

# TREN BERKAIN GENERASI Z: PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF BIDANG BUSANA

Sri Wening<sup>1</sup>, Putu Diah Ari Kusumadewi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: [putudiah.2021@student.uny.ac.id](mailto:putudiah.2021@student.uny.ac.id)

## ABSTRAK

Kain tradisional seringkali dianggap kuno dan kaku oleh generasi muda. Namun akhir-akhir ini muncul tren berkain yang populer di kalangan Generasi Z. Tren berkain membawa pengaruh yang signifikan bagi penggunaan kain tradisional dalam aktivitas sehari-hari generasi Z. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi selera fashion, tetapi juga membawa dampak yang signifikan pada industri busana dan menciptakan berbagai peluang pengembangan industri kreatif dalam bidang busana. Artikel ini akan mengulas bagaimana Generasi Z memengaruhi tren ini, mengapa kain tradisional menjadi begitu populer di antara mereka, dan bagaimana peluang pengembangan industri kreatif busana melalui tren berkain. Tren berkain yang dipelopori oleh Generasi Z telah membawa perubahan besar dalam industri busana. Mereka telah mempopulerkan kembali kain-kain tradisional dan menginspirasi inovasi dalam desain, produksi, dan pemasaran produk busana. Bagi industri kreatif dalam bidang busana, tren berkain menjadi peluang besar untuk mengembangkan bisnis, mempromosikan keberlanjutan, dan mendukung pelestarian budaya. Ini adalah waktu yang menarik dalam dunia fashion ketika budaya, seni, dan inovasi bergabung dalam sebuah gerakan yang menciptakan identitas unik untuk industri busana di era Generasi Z.

**Kata kunci:** Tren Berkain, Generasi Z, Industri Kreatif Busana

## PENDAHULUAN

Kain tradisional seringkali dipandang oleh generasi muda sebagai hal yang bersifat kaku, kuno, dan memiliki banyak aturan [1]. Akibat stigma tersebut, banyak kalangan anak muda yang tidak ingin melibatkan diri atau sekadar ingin tahu mengenai kain tradisional. Hal ini turut dipengaruhi oleh minimnya kemunculan warisan budaya lokal di lingkungan anak muda. Namun dalam beberapa decade terakhir, penggunaan kain tradisional Indonesia sebagai produk fashion semakin besar.

Saat ini muncul kampanye “#BerkainGembira” di kalangan generasi Z yang bertujuan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia. Salah satu kegiatannya yaitu mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk menggunakan kain khas Indonesia sebagai atribut busana yang digunakan dalam berbagai kesempatan dan aktivitas. Tren berkain merupakan aktivitas menggunakan kain tradisional sebagai busana[2]. Tren berkain

mengacu pada tren berbusana yang membiasakan penggunaan kain-kain tradisional Indonesia seperti batik hingga tenun. Upaya berkain dilakukan untuk memperkenalkan beragam kain tradisional dari daerah lain di Indonesia.

Industri busana adalah salah satu bidang yang sangat dinamis dan selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman. Tren fashion selalu berfluktuasi, berkembang, dan beradaptasi dengan selera konsumen yang berubah seiring berjalannya waktu. Tidak diragukan lagi, setiap generasi memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana fashion berkembang dan bagaimana industri busana berevolusi.

Saat ini, Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2000-an, telah memasuki panggung utama dalam dunia mode. Mereka tidak hanya membawa perubahan dalam selera fashion, tetapi juga ekspektasi yang berbeda terhadap industri busana secara keseluruhan.

Salah satu tren yang sangat mencolok dalam kaitannya dengan Generasi Z adalah tren berkain. Generasi ini telah menunjukkan minat yang meningkat dalam penggunaan kain tradisional dan tenunan sebagai bagian dari gaya mereka. Mereka mendorong kembali tren kain-kain yang dulu mungkin dianggap sebagai kuno atau ketinggalan zaman dan memadukannya dengan elemen-elemen modern dalam busana mereka. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi selera fashion, tetapi juga membawa dampak yang signifikan pada industri busana dan menciptakan berbagai peluang pengembangan industri kreatif dalam bidang busana.

Masifnya penggunaan media sosial belakangan ini menjadikan tren berkain bergaung di kalangan generasi Z [3]. Berbagai konten seputar tren berkain marak muncul di berbagai platform media sosial seperti Instagram hingga Tiktok. Karakteristik media sosial yang mudah diakses menjadikan media sosial sebagai media yang efektif untuk menyebarkan kampanye dalam waktu yang cepat dan dijangkau oleh khalayak luas [4].

Tren berkain ini memiliki dampak diantaranya melestarikan kain tradisional, memunculkan perasaan senang dalam berkain, hingga mengganti stigma kain tradisional yang kaku [4]. Namun selain daripada dampak tersebut, tren berkain justru menciptakan peluang yang signifikan bagi pengembangan industri kreatif dalam bidang busana. Seiring dengan perubahan konstan dalam selera dan preferensi konsumen, tren berkain bukan hanya tentang memilih jenis kain yang populer saat ini, tetapi juga melibatkan penggabungan elemen-elemen tradisional dan modern untuk menciptakan produk yang unik [5]. Penggunaan kain tradisional sebagai elemen desain telah menjadi fenomena yang menarik, memungkinkan para desainer dan produsen busana untuk mengeksplorasi berbagai cara kreatif dalam menciptakan pakaian dan aksesoris yang menggabungkan nilai budaya, seni, dan inovasi.

Dalam konteks ini, artikel ini akan mengulas bagaimana Generasi Z memengaruhi

tren ini, mengapa kain tradisional menjadi begitu populer di antara mereka, dan bagaimana peluang pengembangan industri kreatif busana melalui tren berkain. Dengan demikian, artikel ini akan mengungkapkan pentingnya tren berkain sebagai pendorong perkembangan industri busana yang terus berkembang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Generasi-Z: Pembawa Perubahan Dalam Dunia Fashion

Generasi Z, sering kali disebut sebagai "Generasi Digital" atau "Gen Z," adalah kelompok demografis yang lahir di tengah-tengah era digital. Gen Z kini perlahan menjadi kelompok atau generasi yang mendominasi dunia sebagai agen pembawa perubahan. Mereka tumbuh dalam era internet, media sosial, dan akses mudah ke informasi [6]. Hal ini dikarenakan, mereka yang lahir sebagai Gen Z hadir di saat dunia sedang berada dalam kemajuan teknologi yang canggih dan pesat. Tak mengherankan, apabila Gen Z juga disebut sebagai generasi internet.

Sebagai generasi internet, mereka menggunakan platform ini untuk mencari berbagai inspirasi *fashion*, membeli produk, dan berbagai gaya mereka dengan cepat dan mudah. Seperti fenomena saat ini dimana banyak *influencer* yang melakukan *endorse* terhadap suatu *brand* fesyen. Adanya generasi Z menjadikan merek tersebut populer. Hal ini disebabkan oleh adanya *platform* media sosial tersebut.

Fenomena ini menjadikan generasi Z sebagai konsumen utama dengan daya beli yang kuat di industri *fashion* dunia [7]. Perspektif konsumen Gen Z sangatlah penting. Di AS, kelompok ini mewakili kekuatan belanja sekitar \$150 miliar. Selain itu, Generasi Z akan mewakili 40% konsumen global pada tahun 2020. Saat ini dan beberapa tahun ke depan merupakan titik balik dalam industri fesyen seiring dengan perubahan pelanggan mainstream dari generasi millennial ke Gen Z.

McKinsey & Company meneliti 16.000 konsumen Gen Z di Indonesia, Australia,

Thailand, China, Jepang, dan Korea Selatan. Survei memperlihatkan ada 26 persen konsumen brand conscious di Indonesia yaitu kelompok yang sangat memperhatikan tren dan lalu membeli secara online merek yang sedang trending. Mereka suka mix and match yang menciptakan gaya pribadi. Kelompok ini tidak setia pada label tertentu.

Generasi Z menekankan inklusivitas dan diversitas [8]. Artinya, mereka mendorong representasi yang lebih luas dalam berbagai aspek, termasuk dalam iklan fashion. Hal ini telah mempengaruhi industri fashion untuk lebih mempertimbangkan beragam etnisitas, ukuran tubuh, gender, dan latar belakang dalam pemasaran dan desain mereka. Sebesar itulah pengaruh generasi Z dalam membawa perubahan di dunia *fashion*.

Namun, satu hal yang membedakan Generasi Z adalah ketertarikan mereka pada nilai-nilai autentisitas, keberlanjutan, dan inklusivitas. Mereka lebih kritis terhadap merek dan bisnis yang tidak hanya berbicara tentang keberlanjutan tetapi juga bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Mereka juga menghargai produk yang memiliki cerita, identitas, dan makna di baliknya. Inilah salah satu alasan mengapa tren berkain telah menjadi begitu relevan bagi Generasi Z.

Kombinasi inilah yang menjadikan generasi Z sebagai pembawa perubahan dalam dunia *fashion*. Mereka tidak hanya mengikuti tren yang ada, tetapi juga menciptakan tren baru dan mempromosikan nilai-nilai yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan kreatif dalam industri *fashion*. Pada akhirnya, pelaku usaha dalam bidang *fashion* harus menyesuaikan karakteristik generasi Z ini sebagai salah satu konsumen potensial.

## **2. Kain Tradisional Kembali Populer: Tren Berkain di Kalangan Generasi Z**

Penggunaan kain tradisional dan tenunan dalam berbagai kesempatan dan aktivitas sehari-hari generasi Z merupakan salah satu tren yang paling mencolok. Penggunaan batik, songket, tenun ikat. Hingga kain-kain etnik lainnya mencerminkan berbagai kekayaan budaya dan

tradisi dari berbagai daerah di seluruh dunia. Generasi Z cenderung menyukai produk yang unik dan berbeda [9]. Mereka tidak ingin mengenakan sesuatu yang umum digunakan oleh semua orang. Dalam hal ini, kain tradisional melalui tren berkain menawarkan alternatif yang unik dan menarik dalam bergaya.



Gambar 1. Penggunaan Batik Oleh Generasi Z  
Sumber: <https://www.kompasiana.com/sherlypermatasari/>

Kain tradisional seringkali memiliki desain dan motif yang unik. Motif-motif ini jarang ditemukan pada pakaian massal atau seragam. Sebagai contoh, kain batik memiliki berbagai motif salah satunya motif sekar jagad yang berbentuk gelombang berliku melingkari beberapa macam motif batik [10]. Ada juga ragam hias dari tenun gringsing dari Bali yang memiliki ragam hias geometris, manusia, binatang, hingga tumbuh-tumbuhan.

Berbagai motif yang beragam dan unik menciptakan identitas fashion yang lebih individual sehingga memungkinkan generasi Z untuk mengekspresikan kepribadian mereka melalui pilihan pakaian mereka. Kain tradisional melalui tren berkain dapat menjadi alternatif yang menarik dalam memenuhi preferensi generasi Z tersebut. Pada akhirnya, melalui tren berkain, generasi Z dapat membedakan diri mereka dalam dunia fashion yang seringkali didominasi oleh tren massal.

Pembahasan ini memunculkan pertanyaan baru, sejak dahulu kain tradisional telah dijual namun mengapa baru sekarang kain ini baru populer? Ningsih & Widjaja dalam [5] melalui penelitiannya memaparkan bahwa latar belakang generasi Z melakukan pembelian produk adalah kebutuhan. Produk kain tradisional termasuk dalam kategori kebutuhan

akan penghargaan dan aktualisasi diri. Hal ini sejalan dengan preferensi generasi Z yang menyukai sesuatu yang menunjukkan identitas diri mereka. Sehingga disadari atau tidak, penggunaan kain tradisional melalui tren berkain menjadi suatu pernyataan penting mengenai identitas generasi Z. Hal ini sejalan dengan ungkapan "*I Speak Through My Cloth*". Konsekuensi dari hal ini adalah semakin populernya kain tradisional di kalangan generasi Z melalui tren berkain.

Selain motif yang beragam, kain tradisional memiliki cerita dan makna yang terkandung didalamnya. Mengenakan kain tradisional dalam aktivitas sehari-hari memungkinkan generasi Z untuk mengungkapkan identitas mereka dan merasakan koneksi dengan cerita dan budaya yang ada di kain tersebut. Seperti yang diketahui, mengenakan kain tradisional bukan hanya tentang gaya, tetapi juga tentang merayakan, menghormati, dan memahami makna budaya yang lebih mendalam [11]. Hal ini akan menciptakan hubungan emosional antara pemakai dan kain tersebut. Pada akhirnya kain tradisional akan memberikan arti yang mendalam pada gaya berbusana generasi Z yang cenderung mencari identitas dan makna mendalam dalam preferensi pribadi mereka.

Generasi Z seringkali memiliki latar belakang budaya yang beragam. Hal ini menjadikan mereka memiliki perasaan koneksi yang kuat dengan identitas budaya mereka. Hal ini menjadikan generasi Z memiliki apresiasi yang tinggi terhadap budaya dan warisan lokal. Mereka memandang nilai yang terkandung dalam mempertahankan tradisi budaya, khususnya dalam hal kain tradisional. Mengenakan kain tradisional dari budaya mereka memberi kesempatan kepada mereka untuk mengungkapkan identitas serta menghormati akar budaya mereka. Hal ini juga menjadi cara untuk mendukung budaya lokal yang terancam punah.

Selain preferensi gaya, generasi Z memiliki karakteristik dalam hal nilai keberlanjutan [9]. Generasi Z sangat sadar akan isu-isu lingkungan dan keberlanjutan (Sustainability). Kondisi ini tidak mengherankan, sebab generasi ini tumbuh

dalam era dimana isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, dan keberlanjutan menjadi isu utama. Hal ini membentuk pandangan mereka terhadap dunia dan pada akhirnya mempengaruhi preferensi mereka dalam fashion.

Kain-kain tradisional sebagian besar dibuat dari serat alami bahkan diolah dengan teknik yang lebih ramah lingkungan daripada serat sintetis. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai sustainable yang dianut oleh generasi Z. Dengan menggunakan kain tradisional dalam setiap kesempatan dan aktivitas sehari-hari mereka, maka generasi Z berkontribusi pada usaha global dalam mengurangi dampak negative industri fashion terhadap lingkungan.

Generasi Z cenderung menyukai sesuatu yang dapat dipersonalisasi sesuai dengan selera mereka [12]. Personalisasi adalah salah satu aspek yang sangat penting bagi generasi Z dalam mencari keunikan dan ekspresi diri yang lebih dalam. Generasi Z seringkali suka memadukan unsur tradisional dengan pakaian modern.

Kain tradisional dapat digunakan menjadi berbagai gaya sehingga memberikan peluang untuk dipersonalisasi dengan pakaian modern. Tak jarang ditemukan generasi Z yang menggunakan kain tradisional sebagai bawahan kemudian dipadukan dengan kemeja formal sebagai atasan, atau penggunaan kain tradisional sebagai blazer yang dipadukan dengan rok denim sehingga menciptakan tampilan yang unik dan personal. Hal ini menjadikan kain tradisional dapat menjadi kanvas yang sempurna bagi generasi Z untuk mengekspresikan kreativitas dan selera personal dalam gaya berbusana.



Gambar 2. Personalisasi Kain Tradisional Melalui Tren Berkain

Sumber: <https://www.merdeka.com/> (Kiri); <https://fitinline.com/> (Kanan)

Kain tradisional tidak hanya menjadi elemen gaya, tetapi juga cerminan dari bagaimana generasi Z ingin berkontribusi pada dunia fashion dengan cara yang positif dan bermakna. Hal ini menciptakan peluang besar dalam industri fashion untuk mengintegrasikan kain tradisional dalam desain modern, yang pada gilirannya memperkaya pengalaman fashion kita.

### **3. Peluang Pengembangan Industri Kreatif Busana Melalui Tren Berkain**

Tren berkain dalam gaya generasi Z tidak hanya mengenai penggunaan kain tradisional dalam busana mereka. Namun hal ini turut menciptakan peluang besar dalam pengembangan industri kreatif bidang busana. Berdasarkan survey BPS, subsektor *fashion* tercatat sebagai salah satu sektor penyumbang industri kreatif terbesar. Adanya peluang besar ini maka pihak-pihak terkait perlu memahami bagaimana mewujudkan hal tersebut. Aspek inovasi berfungsi untuk membantu industri kreatif bidang *fashion* dalam mengidentifikasi dan menggunakan proses-proses dan teknologi inovatif [13]. Hal ini menunjukkan bahwa aspek inovasi memiliki peran krusial dalam membantu industri kreatif di bidang *fashion* untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengadopsi proses dan teknologi inovatif.

Inovasi dalam bidang *fashion* tidak terlepas dari para pelaku *fashion*, salah satunya yaitu peran desainer. Tren berkain mendorong pelaku industri fashion seperti desainer untuk berpikir kreatif dan menciptakan desain yang unik [14]. Tren berkain menciptakan lanskap fashion yang lebih beragam dan menciptakan peluang bagi desainer untuk menjelajahi berbagai ide kreatif. Mereka dapat menggabungkan unsur-unsur kain tradisional dengan elemen modern untuk menciptakan suatu produk kreatif dan orisinal. Hal ini menciptakan peluang bagi desainer untuk menciptakan berbagai karya seni yang berbeda.

Melalui tren berkain, desainer terdorong untuk mencari bahan baru dan inovatif dalam

produksi kain. Mereka berperan sebagai innovator dalam hal tekstur, warna, hingga motif yang unik sehingga desain mereka menjadi lebih menarik. Hal ini memungkinkan desainer untuk terus memertahankan budaya tradisional sambil membawa sentuhan kontemporer yang segar ke dalam industri fashion.

Selain desainer, tren berkain dapat mendorong kolaborasi dengan seniman lokal, pengrajin kain tradisional, hingga komunitas budaya untuk menciptakan produk yang menggabungkan seni dan budaya. Semakin pesatnya tren berkain serta adanya kolaborasi ini dapat membantu memberdayakan ekonomi lokal dan mendukung pekerjaan dalam industri kreatif bidang busana. Hal ini juga mendorong penghargaan terhadap keanekaragaman budaya dan warisan yang ada di seluruh dunia.

Tren berkain salah satunya diperkenalkan melalui pameran seni dan fashion show. Pameran seni dan *fashion show* sudah bukan hal baru bagi penggiat bidang *fashion*. Beberapa negara seperti Paris, London, atau Milan dikenal dengan cepat karena adanya hasil karya dari desainer-desainer mereka dalam bidang *fashion*. Bahkan negara-negara tersebut kini menjadi kiblat *fashion* dunia yang pada akhirnya menjadikan industri kreatif negara mereka meningkat.

Hal yang sama akan berlaku pada tren berkain di Indonesia. Pameran seni dan fashion show yang menampilkan produk yang menggunakan kain tradisional dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang nilai budaya dan seni dalam industri ini, sambil juga mempromosikan merek dan produk. Pameran dan fashion show adalah platform yang sangat baik untuk mempromosikan merek fashion. Acara-acara seperti fashion show seringkali menarik perhatian media sosial. Penggunaan #BerkainGembira dan berbagi foto serta video dari acara dapat memberikan eksposur tambahan bagi merek dan produk, mencapai audiens yang lebih luas.

Pameran seni dan fashion show dapat digunakan untuk menyampaikan pesan tentang keberlanjutan dan praktik etis dalam industri fashion. Ini meningkatkan kesadaran tentang

pentingnya menjaga lingkungan dan budaya. Acara-acara seperti ini dapat menjadi sarana untuk meningkatkan keterlibatan komunitas lokal, terutama jika kain tradisional diproduksi dalam komunitas tertentu. Ini dapat memberdayakan komunitas lokal dan mendukung ekonomi mereka. Dengan menggabungkan seni, budaya, dan fashion dalam pameran dan fashion show, industri fashion dapat menciptakan pengalaman yang lebih dalam dan berarti bagi pelanggan serta mengedukasi mereka tentang pentingnya menjaga warisan budaya dan seni dalam dunia fashion.

Adanya tren berkain disusul dengan preferensi personalisasi generasi Z menjadikan peluang semakin berkembang. Konsumen mencari produk yang mencerminkan kepribadian mereka, dan tren berkain memungkinkan bisnis untuk menawarkan layanan personalisasi. Konsumen dapat memilih kain, desain, hingga gaya yang mereka inginkan. Personalisasi dalam tren berkain bukan hanya tentang membuat suatu produk busana yang unik, namun juga menciptakan produk yang memiliki makna yang mendalam bagi konsumen. Hal ini merupakan cara efektif bagi sebuah bisnis fashion dalam memenuhi permintaan konsumen yang semakin menginginkan produk yang mencerminkan kepribadian mereka.

Selain pakaian, adanya tren berkain akan mendorong penggunaan kain tradisional dalam hal pengembangan aksesoris fashion. Hal ini memberikan peluang diversifikasi produk. Sebagai contoh, brand dunia seperti Guess menangkap peluang dari tren berkain dengan mengadaptasinya menjadi suatu koleksi tas tangan terbaik. Kondisi ini menunjukkan bahwa tren berkain melalui penggunaan kain tradisional dapat membuka pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun ekspor. Ini memberikan peluang pertumbuhan bisnis.

Tren berkain memungkinkan bisnis untuk mengembangkan berbagai jenis pakaian dan aksesoris yang mencerminkan beragam budaya. Diversifikasi produk ini dapat menarik pelanggan dengan selera dan preferensi yang

berbeda. Produk yang menggunakan kain tradisional sering kali memiliki cerita dan nilai budaya yang kuat. Ini dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang kuat untuk menarik pelanggan yang mencari produk yang unik dan bermakna.

Dalam beberapa kasus, produk dengan kain tradisional dapat menarik pasar khusus yang memiliki hubungan emosional dengan budaya tertentu. Ini dapat membuka peluang untuk menjangkau segmen pasar yang lebih spesifik. Jika tren berkain memiliki akses ke pasar internasional, penggunaan kain tradisional dalam desain dapat menjadi daya tarik yang besar bagi pelanggan internasional yang mencari produk dengan elemen budaya yang kuat. Ini dapat mendukung pertumbuhan ekspor.

Tren berkain juga dapat membuka peluang kemitraan dengan produsen kain atau pengrajin di negara-negara yang menghasilkan kain tradisional. Ini bisa menjadi langkah strategis untuk memperluas sumber bahan baku dan mengurangi biaya produksi. Produk dengan kain tradisional sering memiliki nilai tambah yang tinggi, karena menggabungkan kerajinan tradisional dengan desain kontemporer. Ini dapat menghasilkan margin keuntungan yang lebih besar. Tren berkain merupakan strategi yang cerdas untuk memperluas pangsa pasar dan mendukung pertumbuhan bisnis fashion. Ini menciptakan kesempatan untuk menciptakan produk yang berbeda dan bermakna, yang dapat menarik berbagai jenis pelanggan dan mendukung ekspansi bisnis baik di dalam negeri maupun internasional.

Peluang pengembangan industri kreatif bidang busana melalui tren berkain yang terakhir yaitu dengan pemanfaatan teknologi dan informasi. Peran teknologi dan informasi dalam industri kreatif tak dapat dipungkiri, karena teknologi dan informasi sangat berpengaruh dalam memperoleh kemudahan dalam melakukan proses berkeasi. Kreatifitas merupakan kunci utama dalam industri kreatif [15]. Hal yang sama juga terjadi dengan tren berkain saat ini.

Kombinasi antara tren berkain dan teknologi dapat menghasilkan produk yang

menari. Salah satunya adalah menciptakan aplikasi AR/VR yang memungkinkan konsumen mencoba kain tradisional secara virtual sebelum membelinya. Mereka dapat melihat bagaimana kain tradisional tersebut terlihat cocok dengan tubuh mereka tanpa harus mengencakannya secara langsung. Melalui AR, konsumen dapat melihat bagaimana produk kain tradisional tersebut dipersonalisasi. Hal ini membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik mengenai desain yang mereka inginkan.

Penggunaan AR/VR sebagai teknologi dalam tren berkain bukan hanya mengenai penjualan produk, tetapi juga mengenai menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan personal bagi konsumen. Hal ini membantu bisnis *fashion* unuk lebih inovatif dalam pemasaran dan memberikan nilai tambah yang signifikan dalam era digital yang terus berkembang.

Dengan berbagai peluang ini, tren berkain telah menjadi pendorong utama dalam pengembangan industri kreatif busana. Ini adalah momen yang menarik untuk para pelaku bisnis fashion untuk memanfaatkan tren ini dan menciptakan produk yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memiliki dampak positif dalam berbagai aspek, mulai dari budaya hingga keberlanjutan.

## KESIMPULAN

Tren berkain yang dipelopori oleh Generasi Z telah membawa perubahan besar dalam industri busana. Mereka tumbuh dalam era digital dengan daya beli yang kuat, memanfaatkan platform media sosial untuk menciptakan tren, dan menekankan nilai-nilai seperti inklusivitas, keberlanjutan, dan autentisitas. Generasi Z bukan hanya konsumen, tetapi juga pemegang kunci dalam membentuk masa depan industri fashion yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan kreatif.

Generasi Z telah mempopulerkan kembali kain-kain tradisional dan menginspirasi inovasi dalam desain, produksi, dan pemasaran produk busana melalui tren berkain. Generasi Z mencari gaya yang unik, dan kain tradisional seperti

batik dan songket menawarkan desain unik yang jarang ditemukan dalam pakaian massal. Mereka juga menghargai makna budaya dan keberlanjutan, karena kain tradisional sering dibuat dengan serat alami dan teknik ramah lingkungan. Generasi Z suka memadukan kain tradisional dengan pakaian modern, menciptakan gaya personal yang unik. Selain itu, mereka juga menghargai budaya lokal dan warisan. Dengan semua ini, tren berkain menciptakan peluang pengembangan industri kreatif dalam bidang busana dengan menggabungkan unsur tradisional dan modern, serta mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan dan budaya yang kaya.

Bagi industri kreatif dalam bidang busana, tren berkain menjadi peluang besar untuk mengembangkan bisnis, mempromosikan keberlanjutan, dan mendukung pelestarian budaya. Ini adalah waktu yang menarik dalam dunia fashion ketika budaya, seni, dan inovasi bergabung dalam sebuah gerakan yang menciptakan identitas unik untuk industri busana di era Generasi Z. Dengan demikian, mari menjelajahi lebih dalam bagaimana tren berkain ini telah menjadi potensi pengembangan industri kreatif busana yang sangat menjanjikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Trismaya, “*Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya*,” JSRW (Jurnal Senirupa Warna), vol. 8, no. 2, pp. 187–197, Jul. 2020, doi: 10.36806/V8I2.89.
- [2] N. F. Rachmawati and G. G. Aji, “*Strategi Komunikasi Persuasif Oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya Dalam Melestarikan Kain Tradisional*,” The Commercium, vol. 7, no. 1, pp. 179–189, Jul. 2023, Accessed: Sep. 30, 2023. [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/55370>
- [3] N. W. D. G. Mahoni and I. G. A. Malini, “*Penggunaan Teknik Patchwork Pada Koleksi Busana Stitch It Up Bali*,” Jurnal Fashionista, vol. 1, no. 1, pp. 40–53, May 2023, Accessed: Sep. 30, 2023. [Online]. Available:

- <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/fasionista/article/view/640>
- [4] P. C. Santiyuda, R. Purnawan, and A. Gelgel, “Kampanye #Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain,” *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, vol. 12, no. 1, pp. 1–12, Jan. 2023, doi: 10.35508/JIKOM.V12I1.7365.
- [5] Y. S. Ningsih and J. Widjaja, “Perancangan Ilustrasi Koleksi Busana Dengan Karakter Visual Tenun Tradisional Indonesia,” *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, vol. 17, no. 2, pp. 117–136, Feb. 2021, doi: 10.25105/DIM.V17I2.8828.
- [6] G. Sakitri, “‘Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!’,” *Forum Manajemen*, vol. 35, no. 2, pp. 1–10, Jul. 2021, Accessed: Sep. 30, 2023. [Online]. Available: <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596>
- [7] W. Wang, “How Has the Fashion Industry Reacted to Gen z’s Completely Different Consumption Concepts and Shopping Habits?,” *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, vol. 4, pp. 72–80, 2021, doi: 10.25236/AJHSS.2021.041015.
- [8] I. A. Coman, S. Yuan, and J.-Y. Tsai, “Citation: Coman, I Toward an Audience-Centric Framework of Corporate Social Advocacy Strategy: An Exploratory Study of Young Consumers from Generation Z,” *Sustainability*, vol. 14, no. 7, 2022, doi: 10.3390/su14074099.
- [9] A. Williams and N. Hodges, “Adolescent Generation Z And Sustainable And Responsible Fashion Consumption: Exploring The Value-Action Gap,” *Young Consumers*, vol. 23, no. 4, pp. 651–666, Oct. 2022, doi: 10.1108/YC-11-2021-1419/FULL/PDF.
- [10] Y. Susilaningtyas, A. Suprijono, and M. Jacky, “Makna Simbolik Dan Nilai-Nilai Motif Pada Motif Batik Jetis : Kajian Etnopedagogik Budaya Lokal Untuk Penguatan Pendidikan Karakter Bangsa Siswa Kelas Iv Sd,” *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, vol. 8, no. 3, pp. 237–237, Aug. 2020, Accessed: Oct. 01, 2023. [Online]. Available: <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/1945>
- [11] A. P. Tjandra et al., “Perancangan Motif Tekstil Dengan Inspirasi Tenun Ikat Dan Warisan Budaya Dayak,” *Folio*, vol. 3, no. 1, 2022, Accessed: Oct. 01, 2023. [Online]. Available: <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/3481>
- [12] V. Jain, R. Vatsa, K. Jagani, M. Reshma Vatsa, and M. K. Jagani, “Exploring Generation Z’s Purchase Behavior towards Luxury Apparel: a Conceptual Framework,” no. 2, 2014.
- [13] M. A. Jerusalem, “Perancangan Industri Kreatif Bidang Fashion Dengan Pendekatan Benchmarking Pada Queensland’s Creative Industry,” *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, vol. 4, no. 1, 2009, Accessed: Oct. 01, 2023. [Online]. Available: <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/41811>
- [14] C. T. L. Soei, R. Satyarini, and I. Prasetya, “Identifikasi Key Success Factor Pada Industri Clothing Di Kota Bandung,” *Research Report - Humanities and Social Science*, vol. 2, 2015, Accessed: Oct. 01, 2023. [Online]. Available: <https://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/1741>
- [15] S. E. P. Rahayu, “Potensi Industri Kreatif Bidang Fashion Sebagai Sumber Devisa Negara,” *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, vol. 6, no. 1, 2011, Accessed: Oct. 01, 2023. [Online]. Available: <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/30876>