*, antara lain sektor musik, arsitektur, kerajinan,

desain, film dan fotografi, *software*, permainan komputer, seni pertunjukan, penerbitan, televisi, dan radio (Thorley, 2014). Presentasi industri yang efektif berfungsi sebagai *platform* inspirasional di mana perkiraan musiman pada warna, kain, dan siluet disatukan oleh tema keseluruhan dan diidentifikasi oleh sub-tema kreatif setiap musim (Guerin, 2005). Untuk membuat presentasi seperti itu, perusahaan membutuhkan sumber daya untuk menganalisis tren perkiraan dan menentukan komponen untuk presentasi yang paling efektif. Teknik presentasi tersebut dapat bervariasi bergantung dari pasar yang akan ditargetkan (Guerin, 2005). Dalam melakukan presentasi karya, siswa, lulusan atau profesional di industri kreatif memiliki media perantara yang berbeda bergantung pada bidang yang digeluti. Salah satu teknik presentasi yang kerap kali digunakan oleh industri *fashion* ialah *portfolio*.

Sebuah *portfolio* merupakan penjabaran suatu konsep tertentu secara berurutan. *Portfolio* adalah koleksi pekerjaan siswa yang penuh dengan tujuan untuk memamerkan upaya siswa dan pencapaian serta kemajuan progresif dari waktu ke waktu dalam perjalanan seumur hidup dengan usaha akademik dan profesional (Kim et al., 2010). *Portfolio* adalah wadah untuk mengiklankan karya seseorang guna menarik perhatian klien berpotensi, utamanya untuk bidang kreatif (Shita, 2018). Kemampuan dalam mempresentasikan karya dalam *portfolio* merupakan hal yang harus dikuasai oleh para desainer, sebab para ahli dalam dunia industri mampu melihat kecakapan keterampilan dan kemampuan desainer dari presentasi *portfolio* mereka. *Portfolio* adalah perangkat utama untuk mendemostrasikan talenta, keahlian, dan karya individu. Mohamed & Elradi (2015) menjelaskan *fashion design portfolio* dapat didefinisikan sebagai koleksi sampel yang dikumpulkan oleh desainer untuk memamerkan keterampilan mereka kepada calon atasan/pemberi pekerjaan. *Portfolio* tipikalnya memuat ilustrasi mode, inspirasi atau *mood board* dengan potongan-potongan tekstil, dan *flat sketches*. Sehingga dapat disimpulkan dari beberapa definisi *portfolio* para ahli diatas, bahwa *portfolio* merupakan sebuah koleksi karya individu yang menampilkan keterampilan mereka untuk menarik klien atau atasan berpotensi. Jadi, *fashion design portfolio* adalah koleksi karya desainer *fashion* guna menarik perhatian klien/perusahaan potersial.

Teori *Portfolio Project* adalah proses pembuatan garis desain dasar dari koleksi *portfolio*. Dengan kata lain, teori *Portfolio Project* menjelaskan langkah-langkah sistematis yang dibutuhkan oleh seorang desainer untuk membuat *portfolio* dengan baik (Mohamed & Elradi, 2015). Terdapat tiga langkah pembangunan *line*: (1) konseptualisasi, (2) edit, dan (3) finalisasi. Ketiga

langkah *Portfolio Project* akan diterapkan pada empat segmen, yaitu *mood board*, warna, tekstil, dan siluet.

Teori *Archetype Portfolio* yang dikembangkan oleh Simoni et al. (2019) berbicara mengenai empat jenis *archetype portfolio* yang didasarkan pada strategi ‘bahasa produk’, yaitu ‘bahasa produk’ divergen dan ‘bahasa produk’ konvergen. Teori ini dikembangkan setelah melakukan penelitian mengenai *archetype portfolio* yang diinginkan oleh para perusahaan di industri kreatif. Keempat *archetype portfolio* tersebut, yaitu:

1. *International Design-stars archetype*—menggunakan ‘bahasa produk’ divergen; desainer *portfolio* tipe ini ditujukan untuk mencari solusi ‘bahasa produk’ yang unik; memiliki tingkat kebebasan tinggi untuk desainer; dan menargetkan para desainer internasional yang terkenal.
2. *Crowd design-inventor innovator archetype*—menggunakan ‘bahasa produk’ divergen; desainer *portfolio* tipe ini ditujukan untuk mencari solusi ‘bahasa produk’ yang unik; memiliki tingkat kebebasan tinggi untuk desainer; dan menargetkan para desainer yang belum terkenal.
3. *Local ambassador archetype*—menggunakan ‘bahasa produk’ konvergen; desainer *portfolio* ditujukan untuk partisipasi diskusi ‘bahasa produk’; perusahaan memiliki kontrol tertinggi; dan menargetkan desainer nasional yang akan menyampaikan pilihan desain internal perusahaan.
4. *International bridge archetype*—menggunakan ‘bahasa produk’ konvergen; desainer *portfolio* ditujukan untuk partisipasi diskusi ‘bahasa produk’; perusahaan memiliki kontrol tertinggi; menargetkan desainer internasional; dan distribusi elemen desain melalui desainer bersama (desainer internasional eksternal dan desainer internal perusahaan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Fashion design portfolio* untuk bekerja dimasa depan

Teknologi telah berdampak secara signifikan pada industri busana dan perubahan yang cepat dalam keterampilan yang dibutuhkan untuk memasuki industri kreatif. Di dalam industri yang dinamis, untuk memastikan bahwa ekspetasi perusahaan/pengusaha potensial terpenuhi, seringkali lebih baik untuk menerima saran profesional industri yang sudah bekerja dalam bidang industri kreatif (Swanson & Tomkovick, 2015). Maka dari itu, sangat penting bagi siswa untuk paham dan sadar mengenai ekspetasi industri saat ini untuk tetap kompetitif dalam pasar pekerjaan.

Desainer terlibat dalam kolaborasi proyek magang ataupun diterimanya desainer oleh perusahaan tidak didasarkan oleh sifat kepribadian desainer (Simoni et al., 2019), namun dengan mempertimbangkan fakta bahwa

perusahaan menilai interaksi potensial dan kesesuaian desainer dengan perusahaan tersebut. Salah satu cara desainer untuk mendapatkan kesempatan keterlibatan kolaborasi ialah dengan menyerahkan *portfolio*.

*International Design-stars archetype portfolio* dan *Crowd design-inventor innovator archetype portfolio* yang termasuk dalam ‘bahasa produk’ divergen merupakan jenis *portfolio* yang diperuntukkan bagi desainer *fashion* untuk mereka mengembangkan sebuah tren baru untuk perusahaan tersebut, tetapi tanpa membuang sifat alami perusahaan tersebut. *Local ambassador archetype portfolio* dan *International bridge archetype portfolio* yang termasuk dalam ‘bahasa produk’ konvergen adalah jenis *portfolio* dimana desainer *fashion* harus mengembangkan desain sesuai tren dan kemauan perusahaan tersebut. Keempat jenis *portfolio* ini merupakan *Archetype Portfolio* yang disimpulkan oleh Simoni, Cautela dan Zurlo (2019). Jenis-jenis *archetype* ini terlihat sangat kompleks dan ditujukan untuk mereka yang telah terjun kedalam dunia industri kreatif cukup lama. Kelebihan teori ini adalah menjelaskan jenis-jenis *portfolio* yang industri inginkan sehingga desainer memahami apa yang perlu mereka lakukan untuk memenuhi keinginan perusahaan. Kelemahan teori ini adalah teori terlalu kompleks dan tidak ada penjelasan lebih mengenai konten-konten di dalam *portfolio* yang industri inginkan.

Terlibatnya desainer dalam kolaborasi proyek magang ataupun diterimanya desainer oleh perusahaan tidak didasarkan oleh sifat kepribadian desainer (Simoni et al., 2019), namun dengan mempertimbangkan fakta bahwa perusahaan menilai interaksi potensial dan kesesuaian desainer dengan perusahaan tersebut. Salah satu cara desainer untuk mendapatkan kesempatan keterlibatan kolaborasi ialah dengan menyerahkan *portfolio*

Cara terbaik untuk membangun *fashion design portfolio* yang bagus adalah dengan fokus pada konten atau isi. *Portfolio* tersebut haruslah menunjukkan konten sesuai ekspektasi industri, namun disaat yang sama juga menunjukkan kreativitas desainer dan gaya yang unik. Banyak hal yang harus disorot dalam pembuatan *portfolio*, termasuk kemampuan membuat sketsa, pengetahuan tentang cara menggunakan warna, pemahaman tekstil, pengembangan desain dan keterampilan pemecahan masalah (Mohamed & Elradi, 2015).

Guerin (2005) berpendapat bahwa, secara umum, presentasi kreatif terdiri dari elemen dan produk sebagai berikut:

1. *Boards*: tren atau gambar
2. *Color cards/ color reports*
3. *Fabric books/fabric reports*
4. *Silhouette trends reports*

5. *Audio visual/slide trend reports*

6. *Prototype* atau sampel garmen

Teori *Portfolio Project* masih terbilang teori umum mengenai konten-konten apa saja yang perlu ada didalam *fashion design portfolio* (Mohamed & Elradi, 2015). Teori ini terbagi menjadi tiga langkah untuk tiap-tiap segmen, yaitu koseptualisasi, edit, dan finalisasi. Segemen-segmen tersebut, yaitu: (1) *mood board* yang merupakan papan berisikan foto-foto riset yang menggambarkan tema atau konsep yang akan diusung; (2) *color palate*, beirisikan dua sampai delapan warna dasar untuk setiap *line* koleksi busana yang diambil dari kepingan warna Pantone; (3) *textile presentation*, dimana seorang desainer harus memahami sifat dasar kain yang dia kerjakan sehingga mudah untuk memanipulasi kain untuk menentukan volume dan bentuk pakaianya; dan (4) *silhouettes*, merujuk pada garis besar figure mode berbusana yang menunjukkan bahwa desainer memahami bagaimana bentuk *drape*, *pleat* dan kesesuaian busana dengan tubuh kain tertentu.

Teori ini, meski pun telah menjelaskan konten dalam *portfolio* dengan sistematis dan teoritis, namun masih terbilang umum dan belum menjawab apa yang diinginkan oleh para profesional industri. Konten *portfolio* yang disimpulkan oleh Mohammed dan Elradi (2015) pada penelitian mereka ialah sebagai berikut:

**Table 1.** Konten *fashion design portfolio*

Item	Deskripsi
Tas/map <i>portfolio</i>	Buku atau tas jinjing formal, biasanya <i>ring binder</i> atau kotak yang berisi halaman individual. Ukuran standar industri: 9” x 12”, 11” x 14”, atau 14” x 17”
Label identifikasi	Kertas putih polos atau khusus, sekitar 3 ¼” x 2” (ukuran kartu nama) dicetak dengan nama desainer, alamat, nomor telepon, dan alamat email.
<i>Polypropylene sleeves</i>	Zat termoplastik berbentuk seperti map. Dapat dilubangi dengan lubang dan dimasukkan kedalam <i>ring binder portfolio</i> . Kadang-kadang disebut halaman asetat atau plastik, tetapi harus dari arsip.
Halaman judul atau pendahuluan	Halaman opsional pertama <i>portfolio</i> . Baik berukuran <i>full-page</i> ataupun seukuran kartu nama. Dapat menyertakan pernyataan desainer.
Halaman <i>mood</i> atau konsep	Satu atau dua halaman untuk suatu koleksi gambar (yang didapat dari majalah, komputer atau sumber lainnya) yang mendeskripsikan tema atau <i>mood</i> koleksi yang akan dibuat (Lihat Gambar 1.)
Halaman	Halaman ini menyajikan 1”-3”

presentasi warna	gelondong benang, potongan kain, kepingan warna cat, <i>hand-rendered</i> , atau kuadrat warna yang dihasilkan oleh komputer, biasanya 2" atau 5" atau bentuk lainnya
Halaman presentasi tekstil	Halaman carikan-carikan kain ini dipasang atau dilipat dengan rapi diatas kertas. Tepi kain-kain ini dapat dipotong lurus atau dengan gunting <i>zig-zag</i> . Biasanya berbentuk persegi dengan ukuran 1" x 2" atau 2" x 5" atau bentuk persegi lainnya. Carikan-carikan kain ini biasanya berukuran seragam untuk setiap lokasi.
<i>Fashion plates</i>	6 hingga 8 halaman penuh akan potongan-potongan figur per koleksi, Dapat Digambar tangan atau <i>hand-rendered</i> , menggunakan komputer, atau kombinasi (Lihat Gambar 3.)
<i>Flat drawings</i>	<i>Technical drawing</i> dari garmen-garmen ini terlihat seperti "melayang" sebab busana tidak dipakai oleh <i>figure</i> manusia. Memperllihatkan <i>front view</i> dan <i>back view</i> . Umumnya tidak diberikan warna. Dan umumnya dapat digambar dengan tangan, komputer, atau kombinasi.

	<i>Technical drawing</i> ini terdiri dari dua jenis, yaitu <b><i>technical drawing 1</i></b> untuk menjelaskan jenis bagian-bagian busana dan <b><i>technical drawing 2</i></b> untuk menjelaskan ukuran bagian busana.
Halaman <i>CAD</i>	Halaman untuk <i>mood</i> , warna, tekstil, <i>fashion plate</i> , dan <i>flat drawings</i> , sebagai halaman terpisah atau kombinasi.
Buku sketsa (jurnal)	<i>Notebook</i> (3" x 5", 8 ½" x 11", 11" x 14", atau 14" x 17") dengan halaman yang menunjukkan sketsa kasar, coretan, catatan, pewarnaan, guntingan, dan gambar lainnya dalam format yang tidak terorganisir
<i>Leave-behind piece</i>	<i>Flash drive</i> , CD-ROM, DVD, atau halaman opsional dicetak <i>full-color</i> yang berfungsi sebagai pengingat gaya, <i>brand</i> , dan identitas desainer. Untuk <i>leave-behind piece</i> elektronik, informasi identifikasi berada di sampul serta di dalam <i>file</i> elektronik.
Presentasi berdasarkan komputer	Item opsional; <i>flash drive</i> yang dibawa dibagian depan atau belakang <i>casing case</i> . Dapat berupa presentasi PowerPoint. Menunjukkan seluruh <i>portfolio</i> .

Sebagai seorang desainer, tidak hanya mereka perlu menyajikan kisah koleksi busananya, tetapi mereka juga akan mendesain presentasi *portfolio* menjadi sebuah cerita untuk memproyeksikan citra pemasaran atau gaya dengan pesan yang berpikir maju. Ini adalah kesempatan untuk menunjukkan bakat unik mereka. *Mood board* merupakan konten penting dalam *portfolio* untuk menentukan bagaimana tema atau konsep yang akan diusung oleh desainer di koleksi busana mereka, sehingga *mood board* perlu mewujudkan unsur-unsur visual, garis, rupa dan bentuk, tekstur dan detail yang dapat diterjemahkan kedalam desain busana. Namun, masih banyak desainer pemula yang menggunakan pilihan pribadi mereka (de Wet, 2017). Mereka masih belum mempertimbangkan bagaimana keinginan pasar-pasar industri target.

*Portfolio* yang bersih dan terorganisasi dengan baik yang menyajikan keterampilan kreatif dan teknis diinginkan oleh para profesional industri (Romeo, 2017). *Portfolio* yang terorganisir dengan baik, bersih dan ringkas ditemukan memberikan kesan kepada calon perusahaan tentang kebiasaan kerja desainer dan kemampuan profesionalisme desainer. Selain itu, *portfolio* yang yang terorganisir dengan baik, bersih dan ringkas digunakan sebagai isyarat kesesuaian keseluruhan individu sebagai karyawan.

Pengetahuan dan adopsi teknologi konsumen dapat mengubah kebutuhan dan ekspektasi busana. Dengan segala kemajuan teknologi yang ada menghasilkan perubahan ekspektasi konsumen terhadap fungsi dan perawatan busana (Romeo & Lee, 2013). Sama halnya dengan konsumen yang memiliki ekspektasi yang berbeda, para profesional industri juga memiliki perubahan dalam ekspektasi *portfolio* yang mereka inginkan. Berkaitan dengan fakta perkembangan teknologi yang cepat saat ini, para profesional industri lebih memilih para siswa untuk mengirim *portfolio* digital daripada *portfolio* fisik milik mereka (Romeo, 2017). Kemasan *portfolio* digital yang lebih praktis, mudah dibawa kemanapun dan dilihat kapanpun menjadi poin pertimbangan para profesional industri. Sebab, dengan mengirim *portfolio* digital, *portfolio* digital dapat membantu para pengusaha atau atasan perusahaan ketika melakukan penilaian melalui *mobile phone* atau teknologi lainnya disela-sela waktu mereka yang padat.

Pada Tabel 1, Mohammed & Elradi (2015) berpendapat bahwa buku sketsa atau jurnal merupakan salah satu item yang perlu dilampirkan dalam *fashion design portfolio*. Para profesional industri juga berpendapat bahwa kemampuan untuk *hand sketch* merupakan aset bagi desainer fashion, karena *hand sketch* dapat mendemonstrasikan keterampilan kreatif dan teknis seseorang. Namun, perlu diperhatikan ketika memilih

untuk memasukkan *hand sketch* kedalam *portfolio*, sebab bila tidak terampil dalam membuat *hand sketch*, maka *hand sketch* hanya akan merusak sketsa-sketsa yang dibuat menggunakan komputer (Romeo, 2017).

Kemampuan untuk memahami dan menggunakan *software* untuk pembuatan desain tekstil, *story boards/mood boards* dan pola secara digital merupakan keterampilan yang diperlukan oleh para siswa untuk mengimbangi kemajuan teknologi di dunia busana (Romeo & Lee, 2013). Preferensi kuat dari profesional industri untuk *portfolio* yang mendemonstrasikan kemampuan siswa untuk menggunakan *software* desain busana (Romeo, 2017). Ketika magang atau akan memasuki perusahaan, seorang *intern* kerap kali dibutuhkan untuk membantu desainer dengan melakukan pekerjaan dasar tetapi penting. Maka dari itu, *portfolio* yang mendemonstrasikan kemampuan desainer untuk menggunakan teknologi industri saat ini sangatlah esensial.

Beberapa perusahaan saat ini yang melakukan resume video yang meningkatkan jumlah panggilan wawancara (Romeo, 2017). Tautan video harus dipastikan ditata dengan baik sehingga dapat meningkatkan tingkat panggilan untuk wawancara. Dan ketika telah mendapatkan panggilan untuk wawancara, disarankan untuk siswa mulai melakukan persiapan presentasi *portfolio* mereka. Sikap yang diinginkan oleh para profesional untuk siswa yang melamar pekerjaan ialah mereka dapat memperkenalkan diri dengan singkat dan ringkas, mampu menjelaskan mengapa pekerjaan mereka berhubungan dengan posisi tersebut, namun tetap terlihat fleksibel dan mudah beradaptasi.

### Sistematikan pembuatan *fashion design portfolio*

Kata-kata ‘ceroboh, tidak terorganisir, tidak profesional, berantakan, dan tidak terorganisir’ merupakan kata-kata yang digunakan untuk menggambarkan *portfolio* yang diajukan untuk magang dan melamar pekerjaan tingkat pemula yang kerap kali digunakan oleh para profesional industri (Romeo, 2017). Maka dari itu, diperlukan sebuah sistematika dalam pembuatan *fashion design portfolio* sehingga *portfolio* tidak akan terlihat berantakan. Langkah-langkah pembuatan *fashion design portfolio*, adalah:

1. Penelitian dan ramalan (*research and forecasting*). Langkah ini penting sebab segmen dari industri kreatif *fashion* memiliki tren warna, kain, dan siluet yang berbeda-beda untuk pasar tertentu (Guerin, 2005). Contohnya, segmen industri kreatif busana aktif (baju renang) akan memiliki tren warna, kain, dan siluet yang berbeda dengan segmen industri kreatif busana formal (baju kerja). Masih banyaknya desainer *fashion* yang gagal menyesuaikan *fashion*

*design portfolio* mereka dengan segmen industri kreatif perusahaan yang dituju (Romeo, 2017) menyebabkan penelitian yang mendalam mengenai tren warna, kain, dan siluet untuk pasar tertentu perlu dilakukan oleh para desainer *fashion*. Selain itu, hasil dari penelitian tersebut dapat membantu desainer *fashion* untuk meramalkan bagaimana warna, kain dan siluet yang akan menjadi tren selanjutnya.

2. Pembuatan konsep dan inspirasi dalam bentuk *mood board*. *Mood board* merupakan presentasi pemberian unsur kreatif dan artistik yang membuat gambar-gambar visual yang mengilustrasikan tema (Guerin, 2005). Konten *mood board* terdiri dari koleksi gambar beserta unsur-unsur visual warna, garis, bentuk, tekstur, dan detail yang menceritakan sebuah kisah, menciptakan emosi dan dapat diterjemahkan ke dalam desain busana (de Wet, 2017; Faerm, 2010). Keterampilan analisis dibutuhkan untuk mengkonfigurasi gambar-gambar individual menjadi kumpulan gambar dengan arti yang baru secara keseluruhan. Pembuatan konsep desain dalam *mood board*, terdapat tiga pertanyaan yang perlu dianalisis: (1) Apa yang Anda lihat sebagai tema berulang ketika Anda melihat semua gambar tersebut?; (2) Apa artinya ini bagi Anda?; dan (3) Menurut Anda, bagaimana pembaca akan mengartikan gambar tersebut? (de Wet, 2017).

Contoh *mood board* dapat dilihat pada Gambar 1., dimana *mood board* tersebut merupakan kumpulan inspirasi untuk tema *Urban Caricature* makanan Indonesia, dengan perpaduan gaya busana yang *sporty* dan *street style*. Palet warna yang juga telah tertera pada *mood board* merupakan warna-warna cerah yang melambangkan kesan aktif.



Gambar 1. Mood board dengan tema *urban caricature* (sumber: dok. pribadi)

3. Pembuatan desain busana sesuai dengan *mood board*. Pembuatan desain busana dapat dilakukan dengan manual (*hand sketch*) atau digital (aplikasi komputer). Banyak lulusan desain *fashion* yang lalai dalam langkah pembuatan desain, utamanya dalam menunjukkan kemampuan teknis mereka (Romeo, 2017). Biasanya, *portfolio* memiliki 6 hingga 18 gambar ilustrasi per koleksi (figur dari kepala sampai kaki atau *croquis* ditampilkan dalam siluet) (Mohamed & Elradi, 2015). Setiap gambar ilustrasi tersebut memerlukan kumpulan teknis untuk menyertai detail-detail mengenai busana pada koleksi tersebut. Kumpulan teknis termasuk didalamnya adalah set ukuran, gambar-gambar ilustrasi garmen, pola, sketsa, dan detail konstruksi untuk satu garmen. Pembuatan desain dan pemberian detail teknis busana menunjukkan

pemahaman desainer *fashion* mengenai pasar target perusahaan yang dituju dan kemampuan pemecahan masalah desain busana. Para profesional industri kreatif *fashion* berpendapat bahwa terlalu banyak fokus pada desain ‘inovatif’ dengan sedikit penekanan yang menunjukkan desain itu ‘dapat diproduksi’ (Romeo, 2017). Desain ‘inovatif’ yang dimaksud adalah terlalu banyak *cutting*, lipit atau pun desain yang terlalu rumit sehingga pada saat diproduksi, hasil jadi garmen akan tidak sesuai dengan sketsa yang telah dibuat oleh desainer atau bahkan lebih parahnya, tidak dapat terproduksi. Contoh koleksi gambar desain busana dapat dilihat pada gambar 2., yang mana merupakan perwujudan desain busana busana dan pria dari *mood board* pada Gambar 1.



Gambar 3. Perwujudan desain busana dari *mood board* (sumber: dok. pribadi)

4. Pembuatan prototipe dan menyematkan prototipe garmen ke dalam *fashion design portfolio* menggunakan gambar foto. Para profesional industri lebih condong melihat sketsa asli yang serasi

dengan garmen akhirnya sebab hal ini menunjukkan bahwa desainer dapat menciptakan sketsa mereka ke produk akhir tanpa adanya orang lain untuk ‘memperbaiki’ desain untuk memastikan bahwa

desain tersebut dapat diproduksi (Romeo, 2017). Bila adanya ketidak samaan dalam desain dan hasil prototipe, maka hal ini dapat terjadi karena kurangnya pengetahuan tentang konstruksi busana dan jenis jahitan dan kelim merupakan kelemahan yang kerap kali dimiliki oleh desainer kreatif (Romeo & Lee, 2013). Kurangnya pengetahuan ini menyebabkan desainer susah menerjemahkan apa yang terlihat diatas kertas (desain) ke produk yang sebenarnya dan memahami bagaimana pakaian dijahit dan memperhitungkan apa yang harus dilakukan untuk mempertahankan tampilan agar sesuai dengan desain. Mengacu pada pengetahuan konstruksi busana dasar, kurangnya pengetahuan akan membatasi kemampuan para desainer ketika menjahit busana mereka sebab mereka tidak yakin bagaimana busana tersebut harus dijahit. Penyematan prototipe dilakukan dengan menyematkan hasil foto prototipe, baik dengan model atau pun dengan manekin. Namun, kerap kali *portfolio* yang diajukan kepada perusahaan atau pengusaha potensial terlalu kacau balau dan tidak terorganisasi, serta kurang mendetail, contohnya hasil-hasil foto prototipe yang kurang baik, yaitu hasil foto blur atau warna tidak terlihat sesuai dengan kain asli dikarenakan pencahayaan yang kurang atau pun terlalu banyak cahaya; foto yang terlihat seperti foto yang diambil dengan *handphone*; dan terlalu berantakan dan tidak

terorganisasi bila dilihat secara visual (Romeo, 2017).

## PENUTUP

### Simpulan

1. *Fashion design portfolio* untuk bekerja di masa depan memiliki konten yang diinginkan oleh para profesional industri *fashion*, antara lain: (1) *portfolio* yang bersih dan terorganisasi dengan baik; (2) berbentuk digital (dapat dibuka pada alat elektronik) dan ada pelampiran video resume singkat; (3) melampirkan *hand sketch* yang rapi dan cantik secara estetika; dan (4) penggunaan *software* (membuat desain busana dan *technical drawing* dengan *software* komputer).
2. Sistematika membuat *fashion design portfolio*, yaitu: (1) penelitian dan peramalan; (2) pembuatan konsep dan inspirasi (*mood board*); (3) pembuatan desain-desain busana; dan (4) pembuatan prototipe dan penyematan prototipe.

### Saran

*Portfolio* yang sesuai dengan keinginan industri sangat membantu siswa dalam mendapatkan magang atau membantu lulusan untuk mendapatkan pekerjaan pertama mereka setelah lulus dari perguruan tinggi. Namun, industri busana berubah terus-menerus dengan cepat; penelitian yang sedang berlangsung mengenai perubahan ekspektasi untuk *portfolio* desain perlu dilakukan.

Encourage Higher Level Thinking Skills in the Selection of Images for Fashion Design Mood Boards: An Action Research Approach. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 10(1), 16–25. <https://doi.org/10.1080/17543266.2016.1173236>

Faerm, S. (2010). *Fashion Design Course*. Quarto.

Faerm, S. (2012). Towards a Future Pedagogy: The Evolution of Fashion Design Education Key words: Design, Education, Fashion, Student, Learning. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(23), 210–219.

Faerm, S., & Pamolo-Lovinski, N. (2009). What is Good Fashion Design? *Design Principles and Practices: An International Journal*, 3(6), 89–98.

Frederick, U. (2011). Impact of Students Industrial Work Experience Scheme (Siwes) on Development of Graduate Employability Skills. *Nigerian Vocational Association Journal*, 16(1), 118–124.

Gani, S. (2016). *Belajar Bisnis Fashion dari Inggris*. Satusatu.Id.

Guerin, P. (2005). *Creative Fashion Presentations*

## DAFTAR PUSTAKA

Allen, K., Quinn, J., Hollingworth, S., & Rose, A. (2013). Becoming Employable Students and “Ideal” Creative Workers: Exclusion and Inequality in Higher Education Work Placements. *British Journal of Sociology of Education*, 34(3), 431–452. <https://doi.org/10.1080/01425692.2012.714249>

Antonio, A., & Tuffley, D. (2015). First Year University Student Engagement Using Digital Curation and Career Goal Setting. *Research in Learning Technology*, 23. <https://doi.org/10.3402/rlt.v23.28337>

Ashton, D. (2015). Creative Work Careers: Pathways and Portfolios for the Creative Economy. *Journal of Education and Work*, 28(4), 388–406. <https://doi.org/10.1080/13639080.2014.997685>

Barrett, J. C. (2013). *Designing Your Fashion Portfolio from Concept to Presentation* (2nd ed.). Fairchild Books.

BEKRAF. (2017). Gairah Fashion Indonesia di Panggung Dunia. *GRID Kompas Gramedia*, 6.

de Wet, A. J. C. (2017). An Educational Tool to

*Second Editions* (2nd ed.). Fairchild Publications.

- Kim, P., Ng, C. K., & Lim, G. (2010). When Cloud Computing Meets with Semantic Web: A New Design for e-Portfolio Systems in the Social Media Era. *British Journal of Educational Technology*, 41(6), 1018–1028. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2010.01055.x>
- Mohamed, O. S., & Elradi, W. A. (2015). Designing a Training Program to Develop the Students' Skills in Building Fashion Design Portfolios. *International Design Journal*, 5(2), 337–351.
- Oscario, A., & Zahra, A. (2018). Strategi Penyajian Portofolio Desain. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 3(1), 91–105. <http://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/seni/issue/view/436/showToc>
- Riviyastuti, A. (2018). *Bekraf Perkuat Ekosistem Industri Fesyen*. BEKRAF.
- Romeo, L. D. (2017). Industry Professionals' Evaluation of Apparel Design Student Portfolios. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 10(2), 111–118. <https://doi.org/10.1080/17543266.2016.1209693>
- Romeo, L. D., & Lee, Y. A. (2013). Creative and Technical Design Skills: Are College Apparel Curriculums Meeting Industry Needs? *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 6(3), 132–140. <https://doi.org/10.1080/17543266.2013.783629>
- Satam, D., Liu, Y., & Lee, H. J. (2011). Intelligent Design Systems for Apparel Mass Customization. *Journal of the Textile Institute*, 102(4), 353–365. <https://doi.org/10.1080/00405000.2010.482351>
- Shita, N. P. (2018). Pengembangan E-Portfolio Fashion Design Sebagai Media Personal Branding. *E-Journal Tata Busana UNESA*, 07(02), 136–141. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201712107005>
- Simoni, M., Cautela, C., & Zurlo, F. (2019). Designer Portfolio Archetypes in Design-Intensive Industries. *Industry and Innovation*, 26(10), 1174–1207. <https://doi.org/10.1080/13662716.2019.1613220>
- Swanson, S. R., & Tomkovick, C. (2015). *The Sustainable Global Marketplace*. Springer International Publishing.
- Thorley, M. (2014). Graduate Meets Employer – A Model for Embedding Industry Professional Involvement in the Development and Assessment of Student Portfolios. *Journal of Music, Technology and Education*, 7(3), 325–339. [https://doi.org/10.1386/jmte.7.3.325\\_1](https://doi.org/10.1386/jmte.7.3.325_1)
- Yick, K. lun, Yip, J., Au, S. chuen, Lai, Y. yan, & Yu, A. (2019). Effectiveness of Blended Learning in the First Year of Fashion Education. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), 178–188. <https://doi.org/10.1080/17543266.2018.1546910>
- Yuliarma. (2010). Peningkatan Kreativitas Mahasiswa Melalui Pembelajaran Training Model dan Portofolio. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(1), 76–84. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v16i1.433>