

MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA DALAM

PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI

(READY-TO-WEAR)

JEEVANYA MANIMARAN

UNIVERSITI
SARJANA MUDA DALAM TEKNOLOGI KREATIF DAN

WARISAN

2021

MALAYSIA
KELANTAN



**TAJUK : MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA
DALAM PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI
(READY-TO-WEAR)**

**Jeevanya Manimaran
C17A0065**

Tesis yang dikemukakan untuk memenuhi sebahagian daripada syarat memperolehi ijazah
Sarjana muda Teknologi Kreatif (Tekstil Fesyen)

Fakulti Teknologi kreatif dan warisan
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

2021

PERAKUAN TESIS

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukila dan ringkasan yang setiao satunya telah saya jelaskan sumbernya.



Tandatangan

Nama pelajar : Jeevanya Manimaran

No matrik : C17A0065

Tarikh : 2 Julai 2021

Disahkan oleh :

Tandatangan Penyelia :

Cop :

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

PENGHARGAAN

Saya Jeevanya Manimaran nombor C17A0065. Pertamanya, dengan kurnia tuhan saya dapat menyiapkan projek penyelidikan dengan jayanya. Saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada Universiti Malaysia Kelantan kerana memberi peluang kepada saya untuk menjalankan projek penyelidikan ini. Tanpa arahan dan maklumat daripada pihak Universiti Malaysia Kelantan. Saya juga ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada penyelia saya, Dr. Mohd Zaimudin Bin Mohd Zain. Pengawasan dan sokongan yang diberikannya sangat membantu saya dalam kelancaran menjalankan projek penyelidikan ini. Kesabaran dan sokongannya yang ramah, terutama semasa persiapan projek penyelidikan ini sangat saya hargai.

Saya juga mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan jutaan terima kasih kepada keluarga saya terutama ibu saya yang memberi saya kekuatan dalam menyiapkan projek penyelidikan ini. Akhir kata, terima kasih saya ucapkan kepada rakan-rakan saya yang terlibat secara langsung dan secara tidak langsung dalam projek penyelidikan ini.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

ISI KANDUNGAN

Tajuk / Tajuk kecil	Muka Surat
Surat Perakuan Tesis	i
Penghargaan	ii
Senarai Kandungan	iii
Senarai Gambar	vi
Abstrak (Bahasa Melayu)	ix
Abstract (English)	x
BAB 1 : PENGENALAN	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar belakang Kajian	6
1.3 Permasalahan Kajian	11
1.4 Objektif Kajian	14
1.5 Persoalan Kajian	14
1.6 Hipotesis Kajian	15
1.7 Skop Kajian	15
1.8 Sumbangan Kajian	16
1.9 Had Kajian	17

BAB 2: SOROTAN KAJIAN

2.1	Bahan kitar semula	18
2.2	Pakaian yang siap dipakai	32
2.3	Pengguna fesyen wanita	44

BAB 3: METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pengenalan Metodologi Kajian	50
3.2	Keadah Metodologi	51
3.2.1	Kaedah Kualitatif	51
3.2.2	Kaedah Kuantitatif	52
3.2.3	Kaedah Campuran	54
3.3	Kajian Instrumen	55
3.4	Analisi Data	59
3.5	Target Kajian	60
3.6	Proses Kajian	62

BAB 4: ANALISIS DATA DAN HASIL

4.1	Pengenalan	63
4.2	Penemuan Penyelidikan	63
4.2.1	Soal Selidik	63
4.2.2	Analisis Data - Bahagian A	64
4.2.3	Analisis Data – Bahagian B	68
4.2.4	Analisis Data – Bahagian C	73
4.2.5	Analisis Data – Bahagian D	79
4.2.6	Rekaan Akhir	80

4.3	Pemerhatian	81
4.4	Konsep Reka Bentuk	83
4.5	Kajian Warna dan Corak	
4.5.1	Rekaan Pertama	84
4.5.2	Rekaan Kedua	85
4.6	Papan Mood	86
4.7	Pemilihan Bahan	88
4.8	Proses Membuat Reka Bentuk	90
4.9	Pola	91
4.10	Langkah-langkah membuat pakaian	92
4.11	Hasil Penyelidikan	95
4.12	Costing Sheet	96
BAB 5: KESIMPULAN KAJIAN		
5.1	Pengenalan	98
5.2	Kesimpulan	98
5.3	Cadangan	99
RUJUKAN		101
LAMPIRAN		104

SENARAI RAJAH

Rajah 1.1 : Hierarki Kitar Semula	2
Rajah 1.2 : Final Share of clothing waste per year	6
Rajah 1.3 : Sisa Tekstil dan Fesyen	8
Rajah 2.1 : Pakaian Kitar Semula (1)	26
Rajah 2.2 : Pakai Kitar Semula (2)	26
Rajah 2.3 : Pakai Kitar Semula (3)	27
Rajah 2.4 : Pakaian yang dibuat daripada plastik	28
Rajah 2.5 : Pakaian yang dibuat daripada sisa kain dan kertas	29
Rajah 2.6 : Pakaian zaman dahulu yang sebelum ada konsep ready-to-wear	33
Rajah 2.7 : Ukuran Pakaian wanita bagi bahagian atas	41
Rajah 2.8 : Ukuran pakaian wanita bagi bahagian bawah	42
Rajah 2.9 : Ukuran pakaian wanita/jeans	42
Rajah 2.10: Jenis pakaian yang dibeli oleh jantina	45
Rajah 2.11: Peratus yang membeli pakaian lebih banyak	48
Rajah 2.12: Jenama-jenama yang menguasai ready-to-wear	49
Rajah 3.1 : Contoh menganalisis data pertama	59
Rajah 3.2 : Contoh menganalisis data kedua	60
Rajah 4.1 – 4.6 : Analisis Data bagi Bahagian A	64-68
Rajah 4.5 – 4.14 : Analisis Data bagi Bahagian B	68-73
Rajah 4.6 – 4.23: Analisis Data bagi Bahagian C	73-78

Rajah 4.24 : Keputusan pilihan rekaan olrh responden	79
Rajah 4.25 : Rekaan Akhiran pertama	80
Rajah 4.26 : Rekaan Akhiran pertama	80
Rajah 4.27 : Contoh Pakaian Upcycled	81
Rajah 4.28 : Contoh Pakaian Upcycled	82
Rajah 4.29 : Jenis warna bagi rekaaan pertama	84
Rajah 4.30 : Jenis kain bagi rekaan pertama	85
Rajah 4.31 : Jenis warna bagi rekaan kedua	85
Rajah 4.32 : Jenis kain bagi rekaan kedua	86
Rajah 4.33 : Mood Board	87
Rajah 4.34 : Contoh pakaian Crop Top	88
Rajah 4.35 : Contoh Kain Sarung	88
Rajah 4.36 : Pakaian baju dan skirt	89
Rajah 4.37 : Lakaran bagi Idea Pengembangan untuk produk akhiran	90
Rajah 4.38 : Rajah 4.38: Rekaan Terakhir/ Final Product	91
Rajah 4.39 : Pola pakaian	91
Rajah 4.40 : Cara memotong pola hanky	92
Rajah 4.41 : Cara memotong kain	92
Rajah 4.42 : Gamabr Skirt	93
Rajah 4.43 : Gambar lengan	93
Rajah 4.44 : Gambar Pakaian bagi Bahagian Atas	94
Rajah 4.45 : Gambar Lengan	94

SENARAI JADUAL

2.1 Jenis-jenis fabrik dan fungsi	25
2.2 Senarai pakai yang siap dipakai mengikut tahun.	40
2.3 Faktor yang mempengaruhi pengguna	47

SENARAI CARTA

4.1 Proses kajian	62
-------------------	----

ABSTRAK

Kitar semula adalah satu proses yang mengumpul bahan-bahan yang tidak diguna, memproseskan dan mengguna semula bahan-bahan tersebut. Kitar semula pakaian adalah sebahagian daripada kitar semula tekstil. Ia melibatkan memulihkan pakaian lama untuk disusun dan diproses. Produk akhir merangkumi pakaian yang sesuai untuk digunakan semula daripada potongan fabrik atau pakaian lama. *Upcycled* juga merupakan satu kaedah kitar semula. Ia menggunakan bahan lama, secara keseluruhan dengan kreativiti, untuk menghasilkan sesesatu yang baharu sambil mengekalkan beberapa ciri asalnya. Pakaian *upcycled*, adalah kaedah mengambil seluruh atau sebahagian pakaian yang lama atau terbuang dan mengubahnya rekaan untuk menjadikan pakaian baharu. Tujuan kajian ini ialah mengenal pasti tahap kesedaran masyarakat berkenaan isu-isu berkenaan kepentingan kitar semula tekstil dan pakaian. Selain itu, kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti jenis teknik yang digunakan untuk menghasilkan pakaian baru daripada pakaian dan tekstil yang telah dibuang. Selain itu, menghasilkan cadangan rekaan *ready-to-wear* yang bergaya dengan menggunakan pakaian dan tekstil yang telah dibuang. Selanjutnya, kajian ini harus dihuraikan dengan lebih terperinci agar dapat mencapai objektif kajiannya. Hasil kajian ini juga mendapat tindak balas yang positif daripada responden yang membantu dalam menyempurkan kajian ini.

Kata Kunci: Bahan kitar semula; *Upcycled*; *Ready-to-wear*; Pengguna fesyen wanita

ABSTRACT

Recycling is a process that collects unused materials, processes and reuses those materials. Clothing recycling is part of textile recycling. It involves restoring old clothes to be sorted and processed. The final product includes clothing which suitable for reuse from fabric cuts or old clothing. Upcycled is also a recycling method. It uses old materials as a whole with creativity, to produce something new while retaining some of its original features. Upcycled clothing is a method of taking all or part of an old or discarded garment and changing it design to make new clothes. The purpose of this study is to identify the level of public awareness on issues regarding the importance of recycling textiles and clothing. In addition, this study was conducted to identify the types of techniques used to produce new garments from discarded clothing and textiles. In addition, produce stylish ready-to-wear design suggestions using discarded clothing and textiles. Furthermore, this study should be described in more detail in order to achieve the objectives of the study. The results of this study also received a positive response from respondents who assisted in completing this research.

Keywords: Recycled materials; Upcycled; Ready-to-wear; Female fashion consumers

BAB 1: PENGENALAN

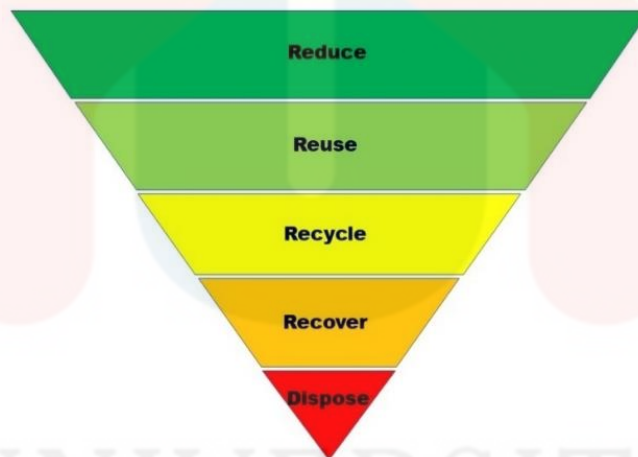
MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA DALAM PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI (READY-TO-WEAR)

1.1 Pengenalan

Kitar semula adalah proses menukar bahan buangan menjadi bahan dan objek baru. Kitar semula bahan bergantung pada kemampuannya untuk mendapatkan semula sifat yang ada pada keadaan perawan atau asal. Ini adalah alternatif untuk pembuangan sampah "konvensional" yang dapat menjimatkan bahan dan membantu menurunkan pelepasan gas rumah hijau. Kitar semula dapat mencegah pembaziran bahan berguna yang berpotensi dan mengurangkan penggunaan bahan mentah segar, sehingga mengurangkan penggunaan tenaga, pencemaran udara dari pembakaran, dan pencemaran air dari tempat pembuangan sampah.

Selain itu, kitar semula adalah rangkaian aktiviti di mana bahan akan diproses menjadi komoditi kelas spesifikasi dan digunakan sebagai bahan mentah dan sebagai ganti bahan perawan dalam pembuatan produk baru. Rangkaian kitar semula merangkumi pengumpulan, pemrosesan, pembrokeran dan penggunaan perindustrian, akhir hayat dan sekerap usang, proses mengubah produk terpakai, keseluruhan atau sebahagian, dan menjadi komoditi yang dapat digunakan kembali. Kitar semula adalah komponen utama

dalam pengurangan sisa moden dan merupakan komponen ketiga dari hierarki kitar semula 'Reduce' 'Reuse' dan 'Recycle' (J.Liening dan H.Brummer,2017). Oleh itu, kitar semula bertujuan untuk menjaga kelestarian alam sekitar dengan mengganti input bahan mentah dan mengarahkan pengeluaran sisa dari sistem ekonomi. Terdapat beberapa piawaian ISO yang berkaitan dengan kitar semula seperti ISO 15270: 2008 untuk sisa plastik dan ISO 14001: 2015 untuk kawalan pengurusan persekitaran amalan kitar semula. Kitar semula telah dirawat menggunakan proses perindustrian khas sehingga dapat digunakan lagi.



Rajah 1.1 : Hierarki Kitar Semula

Terdapat tiga jenis kitar semula utama iaitu primer, sekunder, dan tersier. Kitar semula primer, juga dikenali sebagai kitar semula gelung tertutup, adalah proses mengubah satu perkara menjadi lebih banyak perkara yang sama, seperti kertas menjadi lebih banyak kertas atau tin soda menjadi lebih banyak tin soda. Kitar semula sekunder bermaksud mengubah sesuatu menjadi benda lain yang terbuat dari bahan yang sama pada

dasarnya dalam bentuk yang sama. Kitar semula tersier atau kimia, sebaliknya memerlukan bahan-bahan yang dipecah secara kimia untuk menghasilkan sesuatu yang sangat berbeza.

Bahan yang dapat dikitar semula merangkumi pelbagai jenis kaca, kertas, kadbod, logam, plastik, tayar, tekstil, bateri, dan elektronik. Kompos atau penggunaan semula sisa biodegradasi lain seperti sisa makanan atau kebun juga merupakan bentuk kitar semula. Disamping itu, bahan yang akan dikitar semula dihantar ke pusat kitar semula atau diambil dari tong sampah, kemudian disusun, dibersihkan, dan diproses menjadi bahan baru yang ditakdirkan untuk pembuatan produk baru. Dalam pengertian yang paling ketat, kitar semula bahan akan menghasilkan bekalan baru dari bahan yang sama seperti kertas pejabat terpakai akan ditukar menjadi kertas pejabat baru atau busa polistirena bekas menjadi polistirena baru. Ini dapat dicapai semasa mengitar semula jenis bahan tertentu, seperti tin logam, yang dapat menjadi kaleng berulang-ulang kali, tanpa had, tanpa kehilangan kesucian dalam produk. Bentuk kitar semula yang lain adalah penyelamatan bahan tertentu dari produk kompleks, iaitu nilai intrinsiknya seperti plumbum dari bateri kereta atau emas dari papan litar bercetak. Selain itu, sifatnya yang berbahaya, misalnya penyingkiran dan penggunaan semula merkuri dari termometer dan termostat.

Kitar semula tekstil adalah proses mendapatkan semula serat, benang atau kain dan memproses semula bahan tekstil menjadi produk yang berguna. Produk sisa tekstil dikumpulkan dari pelbagai sumber dan kemudian disusun dan diproses bergantung pada

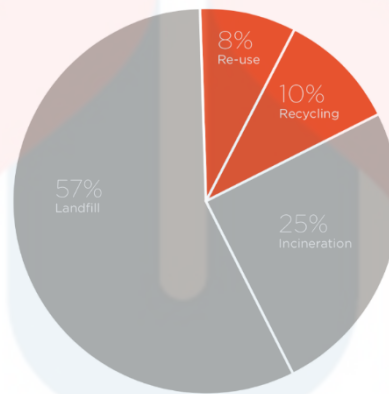
keadaan, komposisi, dan nilai penjualan semula. Hasil akhir pemrosesan ini boleh berbeza-beza, dari pengeluaran tenaga dan bahan kimia hingga pakaian baru. Sisa tekstil adalah sebahagian daripada sisa pepejal yang dihasilkan oleh penduduk yang mengandungi pakaian terpakai, kasut, langsir, cadar, dan lain-lain. Kitar semula tekstil harus diambil sebagai kaedah untuk memberikan faedah kepada ekonomi dan alam sekitar kerana pelbagai sebab, seperti ia menyumbang kepada pengurangan ruang yang diperlukan untuk tempat pembuangan sampah, mengurangkan bahan toksik yang mencemarkan alam sekitar dan sebagainya (Hawley, J. M. 2001).

Ready-to-wear atau *prêt-à-porter* adalah pakaian siap pakai dan dijual dalam keadaan siap dalam ukuran standard yang berbeza dengan pakaian buatan atau ukuran yang disesuaikan atau dibuat dengan bingkai orang tertentu. Istilah "*off-the-pas*" kadang-kadang digunakan untuk barang selain daripada pakaian seperti beg tangan. *Ready-to-wear* mempunyai tempat yang agak unik dalam bidang fesyen dan ia merupakan pakaian klasik. Dalam industri fesyen, pereka menghasilkan pakaian siap pakai, yang dimaksudkan untuk dipakai tanpa perubahan yang ketara kerana pakaian tersebut dibuat dengan ukuran standard yang sesuai untuk kebanyakan orang. Pereka menggunakan corak standard, peralatan kilang, dan teknik pembinaan yang lebih cepat untuk memastikan kos tetap rendah yang dibandingkan dengan pakaian yang dijahit khas.

Pada awal abad ke-19, fesyen wanita adalah sangat berhias dan bergantung pada pakaian yang tepat, jadi pakaian *Ready-to-wear* untuk wanita tidak tersedia secara meluas hingga awal abad ke-20. *Ready-to-wear* dicetuskan oleh Yves Saint Laurent yang merupakan pereka pertama yang melancarkan koleksi *Ready-to-wear*. Pada tahun 1966 beliau membuka *Rive Gauche*, iaitu butik pertama yang menjual *Ready-to-wear*. Yves Saint Laurent berjaya mendemokrasikan fesyen tetapi hanya sedikit yang mampu membeli rekaannya. Beliau membuka jalan untuk fesyen *Ready-to-wear* dan persilangan antara fesyen *haute-couture* dan jalan yang terus berlanjut abad ke-21. Pasaran fesyen US yang memihak industri *Ready-to-wear* mempromosikan melalui iklan, artikel di majalah seperti *Women's Wear Daily*, *Harper's Bazaar*, dan *Ladies Home Journal*. *Ready-to-wear* juga mencetuskan minat baru dalam bidang kesihatan, kecantikan, dan diet kerana pakaian yang dihasilkan menetapkan ukuran khusus dan meningkatkan kuantiti demi keuntungan.

1.2 Latar Belakang Kajian

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk memberikan maklumat serta kesedaran kepada masyarakat umum berkenaan isu-isu berkenaan kepentingan kitar semula produk tekstil dan pakaian. Industri fesyen antara industri yang paling banyak menghasilkan lebihan bahan buangan yang menyebabkan pencemaran alam sekitar. Sisa buangan hasil bahan-bahan tekstil kini semakin menjadi perkara biasa dalam industri fesyen (Arasinah Kamis, Suriani Mohamed dan Zaliza Hanapi, 2016).



Rajah 1.2: *Final Share of clothing waste per year*

Pasaran pakaian global bernilai 3,000 bilion, dan menyumbang 2 % dari world's Gross Domestic Product (GDP). Hampir 75% pasaran fesyen dunia tertumpu di Eropah, Amerika Syarikat, China dan Jepun. Lebih daripada 15 juta tan sisa tekstil terpakai dihasilkan setiap tahun di Amerika Syarikat, dan jumlahnya meningkat dua kali ganda dalam 20 tahun terakhir (EDGE fashion intelligence).

Statistik menunjukkan bahawa penggunaan pakaian dan kasut meningkat sebanyak 53% di Sweden pada tahun 1999–2009 (Roos, 2010). Trend ini juga ketara di UK di mana jumlah pakaian yang dijual meningkat sebanyak 60% pada tahun 1995–2005 (Morley et al. 2006). Penggunaan pakaian yang sangat pantas telah menyebabkan peningkatan yang dramatik dalam jumlah sisa tekstil (Madsen et al. 2007; Morgan dan Birtwistle 2009). Dalam satu kajian yang dibuat oleh Sweden (Carlsson et al. 2011) menunjukkan bahawa setiap orang membuang 8 kg tekstil ke dalam sampah setiap tahun. Kajian lain (Gustafsson dan Ekstrom 2013) menunjukkan bahawa 62% orang Sweden membuang pakaian yang masih boleh digunakan (bukan kaus kaki atau seluar dalam). Di England, tekstil, pakaian, kasut dan aksesori boleh merangkumi 4–5% dari semua sampah isi rumah (DTI, 2002). Menurut DEFRA, 2005 pada tahun 2003/2004 ini akan berlaku antara 1 017 360 hingga 1 272 450 tan (Anne C. Woolridge, Garth D. Ward, Paul S. Phillips, Michael Collins, dan Simon Gandy, 2005).

Selain itu, badan Perlindungan Alam Sekitar menyatakan 15.1 juta tan sampah tekstil dihasilkan pada tahun 2013, di mana 12.8 juta tan dibuang (Zhai Yun Tan, 2016). Menurut Badan Perlindungan Alam Sekitar Pada tahun 2014, 16.2 juta tan sampah tekstil dihasilkan. Dari jumlah ini, 2.62 juta tan dikitar semula, 3.14 juta tan dibakar untuk pemulihan tenaga, dan 10.46 juta ton dikirim ke tempat pembuangan sampah (Rick Leblanc, 2020). Rajah dibawah menunjukkan jumlah peningkatan tapak pelupusan.



Rajah 1.3: Sisa Tekstil dan Fesyen

Sumber : Sustennial Network, Andrea Azevedo, 2 April 201,

Codogirl Jouurnal

McDonough dan Braungart (2013) menyatakan langkah-langkah yang perlu diambil untuk melindungi alam sekitar. Beliau juga memberikan pemahaman kepada masyarakat terhadap peranan individu terhadap alam sekitar yang mana perlu berperanan untuk melindungi alam sekitar ini daripada kesan perbuatan manusia. Kini dilaporkan penggunaan pakaian dan tekstil telah meningkat di seluruh dunia selama beberapa dekad terakhir ini, yang selari dengan perkembangan permintaan masyarakat pengguna.

Secara umumnya, wanita membeli lebih banyak pakaian dan membuangnya lebih kerap daripada lelaki, yang bermaksud bekalan dunia pakaian wanita lebih tujuh kali ganda daripada lelaki (Claudio, 2007). Selain itu, didapati kadang-kadang individu menderma pakaian kerana keinginan mereka untuk berbuat baik (Bristwistle & Moore, 2007). Hal ini menyebabkan wujudnya kedai pakaian terpakai iaitu kedai *bundle* di malaysia yang menawarkan satu lagi alternatif agar pakaian tidak dibuang tetapi digunakan semula dan dijual dengan harga yang lebih murah (Thomas, 2008). Hal ini kerana masyarakat mula berfikir secara rasional untuk melindungi alam sekitar serta memanjangkan jangka hayat sehelai pakaian dengan mengitar semula pakaian terpakai dengan menghasilkan pakaian baru dan menggunakan semula pakaian tersebut.

Oleh itu, mengguna dan mengitar semula bahan terpakai dengan menghasilkan pakaian wanita terutamanya pakaian *Ready-to-wear* agar bersesuaian dengan trend fesyen terkini untuk digayakan malah memberi keyakinan dan gaya baru untuk trend yang akan datang. Rekaan yang akan diperkenalkan untuk fesyen wanita itu adalah dari pelbagai jenis seperti *gaun, skirt, blouse, pant, shirt, T-shirt* dan sebagainya. Kitar semula adalah salah satu kaedah untuk mengurangkan penggunaan bahan yang berlebihan di samping memupuk tanggungjawab terhadap alam sekitar.

Perubahan fesyen trend pada setiap musim menyebabkan pengguna tertarik untuk membeli gaya pakaian baru. Hal ini kerana pengguna tertarik dengan rekaan-rekaan baru dan cantik yang popluar atau trend dalam fesyen trend tersebut. Kebanyakan wanita teruja tentang fesyen baru dan sanggup menghabiskan wang untuk membeli pakaian yang mereka suka.

Kini pengguna lebih cepat merasa bosan dengan pakaian mereka selepas memakainya beberapa kali dan seterusnya melupuskan pakaian tersebut lebih awal. Manakala Gregory berpendapat bahawa perkataan “usang” adalah pakaian yang terlalu awal menjadi usang, bukan kerana ia tidak lagi berfungsi, tetapi kerana ia tidak lagi bergaya (Gregory ,1947). Oleh itu, pengguna dipengaruhi oleh psikologi yang mendorong mereka untuk menggantikan barang yang masih berguna. Ini menyebabkan jumlah pembuangan pakaian meningkat tanpa tujuan yang jelas.

Walaupun, beberapa pakaian yang dianggap usang ini masih boleh mencari kehidupan baru atau “*Reborn*” dengan pengguna baru. Tetapi malangnya majoriti pengguna tidak menyukainya kerana pakaian ini tidak lagi bergaya dan rekaan tidak dalam trend fesyen. Dengan ini, perlakunya pembuangan pakaian dalam kuantiti banyak akan memberi kesan kepada alam sekitar kerana proses pembinaan pakaian adalah dicelup dengan bahan kimia yang boleh menjadi toksik kepada alam sekitar dan juga kesihatan. Perkara ini berlaku kerana wujudnya sikap pengguna yang terlalu teruja untuk membeli pakaian *style* terkini. Pengguna juga sanggup menghabiskan wang demi

memiliki pakaian baru. Hal ini bukan sahaja menyebabkan berlakunya pembaziran wang tetapi berlaku masalah lambakan pakaian terpakai di rumah.

Pakaian lama atau *style* lama tidak akan digunakan lagi pada masa yang akan datang. Hal ini kerana pengguna lebih gemar untuk membeli pakaian yang baharu dan pakaian yang lama akan dibiarkan begitu sahaja. Ini menyebabkan ruang almari semakin sempit dan seterusnya tidak ada ruang untuk menyimpan pakaian lain akibat daripada ruang almari penuh, dan pakaian mungkin akan diletakkan atau disimpan ditempat yang kurang sesuai. Semakin lama pakaian tersebut akan dibuang, walaupun pakaian-pakaian tersebut dalam keadaan yang baik dan masih boleh digunakan.

1.3 Permasalahan Kajian

Industri tekstil dan fesyen menyebabkan lebih pencemaran berbanding dengan industri lain dan terus menghadapi cabaran sosial (Deloitte, 2013; Greenpeace, 2011). Industri fesyen merupakan industri global yang dicirikan oleh rangkaian pengeluaran yang kompleks dan melibatkan ramai pelakon yang berbeza, dengan sejarah moden berpindah dari satu rantau ke kawasan yang lain. Majoriti pergerakan ini berlaku oleh satu faktor, iaitu keperluan untuk mengurangkan perbelanjaan (Mosley, Layna dan Saiak uno, 2007). Biasanya jenaman akan mencetuskan proses pembangunan produk (Kirsti Reitan Andresen, Rebecca Early. 2014).

Menurut Agensi Perlindungan Alam Sekitar Amerika Syarikat (2014), kira-kira 13.1 juta tan sisa tekstil dihasilkan pada tahun 2011, atau 5.2% daripada jumlah penjaan sisa pepejal perbandaran di Amerika Syarikat. Selain itu, menurut *The Waste and Resources Action Programme* (2012) di United Kingdom, sebanyak £ 238 juta tekstil telah dibuang untuk kutipan sisa dan dihantar ke tanah pada tahun 2010. Di negara Eropah, sebanyak 14 juta tan sisa tekstil telah dikeluarkan oleh syarikat-syarikat fesyen pada tahun 2008 (Suruhanjaya Eropah, 2011). Pembuangan sisa tekstil semakin menjadi masalah yang rumit di negara maju. Ancaman alam sekitar yang serius ini mungkin berpunca daripada pola penggunaan dan pengeluaran yang tidak Kemampunan (Danny C. K. HO, 2014).

Tambahan lagi, industri fesyen memberi impak negatif kepada alam sekitar, terutamanya berhubung dengan volum globalnya, ia menyumbang 9.3% pekerja dunia 4% daripada eksport seluruh dunia (World Trade Organization, 2008). Penggunaan bahan kimia sumber semula jadi yang intensif dalam proses pengeluaran, khususnya dalam fasa pencelupan, pengeringan dan penamat. Hal ini memberi kesan negatif yang banyak kepada alam sekitar (De Brito et. 2008). Di samping itu, penggunaan serat seperti kapas, bulu dan sintetik mempunyai kesan alam sekitar yang ketara. Ia kerana, kapas dan bulu memerlukan banyak air dan racun serangga dan sedangkan serat sintetik diekstrak daripada sumber yang tidak boleh diperbaharui dan memerlukan tenaga yang banyak untuk menghasilkan tersebut (Myers and Stoltan, 1999).

Selain daripada itu, proses pengeluaran yang tidak teratur adalah sebab utama berlakunya pencemaran alam sekitar. Kebanyak Syarikat Fesyen sewenang-wenang membuang air beracun ke dalam sungai dan mengeluarkan berjuta-juta tan gas rumah hijau. Pakainan tersebut, berakhir di tapak pelupusan, lautan atau dibakar ke atmosfera kita. Fakta lain yang mengejutkan ialah kebanyakan pakaian menggunakan 8000 bahan kimia sintetik yang dapat mencemarkan alam sekitar dan menyebabkan kanser dan penyakit yang lain kepada manusia (Authenticated Resale Sustainable, 2010).

Tambahanya, keluarga di barat membuang purata 30kg pakaian setaip tahun. Hanya 150% dikitar semula atau disumbangkan dan selebihnya langsung ke tapak pelupusan atau dibakar. 5.2% sisa di tapak pelupusan kami adalah tekstil. Seterusnya, serat sintetik seperti polister, plastik itu tidak boleh terbiodegradasi dan boleh mengambil masa sehingga 200 tahun untuk mengurai yang 72% serat sintetik digunakan dalam pakaian kita (The True Cost Movie, 2015). Seterusnya, pengguna air dalam fesyen. Industri fesyen adalah pengguna air utama. Dalam proses pencelupan dan penamatan pakaian memerlukan kuantiti air yang tinggi. Sebagai rujukan, ia boleh mengambil sehingga 200 tan air tawar setiap tan kain dicelup. Kebiasanya pokok kapas ditanam di kawasan panas dan kering. Oleh itu, memerlukan air dalam kuantiti yang tinggi. Sehingga 20,000 litervair diperlukan untuk menghasilkan hanya 1kg kapas. 85% air daripada air keperluan harian digunakan untuk menanam kapas di negara india (Stephen Leahy, The Guardian. 2019).

Selain itu, beribu-ribu hektar hutan terancam dan hutan kuno dipotong dan diganti oleh ladang-ladang pokok yang digunakan untuk membuat kain berasaskan kayu seperti rayon, viscose dan sebagainya. Sebanyak 70% pokok-pokok ditebang setiap tahun untuk membuat pakaian (Rainforest Action Network, 2019).

1.4 Objektif Kajian

1.4.1 Mengenal pasti tahap kesedaran masyarakat berkenaan isu-isu berkenaan kepentingan kitar semula tekstil dan pakaian.

1.4.2 Mengenal pasti jenis teknik yang digunakan untuk menghasilkan pakaian baru daripada pakaian dan tekstil yang telah dibuang.

1.4.3 Menghasilkan cadangan rekaan *ready-to-wear* yang bergaya dengan menggunakan pakaian dan tekstil yang telah dibuang.

1.5 Persoalan Kajian

1.5.1 Bagaimanakah cara untuk menarik perhatian masyarakat tentang pakaian yang dibuat daripada bahan kitar semula?

1.5.2 Apakah teknik-teknik yang digunakan untuk menghasilkan pakaian yang siap dipakai?

1.5.3 Bagaimanakah menghasilkan cadangan pakaian wanita yang bergaya dan mengikut trend fesyen kini dengan menggunakan bahan kitar semula?

1.6 Hipotesis Kajian

1.6.1 Rekaan pakaian yang bergaya akan meningkatkan kesedaran masyarakat mengenai Upcycle dan menarik perhatian masyarakat walaupun dibuat daripada pakaian terpakai.

1.6.2 Memperkenalkan teknik-teknik untuk menghasilkan pakaian baharu daripada pakaian terpakai dengan mengubahsuai rekaan pakaian.

1.6.3 Menganalisis permintaan masyarakat tentang trend fesyen terkini dan menghasilkan rekaan mengikut trend tersebut.

1.7 Skop Kajian

1.6.1 Kajian yang dijalankan ini memberi tumpuan kepada rekaan pakaian wanita yang siap dipakai.

1.6.2 Sasaran pengguna adalah terdiri daripada masyarakat di Malaysia sahaja.

1.6.3 Kajian yang dijalankan hanya tertumpu menggunakan bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang siap dipakai.

1.6.4 Kategori pengguna dan sasaran utama bagi kajian ini adalah tertumpu kepada kaum wanita yang berumur dalam lingkungan 18 hingga 36 tahun.

1.6.5 Sasaran pengguna adalah untuk kesesuaian pakaian kepada semua golongan wanita menggayakan pakaian dengan bahan kitar semula.

1.6.6 Fesyen untuk semua wanita samada golongan pelajar, wanita bekerjaya dan tidak bekerjaya yang berkemampuan.

1.8 Sumbangan Kajian

1.7.1 Memberi rekaan pakaian wanita dengan menggunakan bahan kitar semula agar kelihatan bergaya yang menawan dengan rekaan yang dibuat dengan bahan baharu.

1.7.2 Mencipta gayaan fesyen wanita yang bervariasi dan unik yang digayakan mengikut peredaran masa kini.

1.7.3 Membolehkan pengguna wanita menggayakan rekaan fesyen yang dihasilkan dengan menggunakan bahan kitar semula.

1.7.4 Meyakinkan pengguna iaitu golongan wanita untuk berfesyen dengan gayaan yang menarik dan berbeza mengikut rekaan pakaian.

1.7.5 Memberikan maklumat serta kesedaran kepada masyarakat umum berkenaan isu-isu berkenaan kepentingan kitar semula produk tekstil dan pakaian.

1.7.6 Dapat membantu mengurangkan pembaziran kain.

1.7.7 Dapat mengurangkan tapak pelupusan yang semakin meningkat serta melindungi planet ini untuk generasi akan datang.

1.9 Had Kajian

Proses dalam menjalankan kajian ini sangat terhad dan mempunyai sedikit masa yang terluang untuk menyiapkannya. Had masa yang digunakan perlulah diguna sebaik mungkin untuk menyiapkan segala tugas yang ada. Masa yang diluangkan haruslah digunakan sebaik mungkin supaya kajian yang dijalankan ini dapat diteruskan dengan baik dan berjalan lancar.

Semasa fasa untuk menyiapkan kajian ini, sumber kewangan amatlah penting untuk menyiapkan segala tugas yang ada. Wang yang digunakan adalah untuk pembelian kertas, mencetak kertas, dan membuat kajian serta banyak lagi. Sumber kewangan amat penting untuk setiap orang bagi menyiapkan segala kerja-kerja yang ada ini. Seterusnya, dari segi responden pula kajian ini menghadkan beberapa kategori umur, jantina, pendapatan dan jenis kerja.

Kajian ini dilakukan adalah kepada orang awam iaitu kaum wanita dengan had umur yang bermula pada usia 18 sehingga 36 tahun. Hal ini kerana kajian ini mengkaji fesyen wanita yang siap dipakai, jadi pengkaji dapat menilai tindak balas dan respon yang positif atau negatif daripada orang awam terhadap kelebihan pakaian kitar semula berbanding pakaian yang dibuat daripada bahan baharu. Jumlah responden-responden yang ada melibatkan seramai 25 orang hingga 50 orang. Jadi, ianya dapat membantu pengkaji untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi malah sedikit sebanyak dapat memberi input serta info yang terkini kepada pengkaji untuk menyiapkan kajian ini.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.1 Bahan Kitar Semula

Pada awalnya, pengkaji ingin menyentuh bab definisi bahan kitar semula. Kitar semula adalah proses mengumpul dan memproses bahan buangan dan menjadikan bahan dan produk baru. Kitar semula bahan bergantung pada kemampuannya untuk mendapatkan semula sifat yang ada pada keadaan asli atau asal (Villalba, Segarra, Fernandez, Chimenos dan Espiell, 2002). Kitar semula dapat mencegah pembaziran bahan yang berpotensi berguna dan mengurangkan penggunaan bahan mentah segar.

Bahan atau material ialah bahan kimia atau campuran bahan yang membentuk objek. Bahna-bahan boleh menjadi tulen atau tidak bersih, komposit tunggal atau gabungan yang rumit, perkara hidup atau bukan hidup, sama ada secara semula jadi atau buatan manusia dan sama ada konkrit atau abstrak. Bahan boleh dikelaskan berdasarkan sifat-sifat fizikal dan kimia, atau berdasarkan asal geologi atau fungsi biologi. Bahan mentah dapat diproses dengan cara yang berbeza untuk mempengaruhi sifatnya, pemurnian, pembentuk atau pengenalan bahan lain. Bahan baru dapat dihasilkan dari bahan mentah melalui sintesis. Dalam industri, bahan merupakan input kepada proses

pengeluaran atau pembuatan untuk menghasilkan produk atau bahan yang lebih kompleks.

Bahan mentah, juga dikenali sebagai bahan baku, bahan yang belum diproses, atau komoditi utama iaitu bahan asas yang digunakan untuk menghasilkan barang, produk, tenaga, atau bahan perantaraan produk di masa depan. Sebagai bahan baku, istilah yang bermaksud bahan-bahan ini adalah aset penghambat dan diperlukan untuk menghasilkan produk lain. Istilah bahan mentah menunjukkan bahan dalam keadaan yang tidak diproses atau diproses secara minimum, misalnya susu getah, minyak mentah, kapas, arang batu, biojisim mentah, bijih besi, udara, kayu balak, air atau sebarang produk pertanian, perhutanan, perikanan dan mineral yang dalam bentuk semula jadi.

Bahan buangan boleh dibahagikan kepada dua kategori:

- *Pre-consumer waste*

Iaitu adalah bahan yang dibuang sebelum siap digunakan oleh pengguna. Ia memperkenalkan semula sekerap pembuatan seperti pemotongan dari pengeluaran kertas, tin aluminium yang rosak, dan lain-lain yang akan kembali ke proses pembuatan. *Pre-consumer waste* biasanya digunakan dalam industri pembuatan (Jessica Choi, 2019)

- *Post-consumer waste*

Ia adalah bahan yang dibuang setelah seseorang menggunakannya. Ia adalah sampah yang dibuang oleh individu secara rutin di tong sampah atau tempat pembuangan sampah. Dalam kes kertas, pre-consumer adalah kertas dicetak tetapi tidak pernah digunakan seperti surat khabar yang tidak pernah dibeli oleh pengguna. Bagi *post-consumer waste* dalam kes ini ialah surat khabar yang dibeli dan dibaca dan kemudian dibuang oleh pengguna (Jessica Choi,2019)

Bahan yang dapat dikitar semula merangkumi banyak jenis iaitu;

1. Keluli

Anggaran pada tahun 2018, 88% daripada semua keluli terpakai dikitar semula. Ia boleh dikitar semula 100% dan dapat digunakan kembali berulang-ulang tanpa kehilangan kualiti. Ia juga merupakan bahan yang paling banyak dikitar semula per tan di dunia.

2. Tin aluminium

Tin aluminium juga merupakan salah satu bahan yang boleh dikitar semula, kerana ia 100% dapat dikitar semula dan dapat diproses berulang kali. Kitar semula tin baru menggunakan tenaga 95% yang lebih sedikit daripada membuat yang baru. Selain tin, bahan lain yang mengandungi aluminium juga dapat dikitar semula termasuk baking tin, batang tirai, kerajang, kaleng penyembur, dan papan sisi aluminium (Benedette Cuffari, M.Sc, 2016).

3. *Polyethylene Terephthalate* (PET) botol plastik

Sebanyak 1.5 bilion paun botol PET terpakai diambil untuk dikitar semula di Amerika Syarikat setiap tahun, menjadikan PET sebagai plastik kitar semula yang paling banyak di dunia. Produk PET yang dipulihkan dapat digunakan kembali secara berterusan ke dalam bekas PET baru, permaidani, pakaian, pembungkusan pelindung, tali industri, alat ganti automotif, bahan binaan, dan sebagainya (Benedette Cuffari, M.Sc, 2016).

4. Kertas/Surat khabar

Surat khabar adalah bahan yang sangat penting untuk dikitar semula. Dalam tempat pembuangan sampah, di mana 80% kertas yang dibuang, penguraian kertas menghasilkan metana, gas rumah hijau yang mempunyai 21 kali daya perangkap haba karbon dioksida. Kitar semula kertas juga mengurangkan intensiti pengurusan hutan yang biasanya diperlukan untuk menebang pokok dan memelihara hidupan liar (Benedette Cuffari, M.Sc, 2016).

5. Kaca

Kaca 100% boleh dikitar semula dan boleh dikitar semula tanpa henti tanpa kehilangan kualiti atau kesucian, tetapi proses kitar semula kaca ini tidak menguntungkan secara ekonomi seperti bahan lain. Dianggarkan 80% bekas kaca yang dipulihkan dijadikan botol kaca baru. Selebihnya 20% digunakan dalam aplikasi "sekunder" yang meliputi peledakan pasir, pembayaran konkrit, jubin, dan penyaringan.


6. Tekstil

Kitar semula tekstil adalah proses di mana pakaian lama dan tekstil lain dipulihkan untuk digunakan semula atau pemulihan bahan. Industri tekstil telah berkembang menjadi industri bernilai \$ 3 trilion di seluruh dunia, yang terdiri dari pakaian, kain perabot dan bahan tilam, linen, tirai, bahan pembersih, peralatan rekreasi, dan sebagainya (Rick Leblanc, 2019). Fabrik sebenarnya boleh dikitar semula dan digunakan kembali beberapa kali. *Recycle Nation* menganggarkan bahawa hanya 15% tekstil yang dapat dikitar semula yang daripada 14.3 juta tan sisa tekstil yang dihasilkan Amerika Syarikat setiap tahun (Stephanie Osmanski).

Jenis-jenis fabrik :

- Semula jadi

Fabrik	Ciri	Kegunaan	Gambar
<p>Kapas (cotton)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ringan ➤ Nipis ➤ Lembut ➤ Bahan yang agak murah ➤ Menyerap air ➤ Kedutan dengan mudah ➤ Menahan panas ➤ Perlahan kering ➤ Tidak elastik dan tegar ➤ Tahan lama 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Patchwork</i> ➤ Pakaian ringan - Kemeja - Gaun - Stoking, - <i>T-shirt</i> - Cadar 	 

<p><i>Hemp</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jangka hayat yang panjang ➤ Melembutkan dari masa ke masa ➤ Ringan ➤ Penyerap ➤ Tahan ➤ Mesra alam ➤ Tidak merengsa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pakaian ringan ➤ Kertas, ➤ Tali, ➤ Kanvas, ➤ <i>Ships rigged</i> ➤ <i>Sailcloth</i> ➤ Tujuan Perindustrian Komersial 	 
<p><i>Linen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kekonduksian tinggi ➤ Lancar ➤ Bebas serat ➤ Keanjalan yang lemah ➤ Menjadi lembut 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Industri perabot hiasan ➤ Pakaian ➤ Alas meja ➤ Tuala ➤ <i>Oil paint</i> 	

	<p>semasa</p> <p>mencuci</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ penyerap ➤ Kedutan 		
<p>Sutera</p> <p>(<i>Silk</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lembut ➤ Lancar ➤ Licin ➤ Keanjalan rendah ➤ Kehilangan kekuatan dari masa ke masa ➤ Ringan dan selesa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Ties</i> ➤ Pakaian luaran ➤ Pakaian dalam ➤ <i>Bedding</i> 	 

Jadual 2.1 : Jenis-jenis fabrik dan fungsi

Kitar semula pakaian adalah sebahagian daripada kitar semula tekstil. Ia pakaian lama akan disusun, diproses dan digunakan balik. Produk akhir merangkumi pakaian yang sesuai untuk digunakan semula daripada potongan fabrik dan pakaian lama atau terbuang. Kitar semula adalah memecahkan produk dan menjadikan bahan mentahnya untuk menghasilkan produk baru. Pakaian dikitar semula(*recycled*), adalah memecahkan banyak pakaian atau fabrik dan mengabungkan beberapa kepingan daripada pemecahan tersebut untuk menjadikan satu pakaian baharu (James Omisakin, 19 April 2020).



Rajah 2.1: Pakaian kitar semula (1)

Rajah 2.2: Pakaian kitar semula (2)

Sumber: Kimberley Mok

Sumber: Aura Gaia



Rajah 2.3: Pakaian kitar semula (3)

Sumber: u/Segundaleydenewtonnn

Upcycled juga merupakan satu kaedah kitar semula. Ia menggunakan bahan lama, secara keseluruhan dengan kreativiti, untuk menghasilkan sesuatu yang baharu sambil mengekalkan beberapa ciri asalnya. Pakaian *upcycled*, adalah kaedah mengambil seluruh atau pakaian yang bahan lama atau terbuang dan mengubahnya rekaan untuk menjadi pakaian baharu. Ia juga disebut sebagai pakaian yang diubahsuai dan digunakan kembali. Selain itu, menggunakan semula bahan lama secara kreatif sambil mengekalkan beberapa ciri asalnya (James Omisakin, 19 April 2020)

Tapi hakikatnya, sebelum ini tidak ramai orang menfokuskan ke atas kajian tentang menggunakan bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang disiap pakai (*Ready-to-wear*) untuk remaja dan dewasa kini. Masyarakat kita tidak mengambil serius tentang kewujudan dan keunikan yang ada pada pakaian yang dikitar semula. Banyak jenis rekaan yang kreatif dan menarik yang dapat dibuat daripada pakaian atau fabrik-fabrik yang terbuang. Pakaian yang dikitar semula itu, biasanya banyak digunakan oleh orang barat berbanding dengan orang Malaysia. Walaubagaimanapun, masyarakat Malaysia menggunakan semula pakaian terpakai dan lama dengan bernama “Pakaian Bundle”. Kedai bundle adalah kedai pakaian terpakai yang menawarkan satu lagi alternatif agar pakaian tidak dibuang tetapi digunakan semula dan dijual dengan harga yang lebih murah (Thomas, 2008). Hal ini jelas menunjukkan masyarakat mula berfikir cara untuk memanjangkan jangka hayat sehelai pakaian serta mengurangkan pencemaran alam sekitar dengan mewujudkan kedai pakaian terpakai. Oleh itu, walaupun pakaian yang dibuat daripada bahan kitar semula ini belum pernah dikaji dan dihasilkan lagi oleh pereka fesyen di Malaysia.

Hal ini akan mencipta sejarah untuk memperkenalkan dan bakal menghasilkan pakaian wanita yang disiap pakai (*Ready-to-wear*) dengan dibuat daripada bahan kitar semula. Hal ini juga bertujuan untuk memberi kelainan bagi fesyen *Ready-to-wear* selain daripada fabrik baharu dan bahan hiasan yang baharu seperti bead, chain, lace, dan sebagainya. Selain itu, meyakinkan pengguna iaitu golongan wanita untuk berfesyen

dengan gayaan yang menarik dan berbeza mengikut rekaan pakaian yang dibuat daripada bahan kitar semula. Pengkaji menunjukkan beberapa contoh gambar di bawah yang memaparkan gaya dan rekaan seperti baju, seluar, *skirt* dan *dress* yang dibuat daripada bahan kitar semula seperti plastic, kertas, straw, fabrik dan sebagainya dengan penggunaan teknik yang menarik dan selesa untuk pakai.



Rajah 2.4: Pakaian yang dibuat daripada plastik

Sumber: Clemence Ogcb, and Denise Gee, 1 April 2011



Rajah 2.5: Pakaian yang dibuat daripada sisa kain dan kertas

Sumber: Dan Howarth 7 Julai 2016 dan Jamie McCarthy

Oleh itu, pengkaji ingin menjadikan pakaian ini sebagai pilihan untuk menghasilkan pakaian wanita yang disiap pakai dengan menggunakan pakaian terpakai dan mengubahsuai rekaan pakaian terpakai. Hal ini kerana pengkaji telah terinspirasi daripada jenama-jenama fesyen iaitu Fanfare, Topshop, Urban Renewal dan Zero Waste Daniel yang mengamalkan dan menghasilkan pakaian kitar semula yang semakin popular di negara-negara barat dan memukau orang ramai.

Fanfare adalah jenama fesyen Britain yang popular dalam kelestarian fesyen yang diketuai oleh pengasas dan pereka Esther Knight. Pergerakan fesyen perlahan terdapat dalam DNA jenama ini. Jenama ini berbeza dengan Fast Fashion, Fanfare ini melancarkan satu koleksi sepanjang tahun. Selain itu, jenama ini juga memanjangkan jangka hayat pakaian terpakai dengan rekaan semula pakaian menjadi pakaian baru. Fanfare menghasilkan pakaian vintage yang khas, terutamanya pakaian denim dan pakaian luar dan menjadikan sebagai lavish designs. Selain itu, menggunakan sulaman dan hiasan dari potongan dan sisa pengeluaran, dan pasukan reka bentuk akan membuat pakaian yang unik (James Omisakin, 19 April 2020).

Topshop bermula berkerjasama dengan perintis *eco pioneers Orsola de Castro and Ricci* dan syarikat mereka menuntut semula untuk pakai (Reclaim to Wear). Sejak tahun 1997 mereka telah berdedikasi untuk mengubah jumlah sampah tekstil yang menjadi tanggungjawab kita, dengan mengambil bahan-bahan sisa dan menjadi kepingan baru

(AKA Upcycling). Teknik ini diilhamkan oleh *punk movement* iaitu *shredding*, *safety pins*, *frayed* dan *patches* (Topshop Reclaim: The Lowdown, 17 Julai 2015).

Urban Renewal tidak mempunyai rekod prestasi yang baik untuk amalan pengeluaran mereka seperti beberapa jenama lain yang besar. Itulah sebabnya menarik apabila mereka telah memperkenalkan rangkaian *upcycled* mereka sendiri. Dengan kumpulan yang pakat mereka akan mendapati lebih bahan atau deadstock iaitu produk yang dihasilkan oleh syarikat lain tetapi tidak dapat dijual. Deadstock dan lebih bahan biasanya berakhir di tempat pembuangan sampah, tetapi pasukan di Urban Renewal mengubahnya itu. Oleh kerana itu, setiap karya dibuat dalam jumlah yang sangat terhad (James Omisakin, 19 April 2020).

Zero Waste Daniel yang diasaskan oleh pereka New York Daniel Silverstein yang membuat pakaian dari 100% bahan sekerap dengan patchwork. Selain itu, jenama ASOS Reclaimed Vintage, ia jenama besar lain yang menarik perhatian dalam adegan pakaian yang dikitar semula. Pasukan sumber mereka menjelajahi dunia untuk mencari pakaian vintage yang asli dan mengolah semula dan mengemas kini reka bentuk moden untuk abad ke-21 (James Omisakin, 19 April 2020).

Jadi, dengan terinspirasi daripada jenama-jenama fesyen itu, pengkaji telah menjalankan kajian mengenai menggunakan bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang disiap pakai (Ready-to-wear). Hal ini mencetuskan idea untuk pengkaji mereka pakaian daripada bahan kitar semula. Rekaan pakaian yang bakal dikeluarkan ini akan

menggunakan bahan kitar semula terutamanya pelbagai jenis fabrik pakaian terpakai dan mengikut trend fesyen semasa.

2.2 Pakaian yang disiap pakai (Ready-to-wear)

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengkaji tentang menggunakan bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang disiap pakai (Ready-to-wear). *Ready-to-wear* atau *prêt-à-porter* adalah istilah untuk pakaian buatan kilang, dijual dalam keadaan siap, dalam ukuran standard, yang berbeza dengan pakaian yang dibuat untuk mengukur atau dipesan khas yang sesuai dengan bingkai orang tertentu. Pakaian siap mempunyai konotasi yang agak berbeza dalam bidang fesyen dan pakaian klasik. Dalam industri fesyen, pereka menghasilkan pakaian siap pakai yang dimaksudkan untuk dipakai tanpa perubahan yang ketara, kerana pakaian yang dibuat dengan ukuran standard sesuai dengan kebanyakan orang. Mereka menggunakan *standard patterns*, peralatan kilang, dan teknik pembinaan yang lebih cepat untuk memastikan kos tetap rendah, dibandingkan dengan versi item yang dijahit khas. Beberapa rumah fesyen dan pereka fesyen menghasilkan garis siap pakai yang dihasilkan secara besar-besaran dan industri, sementara yang lain menawarkan pakaian, walaupun tidak unik tetapi dihasilkan dalam jumlah yang terhad (The Web's Largest Resource for Definitions & Translations).

Sejarah tentang Fesyen Siap Dipakai

Sebelum tahun 1800, hampir semua pakaian dalam dunia fesyen dipesan atau dibuat untuk mengukur yang bermaksud ia dijahit oleh jahitan dan penjahit untuk individu. Semasa Perang 1812, pemerintah AS mula menghasilkan seragam tentera secara besar-besaran, menjadikannya salah satu pakaian siap pakai pertama dalam sejarah. Pada masa itu, fesyen wanita jauh lebih kompleks dan *fitted* daripada pakaian lelaki termasuk pinggang (waists), garis leher (neckline), dan lengan (sleeves) yang lebih fitted. Oleh itu, menghasilkan pakaian wanita yang siap dipakai tidak praktikal pada zaman itu. Rajah-rajah dibawah menunjukkan contoh pakaian wanita pada era itu (1800-1900) Sumber:

Victorian Era




Rajah 2.6: Pakaian zaman dahulu yang sebelum ada konsep *ready-to-wear*








Sumber: Victorian Era, dan Cheri Vandenberg, Cheri Vandenberg





Namun, pada tahun 1900 menarik perhatian media mengenai pakaian siap pakai di AS yang seiring dengan kesusahan ekonomi pada zaman itu. Hal ini menjadikan pakaian siap pakai lebih menarik dan praktikal daripada pakaian yang dipesan lebih awal. Menjelang akhir tahun 1960, fesyen pakaian dibahagikan kepada dua iaitu fesyen siap pakai dan *Haute Couture*. Pakaian khas (*Haute Couture*) yang dibuat oleh rumah fesyen utama seperti Chanel dan Dior. Ia ditutup ketika, pada tahun 1966, pereka fesyen Yves Saint Laurent membuka kedai pertamanya yang menjual pakaian yang disiap pakai. Ini membuka jalan bagi pereka lain untuk membuat pakaian yang siap dipakai sebagai tambahan kepada garisan tradisional *Haute Couture* mereka (Tan France, 9 Nov 2020).


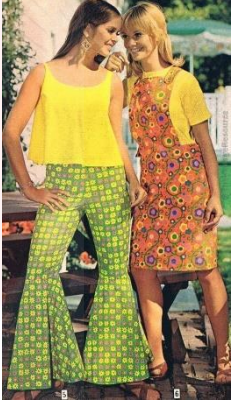
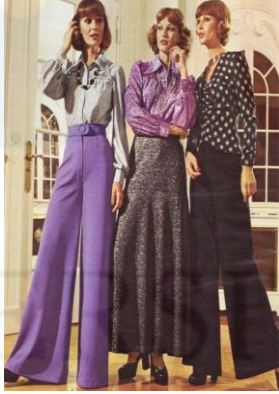

Menurut Victoria dan Albert Museum, sejarah pakaian wanita yang disiap pakai (Ready-to-wear) mengikut tahun iaitu dari 1900-1970.

Tahun	Ciri-ciri	Gambar
1900s	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk <i>pouter-pigeon</i> yang bergaya (pinggul ke belakang dan dada ke hadapan) Blaus yang bengkak dan berkerut yang sering dihiasi dengan hiasan seperti lace 	 <p>Sumber: Vidda Stutsman Sumber: The Fashion Folks</p>



	<p>collars and broad ribbon ties.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perpisahan dengan skirt yang dipasang di pinggul dan bergelombang ke arah hujungnya. 	
<p>1910s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Blaus yang berkerut dan berbaju halus serta skirt berliku. • Pada perang dunia I (1914–18), wanita memakai pakaian yang praktikal dan bersesuaian dengan aktiviti kehidupan harian. • Contohnya, pakaian seragam, baju dan seluar. 	 <p>Sumber : Fashion Through The Decades</p>

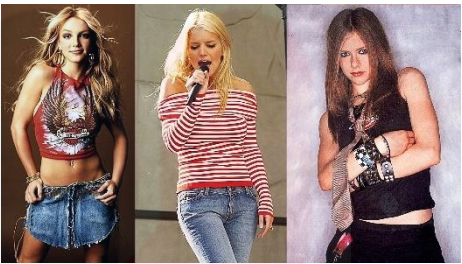
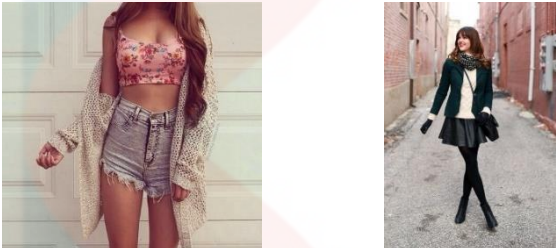

<p>1920s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ather barrel-shaped outfits, dan tunis style tops</i> • <i>waistline dropped to hip level, obscuring natural curves for a tubular, and rognous look.</i> 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Sumber: FadeAway</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Sumber: Veronika</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Radiate</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;">    </div> <p style="text-align: center;">Sumber: Viktorija Gabulait</p>
<p>1930s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Bias-cut,</i> yang menyebabkan kain melengkung di lekuk badan. • Gaun malam yang panjang, sederhana dan melekat, diperbuat daripada satin memang popular. • <i>Pakaian wool</i> dengan alas bahu, dan skirt sepanjang lutut bergelombang. 	<div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> <p style="text-align: center;">Sumber: Carol Averett</p>

<p>1940s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skirts</i> di bawah lutut dan lurus, dipakai dengan jaket kotak dan bahu yang empuk. • Pada tahun 1947, Christian Dior memperkenalkan 'New Look' yang merevolusikan fesyen tahun 40. • Skirt menjadi lebih panjang dan luas, dan <i>boxy shoulders</i> dilembutkan untuk menjadi <i>sloping</i>. 	 <p>Sumber: Court Millett</p>	 <p>Sumber: RetroWaste</p>
<p>1950s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menerukan dengan gaya akhir tahun 1940, <i>very full skirts</i>, <i>cinched waists</i> dan <i>sloping</i>. • <i>Narrow pencil-skirt look</i>. • Kain polos atau cetakan bunga 	 <p>Sumber: Nancy Ghisalbert</p>	 <p>Sumber: Gerry Anne Moore</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Cardigan panjang pinggang 	
<p>1960s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skirt mini</i> adalah pengenalan yang paling khas. • Pergerakan hippy dari pantai barat ke Amerika, • Bereksperimen dengan warna, corak dan tekstur yang dipinjam dari budaya bukan Barat. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Sumber: Emma Ford Sumber: Vintagedancer.com</p>
<p>1970s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pakaian <i>hippy</i> dengan skirt maxi, seluar berkaki lebar (<i>bell-bottomed denim</i>), <i>hot pants</i>, pakaian <i>tie and dye</i>. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Sumber: Demetrius McCrary Sumber: Jessica McFiesty</p>

MALAYSIA
KELANTAN

<p>1980s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jeans</i> menjadi popular. • <i>Suit with wide padded shoulders</i> • Jenama sukan seperti Nike, Reebok, Adidas muncul dengan pakaian sukan dan sangat popular. • <i>Tracksuits, training shoes, leggings and lycra or stretch body-hugging.</i> 	 <p>Sumber: Davidy Abbey Sumber: Haley Alyssa</p>
<p>1990</p>	<ul style="list-style-type: none"> • T- shirts dipakai dengan size besar (<i>extra size</i>), dan seluarnya longgar. • <i>Tapered pants</i> yang longgar • <i>Flared Jeans</i> 	 <p>Sumber: Tayla Brewer</p>

		Sumber:RetroWaste
2000s	<ul style="list-style-type: none"> • <i>'Streetwear style'</i> mempunyai asas pada pakaian yang selesa. • <i>Denim skirts</i> • <i>Mini skirts</i> dipakai dengan legging • <i>Skinny jeans, Low-rise jeans, jeans with embellished pockets, wide bottom yoga pants, tracksuits, cargo pants.</i> • <i>Cropped cardigans and tshirts, bralette tops</i> dan digabungkan dengan seluar <i>jeans</i> rendah. • Gambar dan reka bentuk grafik di atas <i>T-shirt</i> 	 <p>Sumber: Adeline Tan (Astro Publication)</p>  <p>Sumber: Jasmine Burkett Sumber: Leslie Peeler</p>  <p>Sumber: Carter Smith Sumber: Maria holden</p>

Jadual 2.2: Senarai pakai yang siap dipakai mengikut tahun.

Ciri-ciri pakai disiap pakai (Ready-to-Wear)

- Pengeluaran

Pakaian dihasilkan secara besar-besaran iaitu dalam kuantiti yang banyak (Mass-Produced) dan juga menawarkan pakaian yang tidak unik tetapi dihasilkan dalam jumlah yang terhad mengikut trend.

- Saiz

Pakaian siap pakai tersedia dalam "ukuran standard" iaitu dari XXS hingga XXL iaitu *universal size* untuk melancarkan proses pengeluaran (Tan France, 9 Nov 2020). Terdapat dua jenis ukuran standard dalam nombor mengikut negara iaitu UK size, dan EU/Europe size (Decathlon Online).

Pakaian wanita bagi bahagian atas (*Women's tops*): *T-shirts, tanks, shirts, fleeces, jumpers, jackets, swimwear and etc*

Size	UK	US	EU/IT	Bust	Natural Waist	Low Waist	Hip	Overarm
XXS	4	2	36	31	23.75	30.25	33.5	29
XS	6	4	38	32.5	25.25	31.75	35.25	29.75
S	8	6	40	34.25	27	33.5	36.75	30.25
M	10	8	42	35.75	28.5	35	38.25	31.25
L	12	10	44	37.25	30	36.5	40	31.75
XL	14	12	46	39	31.5	38	41.5	32.5
XXL	16	14	48	40.5	33.25	39.75	43	33

Rajah 2.7 : Ukuran Pakaian wanita bagi bahagian atas

Sumber: BELSTAFF, Women's Sizing Chart

Pakaian wanita bagi bahagian bawah (*Women's bottom*): *Shorts, trousers, tracksuits and*

etc

Size	UK	US	EU/IT	Low Waist	Hip	Inner Leg
XXS	4	2	36	29	33.75	31.75
XS	6	4	38	30.75	35.5	32.25
S	8	6	40	32.25	37	32.5
M	10	8	42	33.75	38.5	33
L	12	10	44	35.5	40	33.5
XL	14	12	46	37	41.75	33.75
XXL	16	14	48	38.5	43.25	34.25

Rajah 2.8 : Ukuran pakaian wanita bagi bahagian bawah

Sumber: BELSTAFF, Women's Sizing Chart

Size	UK	US	EU/IT	Bust	Natural Waist	Hip	Overarm
XXS	4	2	36	30.75	23.5	33.75	29.5
XS	6	4	38	32.25	25	35.5	30
S	8	6	40	33.75	26.75	37	30.75
M	10	8	42	35.5	28.25	38.5	31.25
L	12	10	44	37	30	40	31.5
XL	14	12	46	38.5	31.5	41.75	32
XXL	16	14	48	40	33	43.25	32.5

Rajah 2.9 : Ukuran pakaian wanita/jeans

Sumber: BELSTAFF, Women's Sizing Chart

- Harga

Pakaian yang siap dipakai adalah murah untuk dihasilkan dan biasanya dijual dengan harga yang rendah (Tan France, 9 Nov 2020). Pakaian siap pakai ini boleh menjadi murah tetapi juga agak mahal, ia bergantung pada jenama dan kualiti bahan yang digunakan (Lanieri Italia, 20 Julai 2018).

Menurut Rosemary Feitelberg, jenama fesyen yang dikuasai pakaian siap pakai (Ready-to-wear)

- Topshop
- H&M
- Zara
- Calvin Klein
- Gucci
- Ralph Lauren
- Louis Vuitton
- Jones New York

2.3 Pengguna fesyen wanita (Female Fashion Consumers)

Menurut Dholakia, membeli-belah adalah aktiviti jantina dan wanita yang paling banyak melakukan membeli-belah. Wanita melihat pakaian sebagai alat untuk identiti diri, sedangkan lelaki lebih fokus pada fungsi dan faedah (McGrath & Otnes, 2001). Bagi wanita membeli-belah adalah pelbagai jenis barang tetapi jika dibandingkan dengan membeli barang runcit, membeli pakaian dianggap lebih menarik. Ini adalah masa berehat dari kehidupan rutin yang biasa dan ini adalah peluang untuk khayalan dan ekspresi diri. Membeli-belah pakaian dianggap rekreasi, memuaskan dan bermanfaat. Bagi wanita, membeli pakaian adalah tanggungjawab individu yang tegas. Oleh kerana wanita melihat membeli-belah sebagai sesuatu rekreasi, penting untuk menekankan sifat hedonik dan pengalaman berbelanja (Dholakia, 1999).

Dari segi fesyen, kewanitaan (*femininity*) telah lebih maju dan kelihatan daripada *masculinity*. Di kebanyakan pusat beli-belah (*Shopping Mall*), bahagian pakaian wanita jauh lebih besar daripada bahagian lelaki. Wanita umumnya mendapati membeli-belah lebih menyenangkan daripada lelaki dan mempunyai sikap yang lebih positif ke arah melayari dan interaksi sosial yang sering berlaku dengan pembelian prosedur. Wanita mengaitkan pembelian dengan masa lapang, membeli-belah memainkan emosi, dan peranan psikologi dan simbolik. Tambahan pula, wanita menghabiskan masa dua kali lebih lama di kedai berbanding lelaki dan wanita adalah sebagai *window-shopper* (Kuruvilla, Nidhi & Nishank, 2009).

Apabila wanita membuat keputusan untuk membeli, mereka merangkumi pelbagai deria dan melihat gambaran yang lebih besar. Wanita biasanya lebih muda dapat mengambil pelbagai jenis maklumat dari persekitaran daripada lelaki. Wanita interaktif dalam gaya membeli-belah mereka dan suka mencuba, menguji dan mengambil sampel produk dengan teliti sebelum membelinya. Wanita jarang melihat barang dan membelinya. Sebelum mereka membuat pembelian, mereka biasanya terlibat dalam proses membuat keputusan. Mereka mungkin menemui produk beberapa kali, fikir, selidikinya, tanya rakan mereka dan kemudian memulakan prosesnya yang lagi. Prosesnya juga melibatkan mendapatkan pengesahan dari sumber rujukan yang berbeza, atau dari *word-of-mouth* (Johnson & Learned, 2004).



Rajah 2.10: Jenis pakaian yang dibeli oleh jantina

Sumber: Freedonia Focus Reports, 12 Julai 2020

Wanita menghargai produk dan jenama unik yang boleh mereka gunakan untuk menentukan keperibadian mereka. Wanita secara aktif mencari gaya dan trend fesyen yang baru dengan lebih awal berbanding lelaki. Wanita lebih peka terhadap keperluan pakaian dan memiliki pakaian yang lebih kesedaran daripada lelaki (Mavis T. Adjei, David A. Griffith & Stephanie M.Noble, 2006). Disamping itu, nilai seperti harga, jenama, kualiti, nilai estetika dan ciri penggunaan yang ada di diri mereka sebagai mempengaruhi kualiti.

Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita dalam proses membeli-belah pakaian.

Menurut Kotler (2001, hlm.25-28) faktor- faktor yang mempengaruhi tingkah laku pembelian pakaian pengguna adalah peribadi, psikologi dan budaya. Faktor peribadi, yang merupakan antara faktor terpenting yang menentukan tingkah laku pembelian pakaian pengguna iaitu usia, kerja, tahap pendidikan, tahap pendapatan dan taraf perkahwinan (Muter, 2002, hlm. 23). Pengakaji membahagikan faktor peribadi kepada beberapa kumpulan, iaitu:

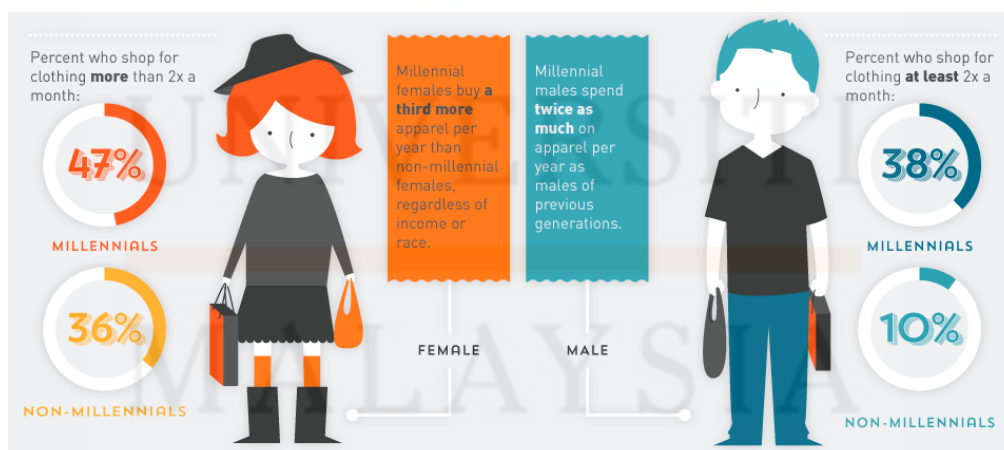
Faktor	Kumpulan
Usia	22 tahun sehingga 36
Kerja	Berkerja dan tidak berkerja
Tahap pendidikan	SPM, Diploma, Ijazah, Master dan PhD
Tahap pendapatan	1000 hingga 1999, 2000 hingga 2999, 3000 ke atas
Taraf perkahwinan	Bujang, Kahwin, Janda

Jadual 2.3 : Faktor yang mempengaruhi pengguna

Pengkaji memilih generasi *Y* atau *Millennials* iaitu lingkungan umur 18 tahun hingga 36. Terdapat 9.4 juta *Millennials* di Malaysia. Hal ini kerana generasi ini membelanjakan \$ 600 bilion setiap tahun, yang merupakan 28% daripada semua perbelanjaan harian setiap orang. Itulah sebabnya banyak jenama berusaha mendapatkan perhatian dan perlindungan daripada generasi ini. Apabila generasi ini membuat keputusan pembelian, faktor kemenangan adalah harga. Hampir 80% *millennials* sangat dipengaruhi oleh harga ketika membeli-belah, terutama dalam bentuk potongan harga. Sebenarnya, mereka menghargai harga daripada cadangan rakan mereka, reputasi jenama, dan juga kualiti produk. Majoriti *millennials* mengikuti jenama dalam talian hanya untuk peluang diskaun. Dalam generasi ini, 66% orang akan menukar ke jenama lain jika jenama lain memewarkan hargo potongan sekurang-kurangnya 30%. Selain itu, 60% *millennials* mendakwa mereka sering atau selalu setia kepada jenama yang mereka beli

sekarang, terutama jika dilayan dengan baik melalui *customer-centric* pada pelanggan (Herosmyth, 28 Feb 2018).

Selain itu, generasi *millennials* ini sangat bergaya dengan barang terpakai yang semakin popular. Kedai berjimat cermat yang dalam talian dan luar talian, telah berkembang pada kadar 20 kali lebih pantas daripada peruncit tradisional dengan industri penjualan semula pakaian sahaja memperoleh keuntungan tahunan lebih \$ 18 bilion. Selain itu, 30% *millennials* mengaku membeli barang terpakai sekurang-kurangnya sekali setahun, dan 21% lagi akan terus membeli barang terpakai ke masa depan, membuktikan bahawa ini bukan trend yang cepat. Sebagai contoh, apabila Macklemore membuka “Thrift Shop” pada tahun 2012 dan ia berjayanya. Ramai *millennials* menyukai konsep tersebut kerana tiga elemen iaitu, harganya murah, barangnya unik, dan cara membeli-belah yang mesra alam (Herosmyth, 28 Feb 2018).



Rajah 2.11: Peratus yang membeli pakaian lebih banyak

Sumber: Collin Burke (nanigans)

Faktor lain yang mempengaruhi tingkah laku pembelian pengguna wanita adalah faktor sosio-budaya, yang merangkumi keluarga, kumpulan, kelas sosial, rakan sebaya dan budaya. Dalam kehidupan seharian dapat dilihat dengan mudah bahawa budaya dan nilai-nilai merangkumi semua faktor yang memberikan arahan kepada pemikiran, tingkah laku dan sikap individu mempengaruhi kesedaran pengguna wanita tentang fesyen dan nama jenama. Selain itu, individu dari kelas sosial yang berbeza mempunyai pendapat yang berbeza berkenaan dengan fesyen dan produk jenama dalam tingkah laku pembelian pakaian mereka.

Disamping itu, jenama juga adalah penting bagi menentukan tingkah laku pengguna wanita. Oleh kerana pentingnya imej jenama (brand images) untuk tingkah laku pembelian wanita, perhatian yang besar telah diberikan kepada faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi imej jenama (Burmam, Schaefer, Maloney, 2008, hlm.157).



Rajah 2.12: Jenama-jenama yang menguasai *ready-to-wear*

Sumber: Karina Rodriguez, 17 Feb 2015

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Penyelidikan dalam bahasa biasa merujuk kepada pencarian pengetahuan. Sekali juga dapat menentukan penyelidikan sebagai pencarian saintifik dan sistematik untuk mencari maklumat yang relevan mengenai spesifik topik. Sebenarnya, penyelidikan adalah seni penyelidikan saintifik (C.R. Kothari, 2004). Penyelidikan juga mendefinisikan sebagai "penyelidikan atau penyelidikan yang teliti khususnya melalui pencarian untuk fakta baru dalam mana-mana cabang pengetahuan" (Kamus Terkini Pelajar Lanjutan Inggeris, 1952).

Metodologi ialah merupakan satu prosedur yang sistematik menggabungkan penyesuaian kajian dan analisis data yang seiring dengan peraturan tersendiri. Hal ini bagi memastikan prestasi kajian penyelidikan dapat dijalankan dengan baik dan mencapai segala maklumat serta objektif yang dikaji. Penyelidikan ini dibuat bagi menyatakan kebenaran bagi menyelesaikan permasalahan yang muncul malah untuk membantu memahami dengan lebih jelas dan luas (terperinci) lagi tentang pengaplikasian kaedah dengan membuat huraian tentang proses kajian. Metodologi kajian menjadikan kajian yang dijalankan lebih bersistematik dan perjalanan kajian lebih terarah dalam mencapai objektif. Bab ini akan menjelaskan metodologi kajian yang digunakan dalam kajian yang

dijalankan. Pengkaji telah merancang dengan teratur dan teliti tentang metodologi kajian dan strategi-strategi yang digunakan untuk mendapatkan maklumat dan data melalui kaedah-kaedah tertentu. Dalam kajian metodologi ini juga terdapat beberapa kaedah iaitu kaedah kuantitatif, kaedah kualitatif dan kaedah campuran. Jadi, dalam kajian ini haruslah memilih salah satu antaranya untuk membuat kajian tentang masalah yang dikaji. Ketiga-tiga kaedah ini menerangkan dan mempunyai cara menyelesaikan masalah yang dikaji dengan pelbagai teknik yang berbeza.

3.2 Jenis Kaedah Metodologi

3.2.1 Kaedah Kualitatif

Penyelidikan kualitatif adalah proses mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data bukan berangka, seperti bahasa. Penyelidikan kualitatif dapat digunakan untuk memahami bagaimana seseorang individu memandang secara objektif dan memberi makna kepada realiti sosial mereka. Data kualitatif didefinisikan sebagai data bukan berangka, seperti teks, video, gambar atau rakaman audio. Jenis data ini dapat dikumpulkan menggunakan akaun buku harian atau wawancara mendalam, dan dianalisis menggunakan teori berlandaskan atau analisis tematik. Selain itu, penyelidikan kualitatif adalah fokus dalam *multimethod*, yang melibatkan pendekatan interpretatif, dan *naturalistic* terhadap subjeknya. Hal ini bermaksud bahawa penyelidik kualitatif mengkaji sesuatu dalam keadaan semula jadi, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena dari segi makna yang dibawa oleh orang kepadanya. Penyelidikan kualitatif

biasanya digunakan dalam bidang kemanusiaan dan sains sosial, dalam mata pelajaran seperti antropologi, sosiologi, pendidikan, sains kesihatan, sejarah, dan lain-lain. Penyelidikan ini dilakukan terhadap suatu kesatuan sistem, samada yang berbentuk program mahupun kejadian yang terikat oleh tempat, waktu atau ikatan tertentu. Kajian kes dilaksanakan untuk menghimpun data, memperoleh makna dan pemahaman daripada suatu kes.

Proses pengumpulan data berdasarkan mengenalpasti individu, mendapatkan akses dan membina rekod, persampelan bertujuan, mengumpul data, merekod maklumat, menyelesaikan isu-isu lapangan dan menyimpan data. Instrumen kaedah kualitatif ini juga diperolehi maklumat daripada kaedah pemerhatian, temu bual dan soal selidik. Malah, terdapat juga info-info atau sumber daripada dokumentasi. Sebagai contohnya, rakaman foto, video, memo, surat akuan sebagai maklumat kepada temubual dan pemerhatian, buku, jurnal dan sebagainya. Kaedah ini merupakan keseluruhan kesahan bagi setiap keputusan dan hasil dapatan dengan digambarkan secara lisan dalam konteks yang turut menjadikan penyelidik sebagai instrumen dalam penyelidikan. Kaedah ini kerap digunakan dalam sains sosial. Sampel kajian biasanya berskala kecil dan sedikit.

3.2.2 Kaedah Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif sering berkaitan mencari bukti sama ada menyokong atau bertentangan dengan idea atau hipotesis yang mungkin pengkaji ada. Merujuk kepada istilah 'kuantiti' yang membawa maksud banyak data bilangan yang boleh diukur, dikira

dan merujuk kepada bilangan yang diskrit serta dinyatakan dengan jelas dan konkrit. Selain itu, kuantitatif digunakan untuk mengukur masalah dengan cara menghasilkan angka data atau data yang dapat diubah menjadi statistik yang boleh digunakan. Ia digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, tingkah laku, dan pemboleh ubah yang ditentukan dan umumkan hasil dari populasi sampel yang lebih besar. Penyelidikan Kuantitatif menggunakan data yang dapat diukur untuk dirumuskan fakta dan membongkar corak dalam penyelidikan. Kaedah pengumpulan data kuantitatif banyak lebih tersusun daripada kaedah pengumpulan data Kualitatif. Pengumpulan data kuantitatif merangkumi pelbagai kaedah iaitu bentuk tinjauan - tinjauan dalam talian, tinjauan kertas, mudah alih tinjauan dan tinjauan kios, temu ramah tatap muka, wawancara telefon, membujur kajian, pemintas laman web, dan pemerhatian yang sistematik (Wyse S., 2011). Selain itu, penyelidikan kuantitatif ini dikaitkan dengan pengukuran dan biasa dipersembahkan dalam bentuk numerika dan ketepatan. Ia adalah berdasarkan kaedah penyelidikan inkuiri positif iaitu penyelidikan dilakukan melalui kajian eksperimental dan data numerika yang diambil dianalisis dengan ujian statistik.

Penggunaan ujian statistik terhadap sesuatu kajian adalah sebagai usaha untuk menerangkan, menjelaskan atau mencari perhubungan antara pemboleh ubah dalam suatu penyelidikan. Melalui penyelidikan kuantitatif ini juga, masalah kajian dinyatakan dalam bentuk konsep hipotesis kepercayaan, kesahan, signifikan dan lebih bersifat eksperimental menggunakan kaedah tertentu. Penyelidikan kuantitatif ini melibatkan

pengiraan-pengiraan seperti min, median, mod, peratusan, sisihan piawai, skor-Z, skor-T, varian dan sebagainya. Pendekatan kuantitatif ini turut dikatakan lebih berstruktur kerana mempunyai darjah kekaburan yang minima, makna yang jelas, bercorak linear, mempunyai penjadualan yang jelas dan menumpukan kepada hasil. Dari segi skop kajian ianya boleh melibatkan responden yang besar.

3.2.3 Kaedah Campuran

Kajian rekabentuk campuran merupakan gabungan data kuantitatif dan kualitatif untuk lebih memahami dan menerangkan masalah kajian dengan sepenuhnya berbanding menggunakan kualitatif dan kuantitatif secara sendiri. Di samping untuk memantapkan sokongan terhadap sebarang isu, hujah atau dapatan yang diperoleh daripada pelbagai perspektif. Terdapat beberapa sebab membawa kepada seseorang pengkaji menjalankan kaedah campuran. Antaranya ialah dari segi kesahan, keseimbangan, melengkap, proses, soalan berbeza, penerangan, keputusan di luar jangkaan, pembangunan instrumen, sampel, kredibiliti, konteks, ilustrasi, utiliti dan mengesahkan.

Pengkaji memilih kaedah kajian berbentuk kuantitatif. Analisis berkaitan kuantitatif ini adalah tinjauan melalui *Google forms*. Maklumat yang diperolehi adalah berkaitan kefahaman dan tahap kesedaran responden sendiri apabila diajukan soalan berkaitan menggunakan bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang disiap pakai (Ready-to-Wear). Pendekatan ini dibuat kerana setiap dari responden mempunyai pandangan dan tahap kesedaran yang berbeza. Ada juga dikalangan responden yang tidak mengenali tentang kepentingan dan teknik pengguna bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang disiap pakai. Oleh itu, mengedarkan borang kaji selidik atas talian adalah pendekatan yang tepat untuk perolehi maklumat.

Selain itu, pendekatan kuantitatif membolehkan pengkaji mencapai ukuran sampel yang lebih tinggi. Apabila pengkaji mempunyai kemampuan untuk mengkaji ukuran sampel yang lebih besar untuk sebarang hipotesis, maka lebih mudah untuk mencapai kesimpulan. Data boleh menjadi sangat konsisten, tepat dan boleh dipercayai.

3.3 Kajian Instrumen

Instrumen kajian yang pengkaji akan jalankan ialah terdiri daripada satu set soal selidik yang terbahagi kepada empat bahagian. Antaranya merupakan bahagian A (6 item) yang berkaitan dengan demografi responden-responden. Bahagian ini terdiri daripada peringkat umur, pekerjaan, bangsa, tahap pendidikan, pendapatan dan status.

BAHAGIAN A

Umur :

18 tahun – 22 tahun	
23 tahun – 28 tahun	
29 tahun – 36 tahun	

Kaum :

Melayu	
India	
Melayu	
Lain-lain	

Perkerjaan :

Berkerja	
Tidak bekerja	
Pelajar	

Tahap Pendapatan (RM)

1000 - 1900	
2000 - 2900	
3000 - 3900	
4000 - 4900	
5000 ke atas	

Tahap Pendidikan :

SPM	
Diploma	
Ijazah	
Master	
PhD	

Status :

Bujang	
Berkahwin	
Janda	



BAHAGIAN B

Bil	Soalan	Ya	Tidak
1	Adakah anda mengetahui tentang mengitar semula dalam industri fashion?		
2	Adakah anda mengetahui tentang pakaian kitar semula ?		
3	Adakah anda mengamalkan kitar semula dalam pakaian anda?		
4	Adakah anda akan memakai pakaian yang dikitar semula?		
5	Adakah anda pernah memakai pakaian yang dibuat daripada bahan kitar semula?		
6	Adakah anda suka dengan pakaian kitar semula?		
7	Adakah anda pernah memberi pakaian lama anda kepada tempat kitar semula untuk mengitar semula?		
8	Adakah anda akan memakai pakaian kitar semula sekiranya ia dapat melestarikan alam sekitar kita?		

BAHAGIAN C

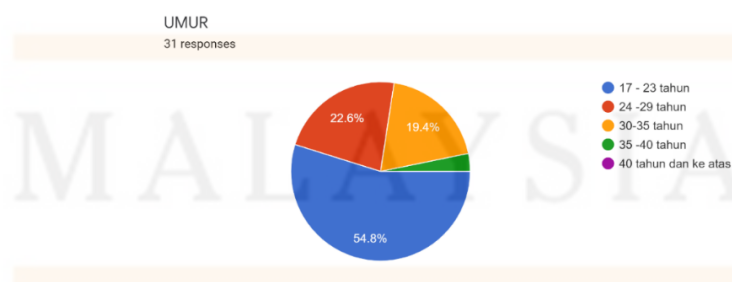
Bil	Soalan	Ya	Tidak
1	Adakah anda mengetahui tentang teknik <i>Upcycled</i> dalam proses kitar semula?		
2	Adakah anda pernah memakai pakaian yang dihasilkan melalui teknik <i>Upcycled</i> ?		
3	Adakah anda pernah membuat pakaian anda seperti dibawah? 		
4	Adakah anda akan suka memakai seperti gambar diatas?		
5	Adakah anda berasa, teknik ini dapat mengurangkan pencemaran alam sekitar yang disebabkan oleh industri tekstil dan fesyen?		
6	Adakah anda akan membeli, sekiranya jenama fesyen yang anda suka menjual pakaian <i>Upcycled</i> ?		
7	Adakah anda akan menggunakan pakaian <i>Upcycled</i> yang dibuat daripada pakaian yang terlalu lama tetapi masih dalam keadaan baik?		
8	Adakah anda berasa teknik <i>Upcycled</i> ini satu teknik yang mudah dan kreatif ?		
9	Adakah anda berasa teknik <i>Upcycled</i> ini boleh dibuat oleh semua orang ?		

Manakala bagi bahagian B,C, dan D pula, terdapat beberapa soalan objektif yang perlu ditandakan (/) di ruangan kosong. Pengkaji akan senaraikan beberapa buah soalan yang juga berkaitan tajuk kajian ini untuk dijawab oleh responden - responden. Soalan-soalan yang akan diberikan itu dalam bentuk atau teknik skala linkert

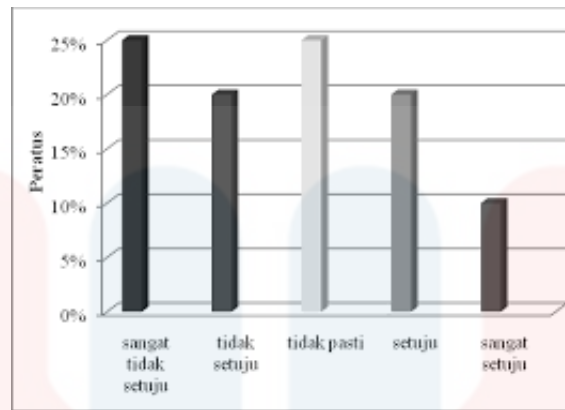
Akhiranya di bahagian D responden harus memilih serta menandakan tiga rekaan fesyen pakaian yang disiap pakai (Ready-to-Wear) terbaik dan sesuai yang dihasilkan daripada bahan kitar semula untuk direka kepada wanita.

3.4 Data Analisis

Data dianalisis menggunakan kaedah diskriptif dalam bentuk bilangan dan peratusan. Analisis akan dilakukan apabila data primer iaitu soal selidik yang telah diedarkan kepada responden wanita dan datanya telah diperoleh. Data yang diperoleh akan ditukarkan dalam bentuk angka dan peratus yang akan dipersembahkan dalam bentuk chart, graf dan jadual. Sebagai contoh seperti gambar di bawah.



Rajah 3.1 : Contoh menganalisis data pertama



Rajah 3.2: Contoh menganalisis data kedua

3.5 Target Kajian

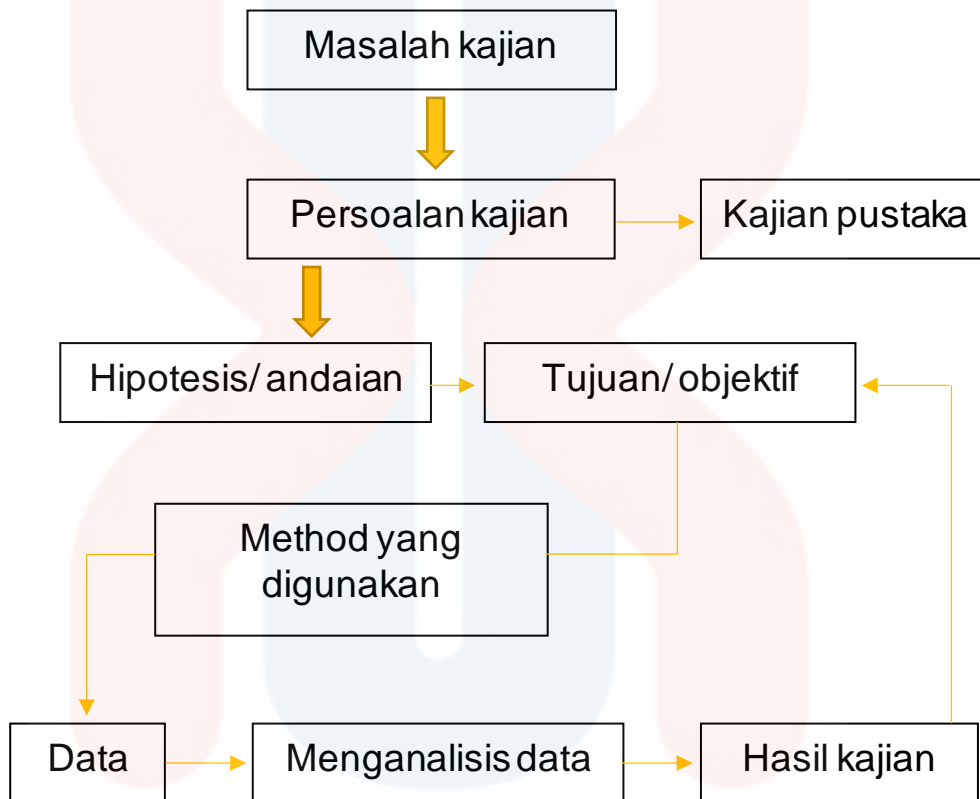
Sampel kajian ini diambil dengan bilangan responden wanita yang masing-masing terdiri daripada lingkungan umur dari 18 sehingga 36 tahun. Bilangan responden ingin mencapai target lebih kurang dalam 25 hingga 50 orang responden untuk memperoleh data. Target responden ini adalah untuk para wanita di Malaysia namun, pengkaji menitikberatkan golongan wanita yang pelbagai kaum menjadi responden. Pengkaji memilih golongan wanita, hal ini kerana pengkaji menjalankan penyelidikan tentang pakaian wanita yang disiap pakai (Ready-to-Wear).

Pengkaji mengedarkan soal selidik kepada golongan muda atau generasi Y iaitu golongan yang terdiri daripada 18 tahun hingga 36 tahun. Pengkaji memilih golongan ini kerana .Hal ini kerana generasi ini membelanjakan \$ 600 bilion setiap tahun, yang merupakan 28% daripada semua perbelanjaan harian setiap orang. Itulah sebabnya banyak jenama berusaha mendapatkan perhatian dan perlindungan daripada generasi ini. Selain itu, generasi *millennials* ini sangat bergaya dengan barang terpakai yang semakin

populer. Kedai berjimat cermat yang dalam talian dan luar talian, telah berkembang pada kadar 20 kali lebih pantas daripada peruncit tradisional dengan industri penjualan semula pakaian sahaja memperoleh keuntungan tahunan lebih \$ 18 bilion.

Pengkaji memilih semua kaum iaitu Melayu, India, China dan pelbagai kaum di malaysia. Hal ini kerana, tema utama bagi kajian penyelidikan ini adalah menggunakan bahan kitar semula dalam pakaian wanita yang disiap pakai. Pada masa kini, pakaian disiap pakai (ready-to-wear) dipakai oleh semua kaum dengan mengikut peraturan memakai pakaian mengikut setiap kaum masing-masing. Oleh itu, pengkaji ingin memfokuskan golongan wanita tanpa mengira kaum.

PROSES KAJIAN



Carta 4.1: Proses kajian

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BAB 4

ANALISIS DAN HASIL

4.1 Pengenalan

Dalam kajian penyelidikan ini, pengkaji telah menggunakan kaedah campuran, iaitu strategi eksplorasi kualitatif dan kuantitatif. Melalui strategi pemeriksaan ini pengkaji dapat membezakan maklumat melalui beberapa kaedah utama, misalnya tinjauan dan persepsi, pemerhatian dan beberapa maklumat dari teks dan fotografi.

4.2 Penemuan Penyelidikan

4.2.1 Soal selidik

Dalam konteks ini, aspek keputusan ini bergantung pada hasil kaedah kajian yang digunakan iaitu tinjauan atas talian melalui perisian *google forms* untuk mengenal pasti tahap kesedaran masyarakat berkenaan isu-isu berkenaan kepentingan kitar semula tekstil dan pakaian. Selain itu, daripada kajian ini, pengkaji dapat menghasilkan cadangan rekaan *ready-to-wear* yang bergaya dengan menggunakan pakaian dan tekstil yang lama dan telah dibuang. Berdasarkan pada keputusan tersebut, merangkumi maklumat bahagian data demografi responden pada bahagian A serta objektif pertama pada bahagian B, objektif kedua pada bahagian C dan objektif ketiga dalam bahagian D yang telah diberi maklum balas oleh responden iaitu seramai 54 orang.

Kaedah Soal Selidik

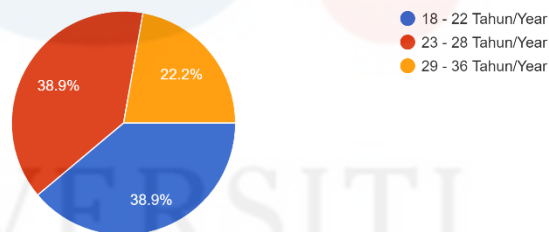
Bilangan Sampel	: 54 Responden
Tempoh Penyelidikan	: 2 Minggu
Bilangan Soalan	:
Istilah yang Digunakan Untuk Responden	: Google Form

4.2.2 Bahagian A: Analisis Latar Belakang Responden

Berikut merupakan jadual yang menunjukkan keputusan secara keseluruhan berkenaan latar belakang responden, serta analisis berkaitan peratusan bagi setiap kategori

Analisis Umur Responden

UMUR / AGE
54 responses



Rajah 4.1: Umur Responden

Berdasarkan rajah 1, seramai 54 orang jumlah responden. Bilangan yang tertinggi adalah umur 18 hingga 22 tahun seramai 21 orang *responden* iaitu 38.9% daripada jumlah responden. Bilangan kedua tertinggi adalah umur 23 hingga 28 seramai 21 orang responden iaitu 38.9% daripada jumlah responden. Akhirnya umur 29 hingga 36 seramai 12 orang responden iaitu 22.2% daripada jumlah responden.

Analisis Perkerjaan Responden

PERKERJAAN / OCCUPATION
54 responses

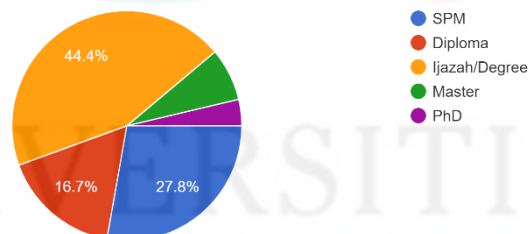


Rajah 4.2 : Pekerjaan Responden

Berdasarkan rajah 2, bilangan yang tertinggi adalah pelajar seramai 27 orang responden iaitu 50% daripada jumlah responden. Bilangan kedua yang tertinggi adalah berkerja seramai 22 orang responden iaitu 40.7% daripada jumlah responden. Akhirnya responden yang tidak berkerja seramai 5 orang iaitu 9.3% daripada jumlah responden.

Analisis Tahap Pendidikan Responden

Tahap pendidikan/ Level of education
54 responses

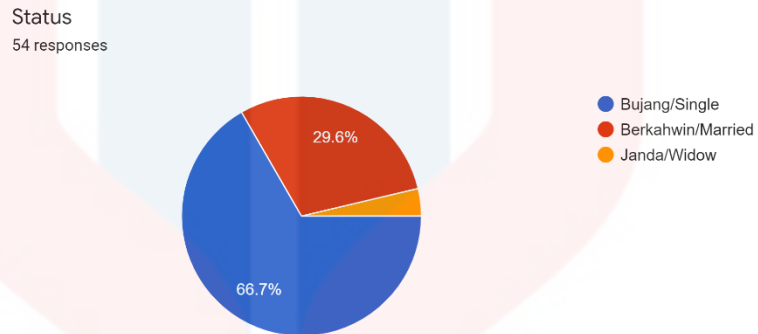


Rajah 4.3: Tahap Pendidikan Responden

Berdasarkan rajah 3, bilangan yang tertinggi adalah tahap Ijazah/Degree seramai 24 orang responden iaitu 44.4% daripada jumlah responden. Bilangan kedua yang tertinggi adalah tahap SPM seramai 15 orang responden iaitu 27.8% daripada jumlah responden. Bilangan ketiga yang tertinggi adalah tahap diploma seramai 9 orang responden iaitu 16.7% daripada jumlah responden. Tahap Master adalah seramai 4 orang

responden iaitu 7.4% daripada jumlah responden. Tahap PhD seramai 2 orang iaitu 3.7% daripada jumlah responden.

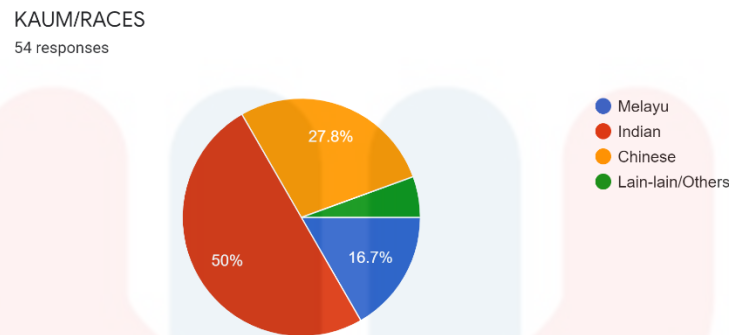
Analisis Status Responden



Rajah 4.4: Status Responden

Berdasarkan rajah 4, bilangan yang tertinggi adalah bujang seramai 36 orang responden iaitu 66.7% daripada jumlah responden. Bilangan kedua yang tertinggi adalah berkerja seramai 16 orang responden iaitu 29.6% daripada jumlah responden. Bilangan bagi status janda adalah seramai 2 orang responden iaitu 3.7 % daripada jumlah responden.

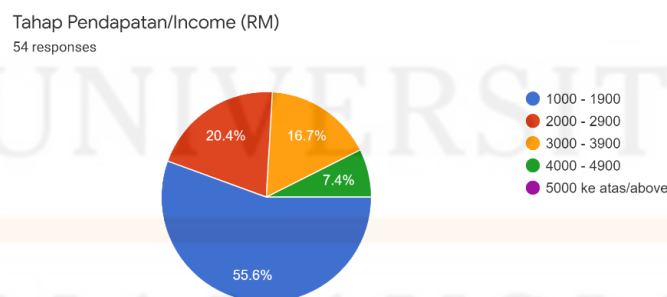
Analisis Kaum Responden



Rajah 4.5: Kaum Responden

Berdasarkan rajah 5, bilangan yang tertinggi adalah kaum indian seramai 27 orang responden iaitu 50% daripada jumlah responden. Bilangan kedua yang tertinggi adalah kaum chinese seramai 15 orang responden iaitu 27.8% daripada jumlah responden. Kaum melayu seramai 9 orang responden iaitu 16.7% daripada jumlah responden. Akhirnya bilangan bagi kaum lain-lain adalah seramai 3 orang responden iaitu 5.7% daripada jumlah responden.

Analisis Pendapatan Responden



Rajah 4.6: Pendapatan Responden

Berdasarkan rajah 6, bilangan yang tertinggi adalah anggaran pendapatan RM1000 hingga RM1900 seramai 30 orang responden iaitu 55.6% daripada jumlah responden. Bilangan kedua yang tertinggi adalah anggaran pendapatan RM2000 hingga RM 2900 seramai 11 orang responden iaitu 20.4% daripada jumlah responden.

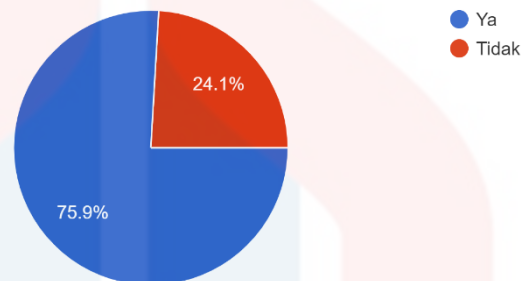
Seterusnya anggaran pendapatan RM 3000 hingga RM3900 seramai 9 orang responden iaitu 16.7% daripada jumlah responden. Anggaran pendapatan RM4000 hingga RM4900 adalah seramai 4 orang responden iaitu 7.4% daripada jumlah responden. Akhirnya pendapatan RM 5000 keatas adalah tidak responden.

4.2.3 Analisis Data bagi Bahagian B

Soalan 1: Adakah anda mengetahui tentang mengitar semula dalam industri fashion?/

Do you know about recycle in fashion industry?

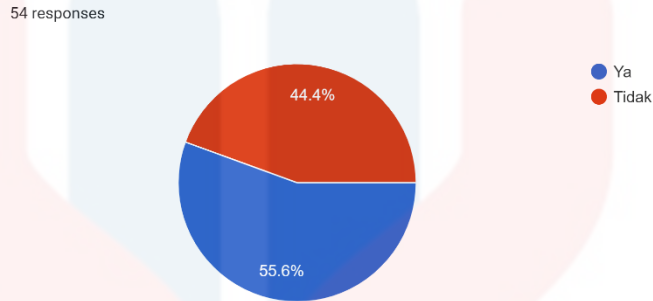
54 responses



Rajah 4.7

Berdasarkan carta pai diatas ini, 41 orang iaitu 75.9% responden menjawab 'Ya' bahawa mereka ada mengetahui tentang mengitar semula dalam industri fesyen manakala 13 iaitu 24.1% orang responden menjawab 'Tidak', ia bermaksud bahawa mereka tidak mengetahui tentang perkara ini. Keseluruhannya sebahagian daripada responden mengetahui mengenai proses kitar semula dalam industri fesyen.

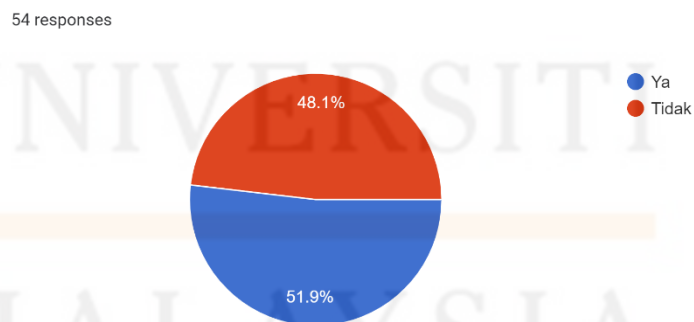
Soalan 2 : Adakah anda mengetahui tentang pakaian kitar semula ?/ Do you know about recycled clothes?



Rajah 4.8

Berdasarkan carta pai diatas ini, 28 iaitu 51.9% orang responden menjawab ya bahawa mereka ada mengetahui pakaian kitar semula manakala 26 iaitu 48.1% orang responden menjawab tidak, ia bermaksud bahawa mereka tidak mengetahui tentang perkara ini.

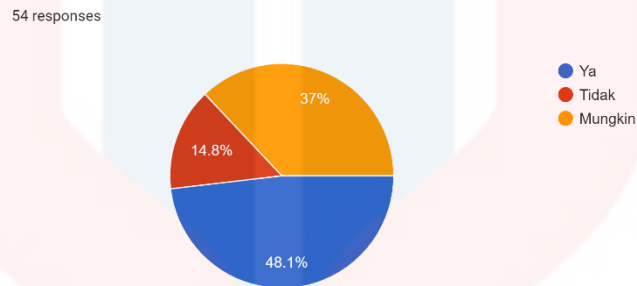
Solan 3: Adakah anda mengamalkan kitar semula dalam pakaiananda? Did you apply recycle in your outfits?



Rajah 4.9:

Berdasarkan carta pai diatas ini, 30 iaitu 55.6% orang responden menjawab ya bahawa mereka ada mengamalkan kitar semula dalam pakaian mereka manakala 24 iaitu 44.4% orang responden menjawab tidak , ia bermaksud bahawa mereka tidak mengamalkan kitar semula.

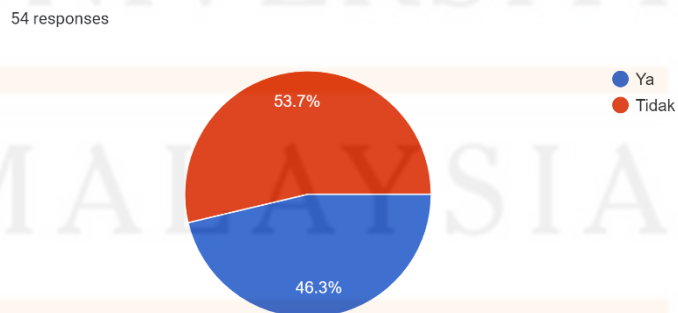
Soalan 4: Adakah anda akan memakai pakaian yang dikitar semula?/ Did you wear recycled clothes?



Rajah 4.10

Berdasarkan carta pai diatas ini, 26 iaitu 48.1% orang responden majoriti dari kumpulan berpendapat bahawa mereka akan memakai pakaian kitar semula manakala 8 iaitu 14.8% orang responden berpendapat bahawa mereka tidak akan memakai pakaian kitar semula. Sementara 20 iaitu 37% disahkan mereka mungkin akan memakai pakaian tersebut.

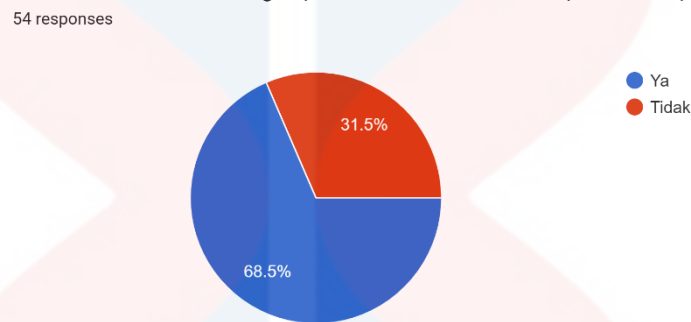
Soalan 5: Adakah anda pernah memakai pakaian yang dibuat daripada bahan kitar semula?/ Have you ever worn a outfit that was made from recycled materials?



Rajah 4.11

Berdasarkan carta pai diatas ini, 25 iaitu 46.3% orang responden berpendapat bahawa mereka pernah memakai pakaian kitar semula manakala 29 iaitu 53.7% orang responden disahkan bahawa mereka tidak pernah memakai pakaian kitar semula.

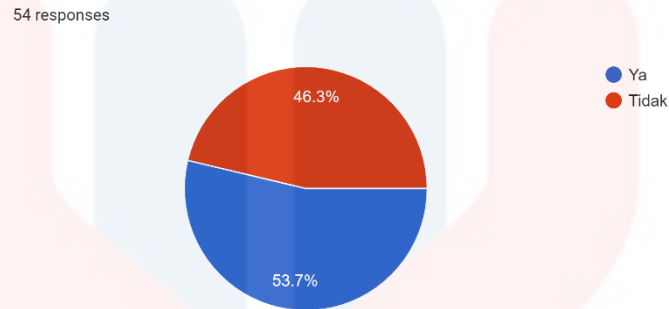
Soalan 6: Adakah anda suka dengan pakaian kitar semula?/ Do you like recycled clothes?



Rajah 4.12

Berdasarkan carta pai diatas ini, 37 iaitu 68.5% orang responden dari kumpulan majoriti berpendapat bahawa mereka suka pakaian kitar semula manakala 17 iaitu 31.5% orang responden berpendapat bahawa mereka tidak suka pakaian kitar semula. Secara keseluruhan ramai orang suka memakai pakaian kitar semula.

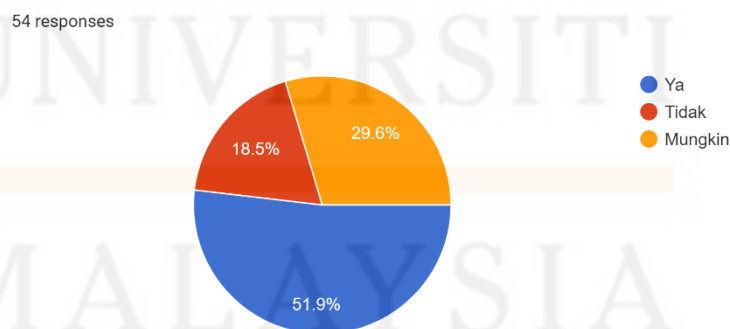
Soalan 7: Adakah anda pernah memberi pakaian lama anda kepada tempat kitar semula untuk mengitar semula?/ Have you ever given your old clothes to recycling place to recycle?



Rajah 4.13

Berdasarkan carta pai diatas ini, 29 iaitu 53.7% orang responden berpendapat bahawa mereka pernah memberi pakaian lama mereka ke tempat kitar semula manakala 25 iaitu 46.3 % orang responden disahkan tidak.

Soalan 8: Adakah anda akan memakai pakaian kitar semulasekirannya ia dapat melestarikan alam sekitar kita?/ Are you going to wear recycled clothes if it can preserve our environment?



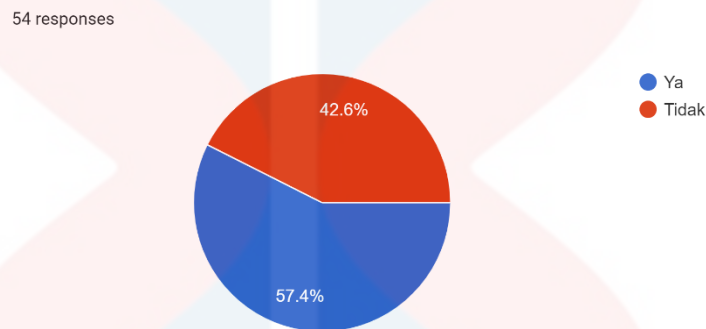
Rajah 4.14

Berdasarkan carta pai diatas ini, 28 iaitu 51.9% orang responden menjawab ya bahawa mereka akan memakai pakaian kitar semula sekiranya ia dapat melestarikan

alam sekitar kita manakala 10 iaitu 18.5 % orang responden disahkan tidak. Sementara 16 iaitu 29.6% orang responden berpendapat bahawa mereka mungkin akan memakai.

4.2.4 Bahagian C

4.3.1 Soalan 1: Adakah anda mengetahui tentang teknik Upcycled dalam proses kitar semula? Do you know about Upcycled techniques in the process recycle?

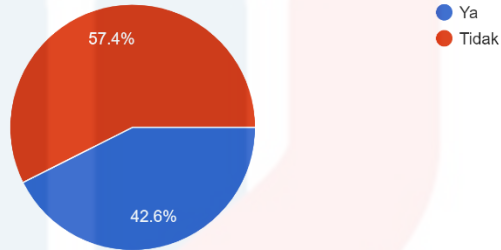


Rajah 4.15

Berdasarkan carta pai diatas ini, 31 iaitu 57.4% orang responden berpendapat bahawa mereka mengetahui tentang teknik *Upcycled* dalam proses kitar semula manakala 23 iaitu 42.6% orang responden disahkan tidak.

Soalan 2: Adakah anda pernah memakai pakaian yang dihasilkan melalui teknik Upcycled? / Have you ever worn clothes produced through Upcycled technique?

54 responses

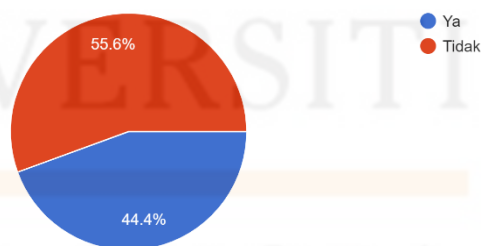


Rajah 4.16

Berdasarkan carta pai diatas ini, 30 iaitu 55.6% orang responden, majoriti dari jumlah orang menjawab tidak bahawa mereka tidak pernah memakai pakaian yang dihasilkan melalui teknik *Upcycled* manakala 24 iaitu 44.4% orang responden disahkan bahawa mereka pernah memakai pakaian tersebut.

Soalan 3: Adakah anda pernah membuat atau memakai pakaian seperti dibawah? / Did you ever made or worn clothes like the picture below?

54 responses

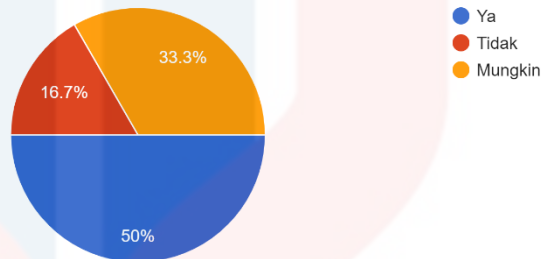


Rajah 4.17

Berdasarkan carta pai diatas ini, 31 iaitu 57.4% orang responden, majoriti dari jumlah orang menjawab tidak bahawa mereka tidak pernah buat pakaian upcycle manakala 23 iaitu 42.6% orang responden disahkan bahawa mereka pernah membuat pakaian upcycle.

Soalan 4: Adakah anda akan suka memakai seperti gambar diatas? / Would you like to wear something like the picture above?

54 responses

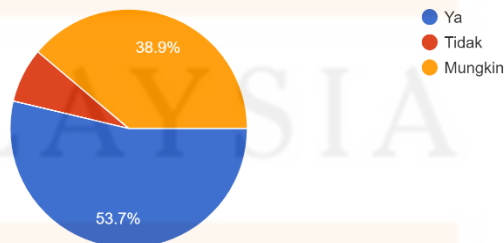


Rajah 4.18

Berdasarkan carta pai diatas ini, 29 iaitu 53.7% orang responden menjawab ya bahawa mereka akan memakai *upcycle* manakala 4 iaitu 7.4 % orang responden disahkan tidak. Sementara 21 iaitu 38.9% orang responden berpendapat bahawa mereka mungkin akan memakai.

Soalan 5: Adakah anda berasa, teknik ini dapat mengurangkan pencemaranalam sekitar yang disebabkan oleh industri tekstil dan fesyen?/ Do you feel, this technique can reduce environment pollution caused by the textile and fashion industries?

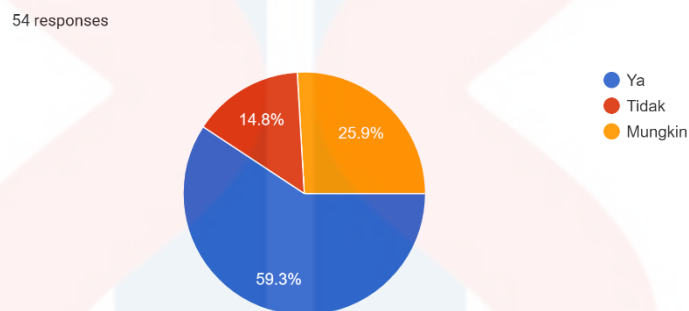
54 responses



Rajah 4.19

Berdasarkan carta pai diatas ini, 27 iaitu 50% orang responden menjawab ya bahawa mereka berasa teknik upcycle dapat mengurangkan pencemaran alam sekitar manakala 9 iaitu 16.4% orang responden disahkan tidak. Sementara 18 iaitu 33.3% orang responden berasa mungkin bahawa kaedah upcycle dapat mengurangkan pencemaran.

Soalan 6: Adakah anda akan membeli, sekiranya jenama fesyen yang anda suka menjual pakaian Upcycled ?/ Will you do buy, if the fashion brand that you like are selling Upcycled clothes?

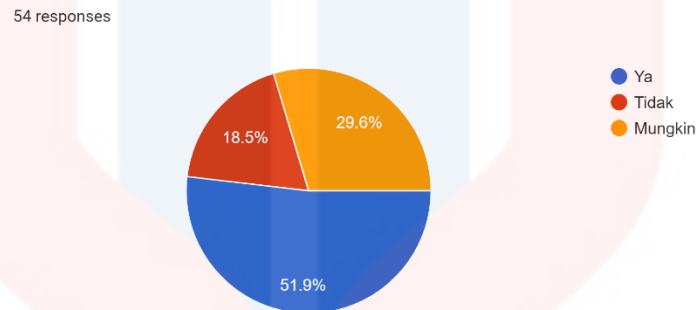


Rajah 4.20

Berdasarkan carta pai diatas ini, 32 iaitu 59.3% orang responden menjawab ya bahawa mereka akan membeli pakaian *upcycle* sekiranya jenama fesyen yang mereka suka menjual pakaian tersebut manakala 8 iaitu 14.8% orang responden disahkan tidak. Sementara 14 iaitu 25.9% orang responden menjawab bahawa mereka mungkin akan membeli pakaian tersebut.

MALAYSIA
KELANTAN

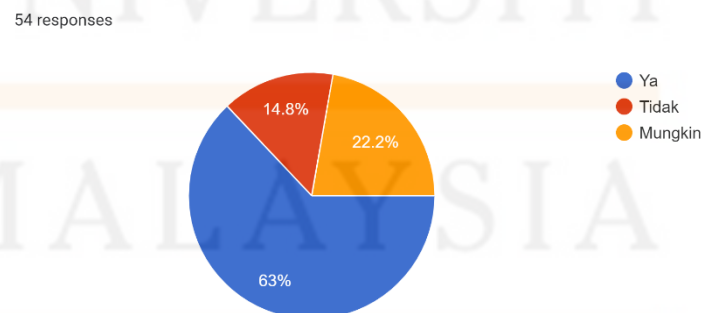
Soalan 7: Adakah anda akan menggunakan pakaian Upcycled yang dibuat daripada pakaian yang terlalu lama tetapi masih dalam keadaan baik? Did you to wear Upcycled clothes which made from material that are too old but still in good condition?



Rajah 4.21

Berdasarkan carta pai di atas ini, 28 iaitu 51.9% orang responden berpendapat bahawa mereka akan menggunakan pakaian *Upcycled* yang dibuat daripada pakaian yang terlalu lama tetapi masih dalam keadaan baik manakala 10 iaitu 18.5% orang responden disahkan tidak. Sementara 16 iaitu 29.6% orang responden menjawab bahawa mereka mungkin akan menggunakan pakaian tersebut.

Soalan 8: Adakah anda berasa teknik Upcycled ini satu teknik yang mudah dan kreatif ? Do you feel this Upcycled technique is a simple and creative?



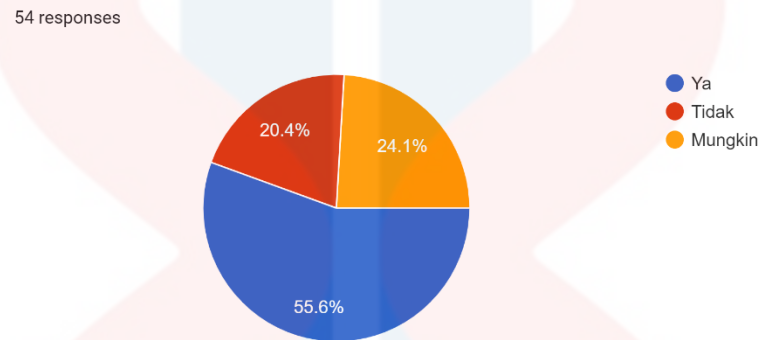
Rajah 4.22

Berdasarkan carta pai di atas ini, 34 iaitu 63% orang responden berpendapat bahawa mereka berasa teknik *Upcycled* ini satu teknik yang mudah dan kreatif manakala

8 iaitu 14.8% orang responden disahkan tidak. Sementara 12 iaitu 22.2% orang responden menjawab bahawa mereka berasa teknik ini mungkin mengurangkan pencemaran.

Soalan 9: Adakah anda berasa teknik Upcycled ini boleh dibuat oleh semua orang ? /

Do you feel this Upcycled technique can be made by everyone ?



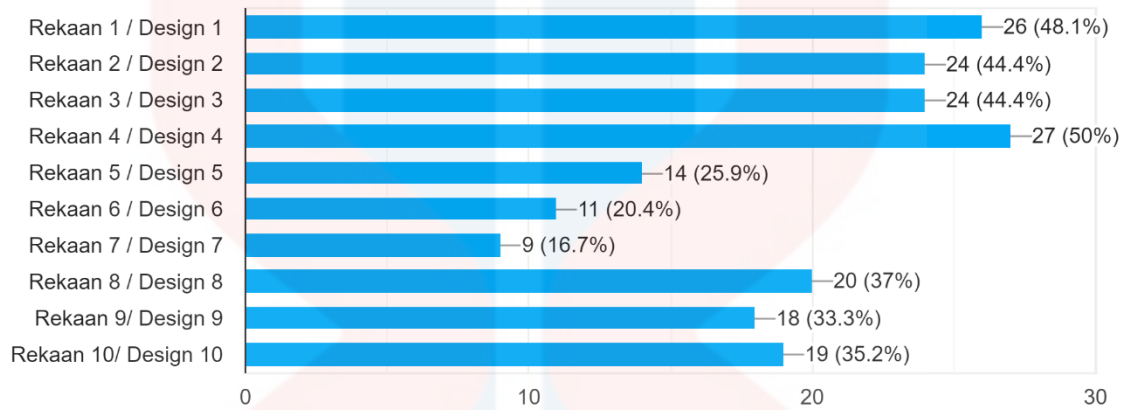
Rajah 4.23

Berdasarkan carta pai diatas ini, 30 iaitu 55.6% orang responden berpendapat bahawa mereka berasa teknik *Upcycled* ini boleh dibuat oleh semua orang manakala 11 iaitu 20.4% orang responden disahkan tidak. Sementara 13 iaitu 24.1% orang responden menjawab bahawa mereka berasa teknik ini mungkin dibuat oleh semua.

4.2.5 Bahagian D

Terdapat 10 rekaan, sila pilih 3 daripada itu./ There are 10 design, do choose the best

3.



Rajah 4.24 : Keputusan pilihan rekaan oleh responden

Berdasarkan graf 18 ini, rekaan yang paling dipilih adalah rekaan 4 sebanyak 50% daripada jumlah responden iaitu 27 orang responden. Rekaan kedua yang tertinggi adalah rekaan 1 sebanyak 48.1% daripada jumlah responden iaitu 26 orang responden. Seterusnya, rekaan ketiga yang dipilih oleh ramai orang responden adalah rekaan 8 sebanyak 37% daripada jumlah responden iaitu 20 orang responden. Disamping itu, seramai 24 orang responden iaitu 44.4% daripada jumlah responden memilih rekaan 1 dan rekaan 2. Selain itu, seramai 19 orang responden memilih rekaan 10 iaitu 35.2% daripada jumlah responden. Selain itu, seramai 18 orang responden memilih rekaan 9 33.3% daripada jumlah responden. Selain itu, seramai 14 orang responden memilih rekaan 5 iaitu 25.9% daripada jumlah responden. Seterusnya, seramai 11 orang responden iaitu 20.4% daripada jumlah responden memilih rekaan 6. Terdapat juga responden yang menjawab (tidak setuju) sebanyak 3.7% daripada jumlah responden iaitu 2 orang responden.

4.2.6 Rekaan Akhir



Rajah 4.25: Rekaan Akhiran pertama



Rajah 4.26 : Rekaan akiran kedua

4.3 Pemerhatian

Pemerhatian adalah salah satu strategi penyelidikan yang telah digunakan dalam kajian pemeriksaan ini. Penganalisis telah melihat trend fesyen upcycling yang paling popular dari trend dan paling bergaya. Pengkaji juga telah mendapat pelbagai maklumat melalui dalam talian dan sosial media.



Rajah 4.27: Contoh Pakaian Upcycled

Sumber : Elizabeth Djinis, 29 April 2021

Rajah di atas menunjukkan fesyen terkini yang menggunakan kaedah *Upcycle*. Kaedah ini terus berkembang dan merupakan salah satu perkara praktikal yang boleh dilakukan oleh individu dengan rekaan sendiri.



Rajah 4.28: Contoh Pakaian Upcycled

Gambar diatas yang sebelah kiri adalah skirt yang bernama ‘Multicoloured Volant skirt’ yang merupakan salah satu pakaian daripada koleksi Kendima, yang dibuat dari alas meja yang dikitar semula dengan dipilih dengan teliti oleh pengasas, Rianna Nektaria Kounou dan Nina Kuhn. Ia merupakan buatan tangan yang dibuat di Berlin.

4.4 Konsep Reka Bentuk

Upcycle merupakan satu teknik kreatif yang mengubah pakaian lama menjadi pakaian baru dengan mengubah reka bentuk pakaian. *Upcycle* ini lebih baik untuk bumi ini. Menjahit seluar ke seluar atau memasukkan lapisan baru ke dalam jaket daripada membuangnya akan mengurangkan jumlah pembuangan pakaian yang menyebabkan berlaku banyak tapak pelupusan sampah.

Konsep reka bentuk untuk ciptaan ini adalah untuk menghasilkan pakaian baru daripada pakaian lama dengan menggunakan reka bentuk sendiri dan dibuat sendiri. Selain itu, dapat memakai pakaian *upcycled* ini ke semua tempat seperti seperti pakaian baru. Contohnya tempat membeli-belah, berkelah, restoran dan sebagainya. *Upcycle* adalah dalam kategori *Do-It-Yourself*, yang ianya memerlukan tahap kemahiran sahaja. Kaedah *upcycle* pakaian ini adalah mudah dan jimat masa. Hal ini kerana dalam konsep *upcycled*, pengkaji tidak perlu keluar dan membeli semua bahan untuk memulakannya dan dalam teknik ini tidak perlu membuat pola pakaian yang baru dan tidak perlu mengukur size badan. Hal ini, pengkaji akan menggunakan pakaian sendiri. Oleh itu, kaedah ini boleh dibuat oleh semua orang. Keindahan pakaian *upcycle* adalah bahawa pengkaji boleh mengeluarkan pelbagai idea kreatif dan unik yang berbeza daripada pakaian biasa untuk menghasilkan pakaian baru. Hal ini kerana dalam konsep *upcycled* tidak ada definisi yang ketat jadi semua perkara boleh ditentukan oleh pengkaji sendiri seperti jenis fabrik, corak fabrik, warna dan sebagainya.

4.5 Kajian Warna dan Corak

4.5.1 Rekaan Pertama



Rajah 4.29: Jenis warna bagi rekaan pertama

Pengkaji memilih warna hitam, biru tua, peach muda. Bergabungan tiga warna ini akan menjadikan pakaian lebih menarik dan bergaya. Ia juga menjadi warna kombinasi yang baru dan unik. Warna hitam adalah warna gelap dan sebagai warna utama, warna biru menjadi warna teguran dan warna *peach* muda menjadi terang dalam rekaan ini.

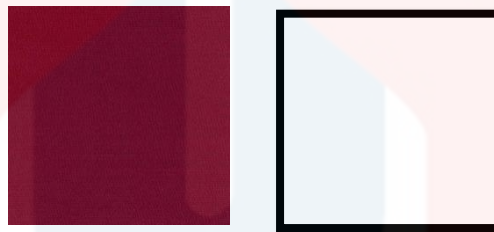
- Hitam : Warna hitam menjadikan pakaian kelihatan lebih menarik, dan warna ini juga menunjukan lebih *eleganc* dan *class*.
- Biru : Warna pakaian biru menunjukkan kesegaran, kedamaian dan kesetiaan. Wanita yang menyukai warna pakaian biru sering ingin menggambarkan suasana misteri bersama dengan daya tarikan dan rasa fesyen yang kuat.
- *Peach* muda : Warna *peach* secara langsung dikaitkan dengan ekspresi *modesty*, *earnestly* dan *innocence*.



Rajah 4.30: Jenis kain bagi rekaan pertama

Pengkaji menggunakan kain sarung yang dibuat dengan fabrik yang bercorak batik. Corak batik yang digunakan adalah bercorak alam semula jadi iaitu berbunga.

4.5.2 Rekaan Kedua



Rajah 4.31 : Jenis warna bagi rekaan kedua

Pengkaji memilih warna maroon dan putih. Kombinasi warna ini akan menjadikan pakaian lebih menarik dan bergaya. Ia juga menjadi warna kombinasi yang baru dan unik. Maroon menambah kehangatan dan keselesaan untuk putih.

- Maroon : Warna maroon dikaitkan dengan semangat dan keindahan, maroon adalah warna hangat yang membangkitkan kelonggaran dan kreativiti. Idea kekuatan dan keberanian yang berani juga sesuai dengan maroon.
- Putih : Warna putih melambangkan kesucian, kebersihan, keselamatan, penyelesaian, dan kekuatan. Dalam fesyen, ia popular kerana ringan dan berkecuali. Memakai pakaian warna putih adalah untuk merasa tenteram, sampaikan keperibadian yang optimistik dan seimbang.

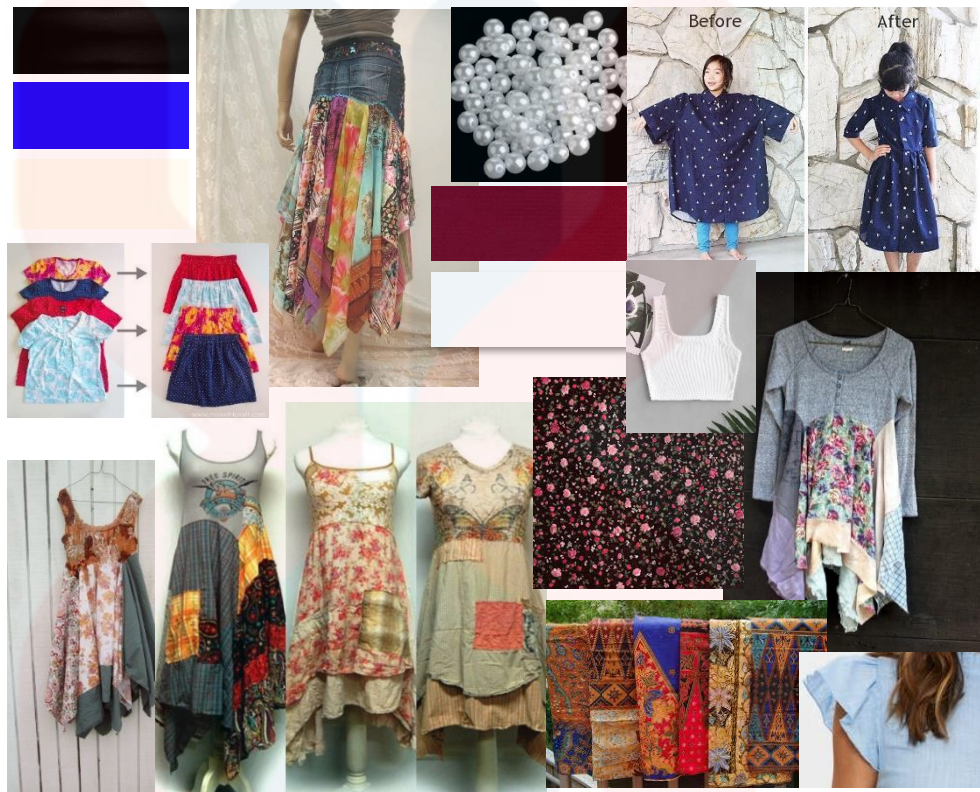


Rajah 4.32: Jenis kain bagi rekaan kedua

Pengkaji menggunakan pakaian yang dibuat dengan fabrik bercorak yang *printed*. Corak yang digunakan adalah corak berbunga-bunga.

4.6 Mood Boards

Papan mood dibuat untuk memastikan penerokaan dan konfigurasi berkaitan dengan penyelidikan. Terlebih lagi, struktur mempunyai tema dan bayangan yang dapat dikenal pasti dengan penyelidikan. Selain itu, ia juga mendorong penganalisis untuk meningkatkan pemikiran baru. Tambahan, papan mood membantu memastikan apa yang akan mereka lakukan. Kaedah penyusun papan ini harus digunakan dan perhiasan menumpukan perhatian dalam penerokaan ini. Papan mood ini perlu mengandungi gambar artikel, skema warna, subject matter, contoh lakaran, jenis fabrik, dan idea.



Rajah 4.33: Mood board

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

4.7 Pemilihan Bahan

Jenis bahan yang digunakan oleh pengkaji adalah pakaian lama dari *bundle*. Bagi rekaan pertama pengkaji menggunakan *t-shirt 'crop top'* yang jenis *ployester* dan kain sarung yang jenis kapas. Bagi rekaan kedua pengkaji menggunakan blouse, skirt dan *t-shirt 'crop top'* yang jenis *ployester*.



Rajah 4.34 : Contoh pakaian Crop Top



Rajah 4.35: Contoh Kain Sarung



Rajah 4.36: Pakaian baju dan skirt

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

4.8 Proses Membuat Reka Bentuk

Pada tahap ini, pengkaji membuat lakaran untuk menghasilkan produk akhiran yang dapat dibuat melalui kaedah upcycle. Peningkatan pemikiran berlaku semasa fasa ini di mana prosedurnya untuk mengumpulkan setiap data yang berkaitan untuk membuat pakaian mengikut keperluan. Setelah menemui beberapa penganalisis motivasi pengkaji telah mula menggariskan rancangannya. Dalam pameran ini 50 rekaan dicipta. Sepuluh rekaan terakhir dipilih untuk memasuk dalam tinjauan dan responden telah memilih tiga rekaan yang terbaik. Akhirnya dua rekaan yang mempunyai responden tertinggi dipilih untuk produk akhir.



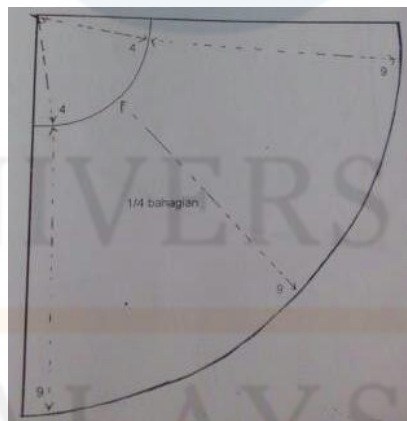
Rajah 4.37 : Lakaran bagi Idea Pengembangan untuk produk akhiran



Rajah 4.38: Rekaan Terakhir/ Final Product

4.9 Pola

Membuat pola pakaian adalah sangat menarik dan penting kerana dapat menafsirkan reka bentuk dan memahaminya dengan kemampuan teknikal. Terdapat pelbagai kaedah untuk membuat pola. Flat pattern dan drapping adalah kaedah yang biasa. Pengkaji membuat pola *peplum* untuk lengan dan pola *hanky* skirt.



Rajah 4.39: Pola pakaian

4.10 Langkah-Langkah Membuat Pakaian Upcycled Ini.

Rekaan 1

Bahagian Bawah/Skirt

1. Memotong kain sarung mengikut pola *Hanky* dengan dua jenis ukuran iaitu kecil, sederhana.



Rajah 4.40: Cara memotong pola hanky

2. Memotong kain kepada empat bahagian dengan ukuran sama, seperti gambar di bawah.



Rajah 4.41: Cara memotong kain

3. Pertamanya, menggabungkan dua pola hanky skirt itu.
4. Seterusnya, menggabungkan empat bahagian fabrik di setiap hujung bahagian hanky skirt tersebut, seperti gambar di bawah.



Rajah 4.42 : Gamabr Skirt

Bahagian Atas

1. Memotong pola peplum untuk lengan mengikut ukuran *arm hole* bagi t-shirt crop top yang sedia ada. Menjahit lengan ini pada t-shirt crop top tersebut, seperti gambar di bawah.



Rajah 4.43 : Gamabr Lengan

Rekaan 2

1. Memotong kain mengikut pola *Hanky* mengikut ukuran t-shirt crop top yang sedia ada, seperti di gambar bawah.



Rajah 4.44 : Gambar Pakaian bagi Bahagian Atas

2. Memotong pola peplum untuk lengan mengikut ukuran *arm hole* bagi t-shirt crop top yang sedia ada. Menjahit lengan ini pada t-shirt crop top tersebut, seperti gambar di bawah.



Rajah 4.45 : Gambar Lengan

4.11 Hasil Penyelidikan

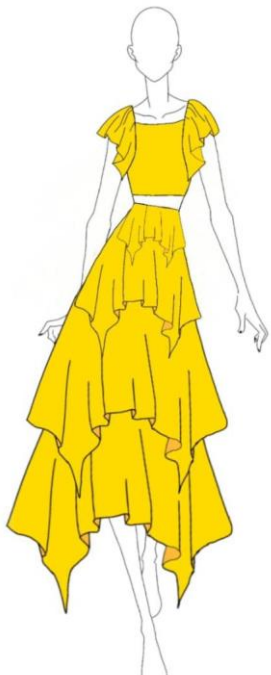
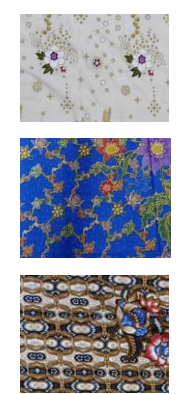
Upcycle adalah penyelesaian reka bentuk kreatif untuk krisis alam sekitar, ini juga satu-satunya kaedah yang paling berkesan untuk mengurangkan jumlah pembuangan pakaian yang menyebabkan berlakunya pencemaran alam sekitar. Apa yang dilakukan oleh *upcycle* adalah memberi daya imaginasi, pemikiran kritis, kecenderungan komikal, dan pemahaman tentang keberkesanan minda. Melalui tinjauan, penkaji mendapati kebanyakan orang mengetahui tentang upcycle tapi tidak ramai mengamalkan kaedah upcycle ini dalam kehidupan. Hal ini kerana mereka berasa teknik upcycled ini sukar untuk melakukannya. Tetapi kebanyakan responden berasa teknik upcycle ini satu teknik yang mudah dan kreatif. Kesimpulan masyarakat kurang peka terhadap kaedah upcycle ini. Oleh itu, penkaji membuat rekaan pakaian yang mudah untuk dihasilkan oleh semua orang dengan menggunakan pakaian yang sedia ada tanpa perlu membeli fabrik atau bahan yang lain untuk menghasilkan pakaian baru. Penkaji juga menghasilkan rekaan pakaian yang membolehkan pelanggan memakai pakaian tersebut ke semua tempat.

COSTING SHEET

FACULTY OF TECHNOLOGY CREATIVE AND HERITAGE
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

DATE : Jeevanya Manimaran
DESCRIPTION : Final Year Project
SIZE : M

STYLE NO : 1
SEASON : SUMMER
SELLING PRICE : RM 106.20



1. MATERIALS	QUANTITY	PRICE	AMOUNT	SKETCH FRONT/BACK
T-shirt (crop top) Kain Sarung	1 3	RM 3.00 RM 10	RM 3.00 RM 30.00	
2. TRIMMING	QUANTITY	PRICE	AMOUNT	
Thread Band	3	RM 1.00 RM 3.00	RM 3.00 RM 3.00	
3. PRODUCTION COST	HOURS	RM/HOURS	AMOUNT	
Cutting Sewing	1 hours 2 hours	RM 10.00 RM 5.00	RM 10.00 RM 10.00	
4. EMBROIDERY/ DETAIL	QUANTITY	PRICE	AMOUNT	
-	-	-	-	SWATCHES 
5. TOTAL AMOUNT (1+2+3+4)			RM 59.00	
6. TOTAL AMOUNT + MARK UP (MIN 30%)			RM 76.70	
7. DESIGN FEES (MIN 50% OF 5)			RM 29.50	
8. TOTAL (6+7)			RM 106.2	

COSTING SHEET

FACULTY OF TECHNOLOGY CREATIVE AND HERITAGE
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

DATE : Jeevanya Manimaran
DESCRIPTION : Final Year Project
SIZE : M

STYLE NO : 2
SEASON : SUMMER
SELLING PRICE : RM 86.40

1. MATERIALS	QUANTITY	PRICE	AMOUNT	SKETCH FRONT/BACK
T-shirt (crop top)	1	RM 3.00	RM 3.00	
Skirt	1	RM 5.00	RM 5.00	
Blouse	1	RM 3.00	RM 3.00	
Jeans	1	RM 15.00	RM 15.00	
2. TRIMMING	QUANTITY	PRICE	AMOUNT	
Thread	2	RM 1.00	RM 2.00	
3. PRODUCTION COST	HOURS	RM/HOURS	AMOUNT	
Cutting	1 hours	RM 10.00	RM 10.00	
Sewing	2 hours	RM 5.00	RM 10.00	
4. EMBROIDERY/ DETAIL	QUANTITY	PRICE	AMOUNT	
-	-	-	-	
5. TOTAL AMOUNT (1+2+3+4)			RM 48.00	SWATCHES 
6. TOTAL AMOUNT + MARK UP (MIN 30%)			RM 62.40	
7. DESIGN FEES (MIN 50% OF 5)			RM 24.00	
8. TOTAL (6+7)			RM 86.40	

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Pengenalan

Bahagian ini adalah bahagian terakhir bagi kajian penyelidikan ini. Semua hasil kajian dibincangkan dalam bahagian ini sama ada ia menjawab objektif atau tidak. Cadangan adalah juga dibincangkan dalam bahagian ini untuk sebagai cara untuk menambah maklumat dan dan idea bagi tajuk kajian tertentu. Menjelang akhir bahagian ini, analisis ditutup secara umum. Dalam bahagian ini juga, pengkaji akan membincangkan matlamat penyelidikan ini iaitu menggunakan bahan kitar semula pada pakaian moden wanita yang siap dipakai (Ready-to-Wear) dan memastikan objektif penyelidikan tercapai.

5.2 Kesimpulan

Penyelidikan ini terutamanya mengenai kitar semula dalam pakaian wanita yang siap dipakai iaitu menghasilkan pakaian baru daripada pakaian lama dengan menggunakan kaedah upcycle. Kitar semula pakaian adalah sebahagian daripada kitar semula tekstil. Ia melibatkan memulihkan pakaian lama untuk disusun dan diproses. Produk akhir merangkumi pakaian yang sesuai untuk digunakan semula daripada potongan fabrik atau pakaian lama. *Upcycle* adalah satu jalan untuk masuk ke tempat pembuangan sampah dengan cara yang kreatif dan dapat menyampaikan perkara unik yang kerap menonjol dari apa yang dianggap oleh banyak orang sebagai pembaziran.

Penyelidikan ini menjelaskan bagaimana menghasilkan pakaian baru daripada pakaian lama tanpa membeli bahan lain dan bergaya yang mengikut trend. Tambahan pula,

melalui penyelidikan ini pengkaji dapat mengetahui kesederanan masyarakat terhadap kitar semula pakaian adalah kurang terutamanya tentang upcycle. Oleh itu, penyelidikan ini dapat membantu masyarakat untuk memahami tentang upcycle. Selain itu, daripada penyelidikan ramai orang boleh mengamalkan kaedah *upcycle* pakaian dalam kehidupan. Hal ini kerana kaedah upcycle adalah cara yang mudah, jimat masa, dan jimat perbelanjaan. Tambahan pula, untuk menjalankan keadah ini, tidak memerlukan ilmu fesyen yang tertinggi. Ia hanya dihasilkan dengan idea kreatif sahaja.

Penyelidikan dan produk *upcycle* pengkaji adalah mempunyai faedah yang berbeza, yang merangkumi ekologi dan faedah untuk individu. Upcycle memikul tugas yang penting untuk mengawal pencemaran alam sekitar yang berlaku disebabkan oleh industri tekstil dan fesyen.

5.3 Cadangan

Apabila pembeli mula memahami kesan fesyen terhadap alam sekitar yang serius pada masa kini, mereka akan memahami dan mencari pendekatan untuk mengatasi masalah ini dengan mengitar semula pakaian lama mereka selain daripada membuangnya. Masyarakat tidak perlu berhenti membeli pakaian, mereka perlu belajar bagaimana membeli dengan lebih baik, dan membeli pakaian yang dibuat bahan alam semula yang tahan lama. Melalui langkah ini, dapat menjimatkan air, melambatkan pengeluaran tekstil dara yang tidak perlu dan secara drastik mengurangkan jisim tempat pembuangan sampah.

Pereka muda harus mempelajari bagaimana membongkar pakaian lama atau tekstil yang telah dibuang dan mengubahnya menjadi menjadi pakaian baru. Selain itu, setiap jenama yang terkenal perlu mengeluarkan koleksi upcycle dalam kuantiti sedikit apabila mereka mengeluarkan koleksi utama mereka. Hal ini dapat menarik perhatian masyarakat

untuk membeli pakaian yang upcycle. Hal ini kerana, dalam tijaunan kebanyakan responden bersetuju bahawa mereka akan membeli pakaian upcycle apabila jenama-jenama mereka gemari menjual pakaian upcycled. Tambahan pula, setiap kilang pakaian harus mempunyai upcycle line dalam bahagian pengeluaran untuk membuat upcycle pakaian tersebut dan dijual balik atau menjadikan koleksi baru.

Sebagai warga yang rasional, setiap individu perlulah bersemangat untuk melindungi alam persekitaran kita. Berkomitmen untuk menjadi sumber pembelajaran. Matlamat pengkaji adalah memberi maklumat yang relevan dan tepat mengenai kitar semula pakaian lama. Pengkaji percaya bahawa kitar semula akan mejadi pilihan utama kepada setiap individu di masa hadapan.

Rujukan

- Anne C. Woolridge, G. D. (2005). Life cycle assessment for reuse/recycling of donated waste textile compared to use of virgin material: An UK energy saving perspective. *ELSEVIER*, 95.
- Arasinah Kamis, S. M. (2016). Selamatkan Planet Kita: Mereka Bentuk Semula Pakaian Terpakai untuk Pelbagai Kegunaan. *2nd INTERNATIONAL CONFERENCE ON CREATIVE MEDIA, DESIGN & TECHNOLOGY*. Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- BelStaff. (n.d.). *Women's Sizing Chart*. Retrieved from BELSTAFF:
belstaff.eu/en/customer-service/contact-us.html
- Benedette Cuffari, M. (2016). What are the most Recyclable Materials? *AZO CLEANTECH*.
- Brewer, T. (n.d.). THE TREND SPOTTER. *90's Fashion (How To Get The 1990's Style)*.
- Burke, C. (n.d.). Understanding How Millennials Shop Online. *nanigans*.
- c.k.ho, d. (n.d.).
- C.K.Ho, D. (2014). A case study of H&M's strategy and Practices of Corporate Environmental Sustainability. In D. C.K.Ho, *Logistics Operations, Supply Chain Management and Sustainability* (pp. pp.241-254). Germany: Springer International Publishing.
- choi, J. (n.d.). *Pre-consumer vs Post-Consumer Waste: What's the Difference*. Retrieved from Shoplet everything for your business:
<https://www.shoplet.com/blog/office-supplies/pre-consumer-vs-post-consumer-waste-whats-the-difference/>
- Dholakia, R. (1999). " Going shopping: key determinants of shopping behaviors and motivation. *International Journal of Retail & Distribution Management*, pp. 154-165.

- EDGE. (2014). *Fashion Industry Waste Statistics*. Retrieved from EDGE fashion Intelligence: <https://edgexpo.com/fashion-industry-waste-statistics/>
- Feitelberg, R. (2012, December 13). *The top 10 Ready-To- Wear Brands*. Retrieved from WWD: <https://wwd.com/fashion-news/sportswear/the-top-ten-sportswear-ready-to-wear-brands-6525284/>
- France, T. (2020). Ready-to-wear Fashion Guide: Inside look Pret-a-porter. *MasterClass*.
- Gabulaite, V. (2017). boredpanda. *1920 Women Fashion Outbreak That Happend Almost 100 Years Ago*.
- Government, U. S. (2020, November 12). *United States Environmental Protection Agency*. Retrieved from Recycling Basics: <http://epa.gov/recycle/recycling-basics>
- Hawley, J. (2001). Textile Recycling as a System. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 40-46.
- Herosmyth. (2018). The millennial consumer: how they shop & why they buy. *HEROSMYTH*.
- Kothari, C. (1990). Definition of Methodology. In C. Kothari, *Research Methodology- Methods and Techniques (SECOND REVISED EDITION)*. Jaipur: New Age International (P) Ltd., Publishers.
- Kuruvilla, S. J. (2009). Do men and women really shop differently? : an exploration of gender differences in mall shopping in india. *International journal of cousumer studies*, 715-723.
- Leblanc, R. (2019). How Clothing Recycling Works. *the balance small business*.
- Lienig, J., & Bruemmer, H. (2017). *Fundamentals of Electronic Systems Design*. pringer International Publishing.
- Lienig, J., & Bruemmer, H. (2017). *Fundamentals of Electronic Systems Design*. Springer International Publishing.
- Mavis T. Adjei, D. A. (2006). Drivers of local merchant loyalty: Understanding the influence of gender and shopping motives. *Journal of Reatailing*, 177-188.

- McDonough, W. d. (2013). *The upcycled: Beyond sustainability-designing for abundance*. New York: North Point Press.
- Mosley, L. d. (2007). Economic Globalization and Collective Labor Rights. *Comparative Political studies*.
- Museum, V. a. (2016). History of Fashion 1900-1970. *The World's leading museum of art and design*.
- Network, R. A. (2020, Nov 19). *RAN Annual Report 2019-2020*. Retrieved from RAINFOREST ACTION NETWORK: <https://www.ran.org/publications/>
- Omelich, Y. (2010). The Impact of Fast Fashion. *CODOGIRL* . Retrieved from Authenticated Resale.
- Omisakin, J. (2020). Recycled and Upcycled Clothing Brands To Know In 2020. *Trust in Sustainability* .
- Osmanski, S. (2020). How Fabric Gets Recycled. *GREEN MATTERS*.
- Otnes, M. A. (2001). Perceptions and realities of male shopping behavior. *Journal of Retailing*, 111-137.
- Rodriguez, K. (2015, February). *Designer's brands ath the best price*. Retrieved from AEROPAQ mi courier: aeropaq.com/en/designers-brands-at-the-best-price
- Stephen Leahy, T. g. (2019). Tha fashion industry is the second largest polluter in the world. *Sustain Your Style*.
- Stuart, O. (2019, October). *How Do Men & Women shop for Clothes Differently?* Retrieved from Freedomia Focus Reports: <https://www.freedoniafocusreports.com/Content/Blog/2019/10/01/How-Do-Men--Women-Shop-for-Clothes-Differently>
- Tan, Z. Y. (2016). What Happens When Fashion Becomes Fast, Disposable And Cheap? *NPR*.
- Thomas. (2008). From "green blur" to eco fashion: Fashioning an eco-lexicon. *Fashion Theory*, 525-540.

LAMPIRAN

Google form

7/3/2021

MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA PADA PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI (READY-TO-WEAR)

MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA PADA PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI (READY-TO-WEAR)

Saya Jeevarnya Manimaran merupakan pelajar semester 8 dalam Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif dengan kepujian dalam bidang Tekstil dan fesyen di Universiti Malaysia Kelantan. Saya memohon kerjasama Tuan/Puan/Saudara/Saudari untuk mengisi borang soal selidik ini. Semua maklumat yang telah dikumpulkan daripada soal selidik ini hanya digunakan untuk penyelidikan sahaja dan maklumat yang diperolehi adalah dianggap sulit. Oleh itu, kerjasama anda untuk melengkapkan soal selidik ini amat diperlukan. Terima kasih atas kerjasama anda. Terima Kasih.

* Required

BAHAGIAN A / SECTION A

1. UMUR / AGE *

Mark only one oval.

- 18 - 22 Tahun/Year
 23 - 28 Tahun/Year
 29 - 36 Tahun/Year

2. PERKERJAAN / OCCUPATION *

Mark only one oval.

- Berkerja/Working
 Tidak berkerja/Not working
 Pelajar/Student

3. Tahap pendidikan/ Level of education *

Mark only one oval.

- SPM
- Diploma
- Ijazah/Degree
- Master
- PhD

4. Status *

Mark only one oval.

- Bujang/Single
- Berkahwin/Married
- Janda/Widow

5. KAUM/RACES *

Mark only one oval.

- Melayu
- Indian
- Chinese
- Lain-lain/Others

6. Tahap Pendapatan/Income (RM) *

Mark only one oval.

- 1000 - 1900
- 2000 - 2900
- 3000 - 3900
- 4000 - 4900
- 5000 ke atas/above

1. 1. Adakah anda mengetahui tentang mengitar semula dalam industri fashion?/ Do you know about recycle in fashion industry? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

2. 2. Adakah anda mengetahui tentang pakaian kitar semula ?/ Do you know about recycled clothes? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

3. 3. Adakah anda mengamalkan kitar semula dalam pakaian anda? Did you apply recycle in your outfits? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

4. 4. Adakah anda akan memakai pakaian yang dikitar semula?/Did you wear recycled clothes? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

5. 5. Adakah anda pernah memakai pakaian yang dibuat daripada bahan kitar semula?/ Have you ever worn a outfit that was made from recycled materials? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

6. 6. Adakah anda suka dengan pakaian kitar semula?/ Do you like recycled clothes? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

7. 7. Adakah anda pernah memberi pakaian lama anda kepada tempat kitar semula untuk mengitar semula?/ Have you ever given your old clothes to recycling place to recycle? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

8. 8. Adakah anda akan memakai pakaian kitar semula sekiranya ia dapat melestarikan alam sekitar kita?/ Are you going to wear recycled clothes if it can preserve our environment? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

Pakaian upcycled, adalah kaedah mengambil seluruh atau sebahagian pakaian yang lama atau terbuang dan mengubahnya rekaan untuk menjadi pakaian baharu dan sambil mengekalkan beberapa ciri asalnya./ Upcycled clothing, is a method of taking all or a part of an old or discarded garment and transforming it into a new design and while retaining some of its original features.

9. 1. Adakah anda mengetahui tentang teknik Upcycled dalam prose skitar semula?
Do you know about Upcycled techniques in the process recycle? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

10. 2. Adakah anda pernah memakai pakaian yang dihasilkan melalui teknik Upcycled? / Have you ever worn clothes produced through Upcycled technique? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

11. 3. Adakah anda pernah membuat atau memakai pakaian seperti dibawah? / Did you ever made or worn clothes like the picture below? *



Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

12. 4. Adakah anda akan suka memakai seperti gambar diatas? / Would you like to wear something like the picture above? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

13. 5. Adakah anda berasa, teknik ini dapat mengurangkan pencemaran alam sekitar yang disebabkan oleh industri tekstil dan fesyen? / Do you feel, this technique can reduce environment pollution caused by the textile and fashion industries? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

14. 6. Adakah anda akan membeli, sekiranya jenama fesyen yang anda suka menjual pakaian Upcycled? / Will you do buy, if the fashion brand that you like are selling Upcycled clothes? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

15. 7. Adakah anda akan menggunakan pakaian Upcycled yang dibuat daripada pakaian yang terlalu lama tetapi masih dalam keadaan baik? Did you to wear Upcycled clothes which made from material that are too old but still in good condition? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

16. 8. Adakah anda berasa teknik Upcycled ini satu teknik yang mudah dan kreatif ? Do you feel this Upcycled technique is a simple and creative? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

17. 9. Adakah anda berasa teknik Upcycled ini boleh dibuat oleh semua orang ? / Do you feel this Upcycled technique can be made by everyone? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

7/3/2021

MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA PADA PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI (READY-TO-WEAR)

24. Terdapat 10 rekaan, sila pilih 3 daripada itu./ There are 10 design, do choose the best 3. *

Check all that apply.



Rekaan 1 / Design 1



Rekaan 2 / Design 2



Rekaan 3 / Design 3



Rekaan 4 / Design 4



Rekaan 5 / Design 5



Rekaan 6 / Design 6



Rekaan 7 / Design 7



Rekaan 8 / Design 8

7/3/2021

MENGGUNAKAN BAHAN KITAR SEMULA PADA PAKAIAN WANITA YANG SIAP DIPAKAI (READY-TO-WEAR)



Rekaan 9 / Design 9



Rekaan 10 / Design 10

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms