

Eksplorasi Pola Sistem Interlocking Modular Untuk Tas

Fidelia Elycia,^{1*} Wyna Herdiana,² Florentina Tiffany³

^{1,2,3} Jurusan Desain Produk, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

Diterima : 04 November 2025

Direvisi : 12 Maret 2026

Diterbitkan : 01 April 2026

Abstract

The phenomenon of fast fashion has grown rapidly along with the rise of globalization and consumer culture. Fast fashion refers to the rapid and low-cost turnover of fashion trends that follow short-lived styles. The main target of fast fashion is Generation Z. This industry focuses on Generation Z because this group is known for characteristics such as FOMO (Fear of Missing Out), getting bored easily, and preferring instant gratification. Therefore, this study aims to explore modular patterns in lifestyle products as a solution to prevent consumerist culture, particularly among Generation Z, which is driven by the fast fashion phenomenon. The research method used is qualitative, involving observation of existing products, experimentation with existing patterns, and exploration of new patterns based on the 2025–2026 trend forecast. The results of the study produced an interlocking system pattern inspired by these trends. This design is expected to contribute to the development of more environmentally friendly, functional, and Generation Z relevant lifestyle products.

Key words: Interlocking, Modular, Pattern,

Abstrak

Fenomena *fast fashion* berkembang pesat seiring dengan meningkatnya globalisasi dan budaya konsumerisme. *Fast fashion* merupakan proses pergantian tren *fashion* secara cepat dan murah dengan mengikuti tren yang bersifat sementara. Target utama *fast fashion* adalah generasi Z. Target utama industri ini adalah generasi Z, karena kelompok ini dikenal memiliki karakteristik *FOMO* (*Fear of Missing Out*), cepat bosan, dan menyukai segala sesuatu yang bersifat instan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola modular pada produk *lifestyle* sebagai solusi untuk mencegah budaya konsumerisme terutama pada generasi Z yang disebabkan oleh fenomena *fast fashion*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan melakukan observasi terhadap produk eksisting, eksperimen terhadap pola yang sudah ada, serta eksplorasi pola baru berdasarkan trend forecast 2025–2026. Hasil penelitian menghasilkan pola sistem *interlocking* yang terinspirasi dari tren tersebut. Desain ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan produk *lifestyle* yang lebih ramah lingkungan, fungsional, dan relevan dengan karakter generasi Z.

Kata kunci: Interlocking, Modular, Pola

1. Pendahuluan

Manusia tidak dapat lepas dari fashion dan gaya (Mahendra, 2025). Akibatnya, banyak orang yang berusaha tampil menarik agar tidak dianggap ketinggalan zaman, yang akhirnya melahirkan fenomena *fast fashion*. *Fast fashion* merupakan proses pembuatan pakaian secara cepat dengan biaya rendah dengan mengikuti tren yang hanya bertahan untuk sementara waktu dan akan tersingkir jika sudah tidak trend (Suprpto et al., 2022). *Fast fashion* lahir karena adanya globalisasi dan menimbulkan budaya konsumerisme (Hakim & Rusadi, 2022). *Fast fashion* sangat digemari, terutama oleh generasi Z, karena harga yang diberikan terjangkau, sehingga dapat mengekspresikan citar diri mereka (Farhani & Kurniadi, 2022). Dampak yang dilahirkan dari adanya fenomena *fast fashion* adalah pencemaran air dan kerusakan lingkungan karena penggunaan bahan kimia dalam produknya untuk menghasilkan bahan yang murah dan cepat (Pratiwi & Zulian, 2023).

Target pasar utama *fast fashion* adalah generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh dari ThreadUp menunjukkan bahwa 72% mahasiswa berbelanja *fast fashion* pada 1 tahun terakhir (Edelson, 2022).

* Corresponding author Tel : wynaherdiana@staff.ubaya.ac.id

Generasi Z umumnya lebih mengenal dan memahami teknologi, tetapi mereka kurang menyukai proses, pada umumnya mereka kurang sabar dan lebih menyukai hal yang instan (Salam et al., 2024). Menurut (Rizky et al., 2024), generasi Z merupakan individu yang mudah *FOMO (Fear Of Missing Out)* jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Selain itu, generasi Z juga memiliki kebiasaan *plin-plan* yaitu menyukai sesuatu dengan cepat atau instan, mudah bosan terhadap sesuatu yang monoton, dan bertindak semaunya tanpa melihat kondisi sekitar (Faiza & Firda, 2018).

Walaupun generasi Z memiliki peran besar dalam industri *fast fashion*, namun menurut (Ewe & Tjiptono, 2023) generasi Z juga memiliki kepedulian terhadap sustainability, yang mendorong mereka untuk memilih produk yang lebih *eco-friendly* dan bisa mengurangi limbah kulit. Hal ini juga didorong dengan data yang diperoleh tentang kepedulian generasi muda di Amerika Serikat terhadap sustainability, yang dimana 54% merupakan generasi Z (Kapferer & Michaut-Denizeau, 2019). Selain itu, generasi Z merupakan generasi yang mandiri (Arum, Zahrani, & Duha, 2023). Generasi Z masih memiliki ketertarikan terhadap hal – hal yang dapat mendukung mengekspresikan diri mereka serta mendorong pemikiran kreatif mereka (Salam et al., 2024). Dengan hanya mencari kata kunci di internet, generasi Z dapat dengan mudah mengeksplor kreatifitas melalui internet yang kemudian dapat menumbuhkan sifat kemandirian pada diri mereka (Arum et al., 2023).

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis terdorong untuk melakukan eksplorasi terhadap sistem interlocking produk lifestyle untuk mengurangi adanya konsumerisme pada generasi Z. Hal ini juga memanfaatkan adanya perkembangan industri kreatif di Indonesia yang semakin meningkat tiap tahunnya (Andansari & Shyafary, 2021).

2. Tinjauan Teori

2.1. Modular

Modular pertama kali dikenalkan oleh Starr (1965) sebagai komponen – komponen terpisah yang kemudian dirancang untuk dapat digabungkan sehingga dapat menghasilkan variasi produk. Dengan adanya desain modular memungkinkan untuk memodifikasi modul-modul sehingga menghasilkan hasil desain baru yang memiliki kemampuan tumbuh dan berubah dengan mudah tanpa mempengaruhi sistem lainnya (Hur & Thomas, 2011). Tujuan utama dari adanya modular ini adalah fleksibilitas desain dan pengurangan biaya. Desain modular merupakan pembongkaran suatu benda menjadi berbagai bagian yang setiap bagiannya disebut modul yang dapat dibongkar dan disusun kembali (Chen & Li, 2018). Dengan menggunakan desain modular, dapat menghasilkan tekstur, komposisi bentuk, dan komposisi warna (Aprinsyah & Bastama, 2018).

2.1 Trend Forecast

Menurut (Githapradana, et al., 2024) berdasarkan buku Strive tentang *trend forecasting* tahun 2025 - 2026 mengangkat tema “*Neo Nostalgic*” yaitu gaya desain yang menghadirkan kembali gaya akhir abad ke 20, yang memadukan elemen klasik dan romantis dengan artistik dan crafty sehingga menciptakan estetika retro modern. *Neo nostalgic* mencakup palet warna pastel dan netral klasik sehingga memberikan kesan romantis. *Neo nostalgic* berfokus pada detail, dengan pendekatan craftsmanship yang tinggi. Neo nostalgic terbagi menjadi 2 pendekatan yaitu retrospektif dan *artisanal elegance*.

Dalam tren retrospektif berdasarkan buku Strive (Githapradana, et al., 2024), pengguna diajak untuk kembali meromantisasi masa lalu dan bernostalgia. Tren ini menekankan keindahan klasik, sekaligus memadukannya dengan desain kontemporer untuk menciptakan narasi yang segar tetapi tetap familiar. Retrospektif mengambil tema romantisasi masa lalu, nostalgia, vintage, retro, klasik, kontemporer, dan timeless. Motif yang digunakan adalah geometris, asimetris, dan floral. Material yang digunakan adalah bahan ramah lingkungan campuran, daur ulang, dan sintesis. Warna yang digunakan pada tren retrospektif adalah warna pastel, nuansa sepia, dan nuansa panas.

Berdasarkan buku Strive (Githapradana, et al., 2024) tren *artisanal elegance* memadukan seni budaya dengan visual elektik. Berbeda dengan retrospektif yang menjunjung tema nostalgia, dalam tren artisinal elegance menjunjung keragaman budaya. *Artisanal elegance* tentang menghormati teknik tradisional dan memadukannya dengan desain kontemporer. *Artisanal elegance* mengambil tema perpaduan seni budaya dengan keanggunan

visual ekletik, sophisticated, dan berlatar tradisi. Motif yang digunakan terinspirasi dari budaya, dekoratif, dan abstrak. Material yang digunakan adalah tenun manual, sutra, dan serat alam lainnya. Warna yang digunakan pada tren artisanal elegance adalah merah, kuning emas, terakota, nuansa hangat, hijau zaitun, dan biru kelam.

3. Metode

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara melakukan eksperimen bentuk. Data dikumpulkan dengan cara melakukan observasi terhadap pola eksisting. Penelitian ini menggunakan metode yang dicetuskan oleh (Gustami, 2004) yaitu eksplorasi, perancangan, dan perwujudan. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan 2 dari 3 tahap metode yaitu eksplorasi dan perancangan. Penulis akan menggunakan metode eksplorasi dan perancangan pada penelitian ini.

2.1. Eksplorasi

Eksplorasi dilakukan dengan cara melakukan observasi terhadap produk eksisting. Setelah mengetahui produk eksisting, melakukan eksperimen terhadap pola produk eksisting dengan memodifikasi ukuran pola. Target dari eksplorasi adalah untuk mengetahui kuncian apa yang akan digunakan.

2.2. Perancangan

Pada tahap perancangan, data yang diperoleh dari tahap eksplorasi diolah dan dikembangkan menjadi beberapa alternatif desain. Dari beberapa alternatif desain akan dilakukan analisis terhadap desain yang paling sesuai dengan konsep dan tujuan perancangan.

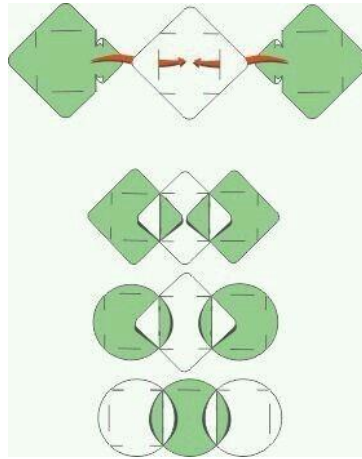
4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Observasi Produk Eksisting



Gambar 1. Produk Eksisting (Sumber: <https://pin.it/5VMRRPTBK>)

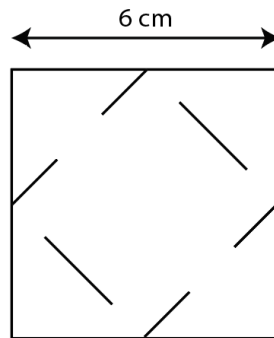
Gambar di atas merupakan salah satu contoh produk eksisting oleh *Put and Pull*. Sistem kuncian yang dilakukan pada produk di atas adalah dengan membuat 6 potongan / irisan pada area bagian tengah. Ujung – ujung potongan tersebut kemudian dihubungkan dengan memasukkan ke lubang satu sama lain sehingga antar bagian saling terkait.



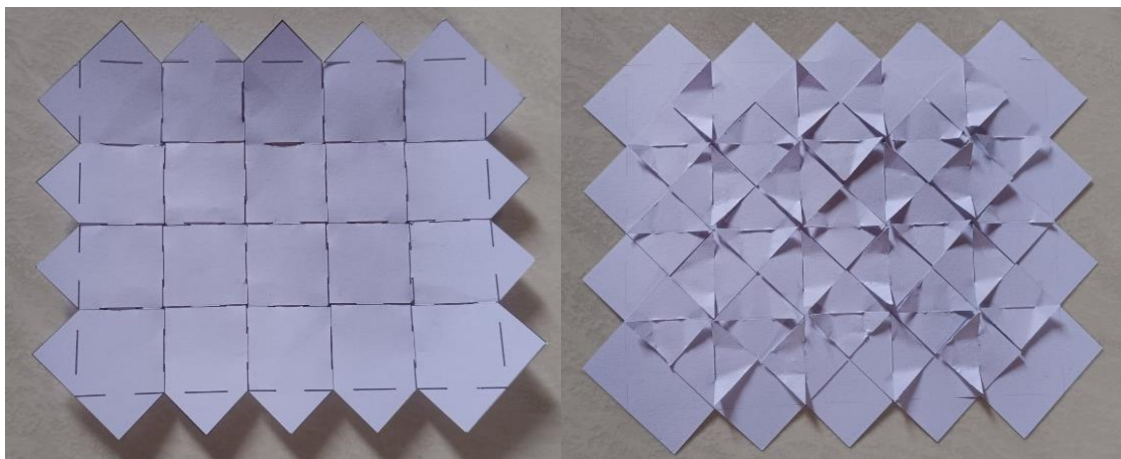
Gambar 2. Pola Produk Eksisting (Sumber: <https://pin.it/1I6kqjZBL>)

4.2. Eksperimen Pola Eksisting

Pada eksperimen ini, penulis melakukan eksperimen pola eksisting dengan memodifikasi ukuran yaitu, ukuran 6 cm, 9 cm, dan 12 cm.

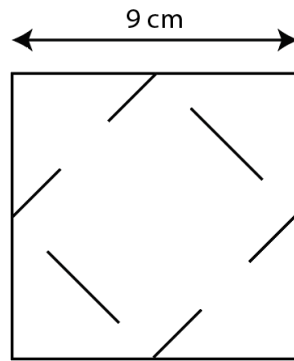


Gambar 3. Eksperimen pola ukuran 6 cm

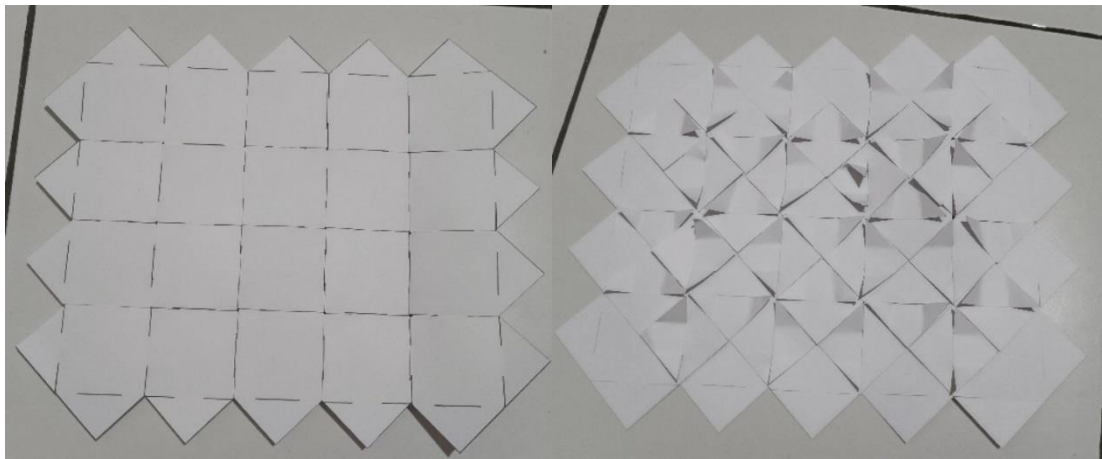


Gambar 4. Hasil Eksperimen pola ukuran 6 cm

Spesifikasi ukuran eksperimen pertama adalah 6 x 6 cm dengan lubang berukuran 1,5 cm. Dalam eksperimen pertama, lubang sulit dimasukan karena ukurannya yang terlalu kecil sehingga menyulitkan proses pemasangan dan pengeluaran komponen. Tetapi, karena bentuknya yang kecil sehingga pola mudah ditekuk (fleksibel).

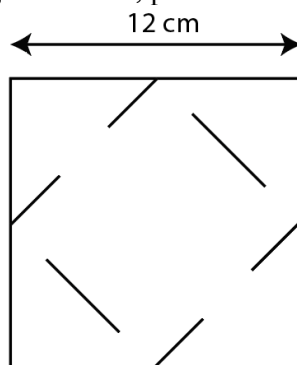


Gambar 5. Eksperimen pola ukuran 9 cm

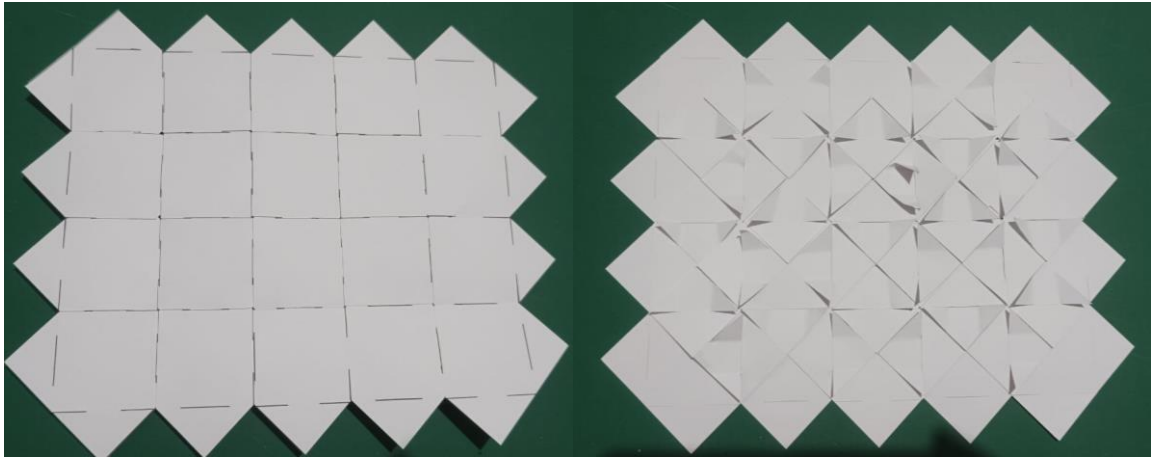


Gambar 6. Hasil eksperimen pola ukuran 9 cm

Spesifikasi ukuran eksperimen kedua adalah 9 x 9 cm dengan lubang berukuran 2,5 cm. Pada eksperimen kedua, karena ukuran pola yang lebih besar, sehingga memudahkan pemasangan dan pengeluaran komponen (fleksibel). Meskipun memiliki ukuran yang lebih besar, pola ini masih dapat ditekuk (fleksibel).



Gambar 7. Eksperimen pola ukuran 12 cm



Gambar 8. Hasil eksperimen pola ukuran 12 cm

Spesifikasi ukuran eksperimen ketiga adalah 12 x 12 cm dengan lubang berukuran 3 cm. Pada eksperimen ketiga karena ukuran pola yang besar sehingga memudahkan pemasangan dan pengeluaran komponen. Tetapi karena ukuran yang terlalu besar, membuatnya sulit ditebuk.

Berdasarkan eksperimen yang telah dilakukan, pola ukuran 6-9 cm merupakan ukuran yang paling sesuai. Hal ini di karenakan pola ukuran 6-9 cm memiliki lubang yang tidak terlalu besar maupun kecil sehingga memudahkan pemasangan dan pengeluaran komponen. Selain itu, fleksibilitas yang dihasilkan oleh ukuran tersebut juga tinggi.

4.3 Eksplorasi Pola

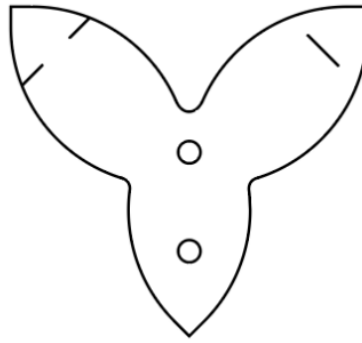
Berdasarkan trend forecast tahun 2025-2026, ditemukan beberapa kata kunci seperti flora, geometris, *braided*, dan retro. Dari kata kunci tersebut, terdapat beberapa inspirasi flora yang dapat digunakan sebagai inspirasi bentuk. Retro adalah gaya yang ada pada tahun 1980 hingga 1990-an, maka dari itu flora yang digunakan adalah tanaman yang terkenal pada tahun 1990-an.

1. Bunga Braided Iris

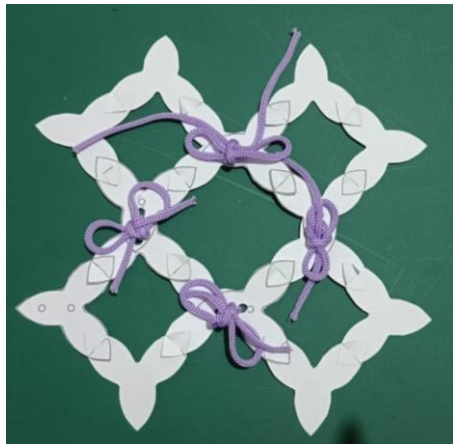


Gambar 9. Bunga Braided Iris

(Sumber: https://www.schreinersgardens.com/cdn/shop/collections/Little_Legacy_9.jpg?v=1736141885)



Gambar 10. Stilasi Bunga Braided Iris



Gambar 11. Penggabungan Pola Bunga Braided Iris

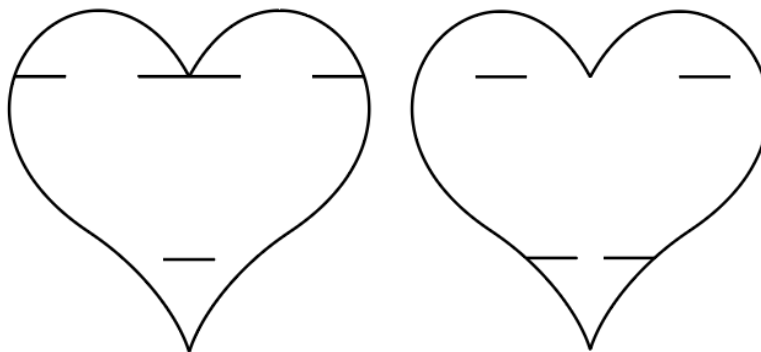
Cara memasangkan pola adalah dengan memasukan irisan ke lubang yang telah tersedia, dan mengikat lubang pola ke lubang pola lainnya.

2. Bunga Anthurium

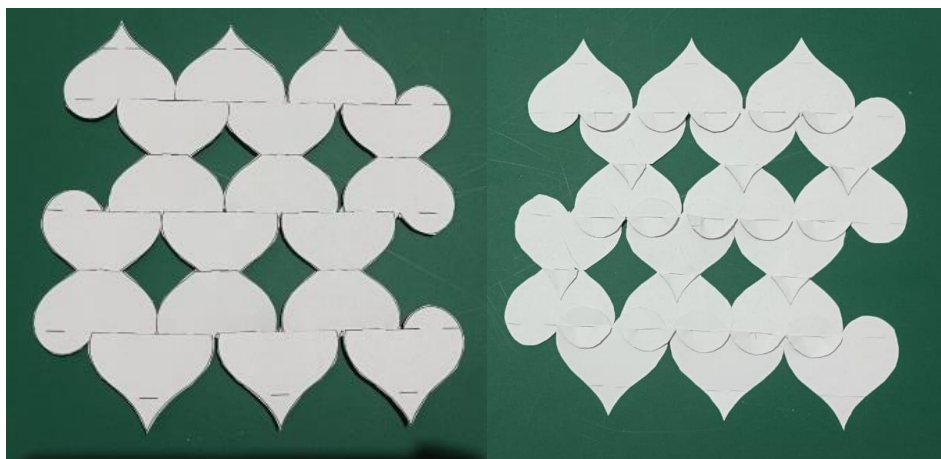


Gambar 12. Bunga Anthurium

(Sumber: <https://cdn.grid.id/crop/0x0:0x0/x/photo/2021/09/22/anthurium-flamingo-flower-250774-20210922020836.jpg>)



Gambar 13. Stilasi Bunga Anthurium



Gambar 14. Penggabungan Pola Bunga Dahlia

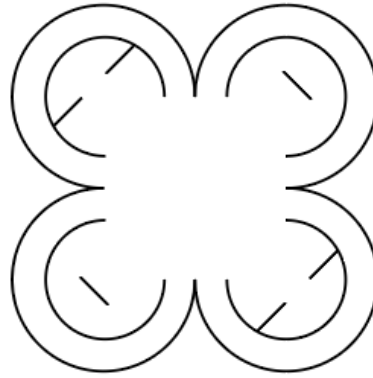
Pada pola ini memiliki 2 irisan yang berbeda. Cara menggabungkannya adalah memasukan irisan pada pola bagian 1 ke lubang pada pola bagian 2, dan sebaliknya. Sehingga jika digabungkan akan membentuk 2 tekstur berbeda, yaitu round (lingkaran) dan tajam (bintang).

3. Bunga Pansy

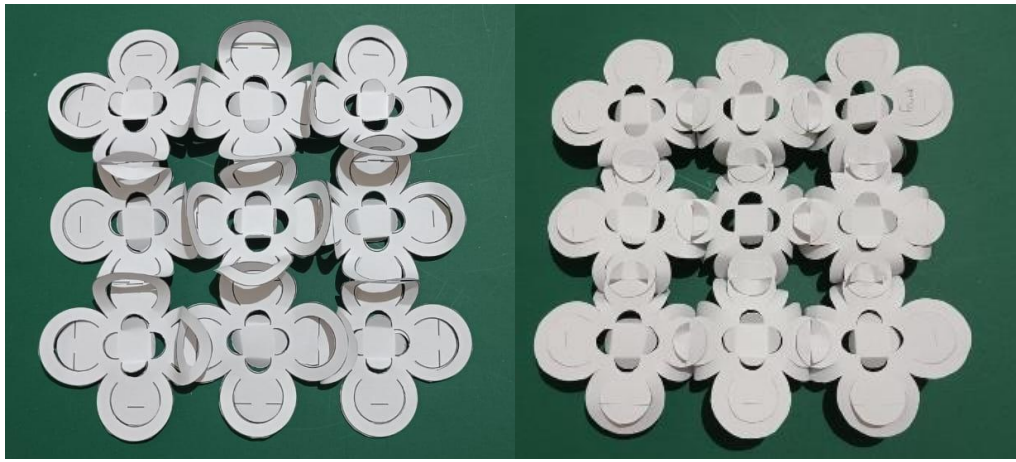


Gambar 15. Bunga Pansy

(Sumber: [https://www.thespruce.com/thmb/iX7eu3qKPqF6HfErZpshdL86o0g=/3300x0/filters:no_upscale\(\):max_bytes\(150000\):strip_icc\(\)/pansies-growing-a-cool-weather-favorite-1402913-2-ac35795df45e4d6e8b62373da1ca26c8.jpg](https://www.thespruce.com/thmb/iX7eu3qKPqF6HfErZpshdL86o0g=/3300x0/filters:no_upscale():max_bytes(150000):strip_icc()/pansies-growing-a-cool-weather-favorite-1402913-2-ac35795df45e4d6e8b62373da1ca26c8.jpg))



Gambar 16. Stilasi Bunga Pansy



Gambar 17. Penggabungan Pola Bunga Hollyhock

Penggabungan pola dengan cara memasukan irisan pola 1 ke dalam lubang pada pola 2, dan sebaliknya. Kelopak bunga dapat digunakan sebagai hiasan seperti rumbai. Selain itu, juga terdapat lubang pada bagian tengah, dapat digunakan untuk memasukan tali sebagai hiasan.

Berdasarkan alternatif desain yang telah dibuat, pola pertama yaitu *braided iris* memiliki celah lubang yang relatif besar. Kondisi ini berpotensi menyebabkan isi tas mudah keluar, sehingga diperlukan kantong tas atau *pouch* tambahan agar tas dapat digunakan dengan aman. Pola kedua, yaitu pola bunga *anthurium*, memiliki ukuran lubang dan sistem kaitan yang sudah sesuai serta cukup fungsional. Namun, dari segi bentuk, pola ini tergolong terlalu umum dan kurang memiliki keunikan visual karenan memiliki bentuk menyerupai hati. Sementara itu, pola ketiga memiliki ukuran lubang dan kaitan yang pas, sehingga mampu menjaga isi tas dengan baik, serta menawarkan fleksibilitas desain melalui variasi pada elemen rumbai. Oleh karena itu, jika dibandingkan dengan dua pola lainnya, pola ketiga merupakan yang paling optimal dan sesuai untuk digunakan.

Maka dari itu, berdasarkan penelitian ini, pemilihan pola ketiga diterapkan dalam perancangan tas modular dengan tujuan mengurangi terjadinya *fast fashion*. Konsep tas modular memungkinkan pengguna untuk tidak perlu membeli tas baru setiap kali menginginkan variasi desain, karena pola yang sama dapat digunakan kembali (*reuse*) dan dikombinasikan menjadi berbagai bentuk dan model tas yang berbeda.

5. Kesimpulan

Fashion merupakan salah satu aspek hidup yang sangat digemari terutama oleh generasi Z. Mereka cenderung mengikuti perkembangan dengan cepat. Hal ini memunculkan fenomena *fast fashion*, dimana orang secara terus - menerus membeli barang fashion terbaru agar tidak dianggap ketinggalan zaman dan melahirkan budaya konsumerisme. Oleh karena itu, muncul berbagai upaya untuk menghadirkan solusi yang lebih berkelanjutan. Melalui penelitian eksplorasi terhadap pola sistem interlocking, yang bertujuan untuk menciptakan pola untuk produk lifestyle yang berkelanjutan yang dapat diubah – ubah bentuknya. Eksperimen telah dilakukan untuk untuk memvisualisasikan rancangan dari desain baru yang telah dilakukan maka ditemukan beberapa desain terpilih yang menghasilkan pola baru.

Untuk penelitian lebih lanjut, dapat mengembangkan produk menggunakan menjadi berbagai produk lifestyle seperti tas, dompet, dan lain-lain. Selain itu, untuk pemilihan material dapat menggunakan material yang fleksibel sehingga mudah untuk melakukan pemasangan dan pengeluaran modul tetapi tetap kokoh.

Daftar pustaka

- Andansari, D., & Shyafary, D. (2021). Peluang Inovasi Produk Tas Wanita Berbahan Ulap Doyo Berdasarkan Preferensi Masyarakat Di Kalimantan Timur. *Jurnal Kreatif : Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 9(2). doi:10.46964/jkdpia.v9i2.193
- Aprinsyah, F. P., & Bastama, W. N. (2018). POTENSI TEKNIK INTERLOCKING MODULAR SEBAGAI EMBELLISHMENT PADA BUSANA READY-TO-WEAR DELUXE. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 6(3). doi:10.26742/atrat.v6i3.620
- Arum, L. S., et al. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2, 59-72. doi:10.62108/asrj.v2i1.5812
- Chen, Y., & Li, M.-M. (2018). Modular design in fahion industry. *Journal of Arts and Humanities*. doi:10.18533/journal.v7i3.1271
- Edelson, S. (2022). 72% Of College Students Shopped Fast Fashion In 2022; Can ThredUP Change Their Wasteful Ways. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/sharonedelson/2022/08/25/72-of-college-students-shopped-fast-fashion-in-2022-can-thredup-change-their-wasteful-ways/>
- Ewe, S. Y., & Tjiptono, F. (2023). Green behavior among Gen Z consumers in an emerging market: eco-friendly versus non-eco-friendly products. *Young Consumers*, 24(2), 234-252. doi:10.1108/YC-06-2022-1533
- Faiza, A., & Firda, S. J. (2018). *ARUS METAMORFOSA MILENIAL*: Penerbit Ernest.
- Farhani, A. P., & Kurniadi, O. (2022). Pemakaian Produk Fast Fashion sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. Bandung Conference Series: Public Relations (Studi Fenomenologi terhadap Citra Diri Generasi Z). doi:10.29313/bcspr.v2i2.3803
- Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *JURNAL PENDIDIKAN SOSIAL DAN BUDAYA*.
- Hur, E., & Thomas, B. (2011). Transformative Modular Textile Design. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341685823_Transformative_Modular_Textile_Design
- Kapferer, J.-N., & Michaut-Denizeau, A. (2019). Are millennials really more sensitive to sustainable luxury? A cross-generational international comparison of sustainability consciousness when buying luxury. *Journal of Brand Management*, 27(35-47). doi:10.1057/s41262-019-00165-7
- Mahendra, M. A. (2025). Pengembangan Desain Sling Bag dengan Material Kombinasi Kain dan Laminasi Bambu. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 13(1), 79-91. doi:10.46964/jkdpia.v13i01.1337
- Pratiwi, F. Y., & Zulian, I. (2023). TREN KONSUMERISME DAN DAMPAK FAST FASHION BAGI LINGKUNGAN KOTA MEDAN. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 5(3).
- Rizky, A., et al. (2024). PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK VIRAL DI MEDIA SOSIAL PADA GEN-Z (STUDI KASUS DI KABUPATEN KARAWANG). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(9), 211-219. Retrieved from <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/2321>
- Salam, J., et al. (2024). Membangun Pemahaman Material Desain Produk Sustainable Masa Depan Pada Generasi Z *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*.
- Suprpto, W., et al. (2022). SHOPPING ORIENTATION, STATUS CONSUMPTION AND IMPULSE BUYING OF GENERATION X AND Y IN PURCHASING FAST FASHION PRODUCTS. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 110-118. doi:10.9744/pemasaran.15.2.110-118

