

URBANOMAD; **SARUNG ANDROGYNY SEBAGAI IDENTITAS MODE INDONESIA**

Dewa Made Weda Githapradana, I Ketut Suteja, dan Ida Ayu Wimba Ruspawati

Program Magister
Program Studi Penciptaan dan Pengkajian Seni
Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah Denpasar Bali Indonesia 80235

Email: wedagitha@gmail.com

ABSTRAK

Globalisasi dan postmodernisme lambat laun mengikis pakaian tradisional digantikan dengan trend *fashion* global yang mengacu pada budaya barat. Globalisasi dan postmodernisme menciptakan suatu konsep paradoks antara budaya lokal dan budaya global. Budaya lokal di satu sisi terancam oleh arus globalisasi, namun di sisi lain globalisasi dapat memberi ruang kepada budaya lokal untuk dikenal secara global. Indonesia merupakan Negara yang kaya akan budaya sebagai sumber kearifan lokal. Sarung merupakan salah satu artifak budaya yang dapat dijadikan sebagai identitas mode Indonesia. Postmodernisme juga memberi ruang terhadap golongan gender yang termarjinalkan untuk menuntut persamaan hak dan mempromosikan gerakan anti diskriminasi. Penciptaan koleksi desain sarung *androgyny* merupakan salah satu bentuk apresiasi terhadap gerakan kaum minoritas dalam memperjuangkan eksistensinya.

Penciptaan desain sarung yang disesuaikan dengan perkembangan trend *fashion* global bertujuan untuk mempromosikan kembali pakaian yang mengandung konteks budaya sebagai cerminan identitas bangsa. Sarung dengan konsep *androgyny* yang kekinian dapat dipakai baik oleh kaum muda maupun tua, tanpa memandang perbedaan gender pemakainya. Selain itu, konteks membudayakan kegiatan mengenakan sarung dapat meningkatkan produksi tekstil tradisi dalam rangka melestarikan warisan budaya.

Proses kreatif penciptaan menggunakan sepuluh langkah penciptaan desain *fashion* FRANGIPANI. Proses kreatif meliputi penggalian ide, riset, analisa elemen estetis, pengembangan desain, pembuatan sampel, singularitas produk, promosi, afirmasi branding, hingga bisnis *fashion*. Produk sarung *androgyny* merupakan busana *unisex* yang dapat digunakan baik oleh laki-laki ataupun wanita. Produk desain *Urbanomad* memiliki nilai estetika eklektik dengan mengawinkan beberapa unsur budaya melalui komposisi elemen desain.

Kata kunci: Tren *Fashion*, Sarung *Androgyny*, Identitas Mode Indonesia, Gender.

ABSTRACT

Globalization and Postmodernism have slowly encroached on traditional costumes by replacing it with global fashion trend that features western culture. Globalization and postmodernism create a paradoxical concept between local culture and global culture. On one side, the local culture is threatened by the stream of globalization. On the other side globalization provides the opportunity for the local culture to be known globally. Indonesia is a country ripe with local wisdom. Sarong is one of the cultural artifacts that can be made as the identity of Indonesian fashion. Postmodernism also gives space for the marginalized gender group to demand equality and to promote anti discrimination movement. The creation of androgyny sarong design is a form of appreciation towards the movement of the minority group who is fighting for its existence.

The creation of sarong design, which is adapted to the development of global fashion trend, aims to re-promote garbs that embodies cultural contexts as the reflection of our identity as a nation. Sarong with the state-of-the-art androgyny concept can be worn by younger generation, as well as older generation, without differentiating the gender of the user. Furthermore, the establishment of sarong wear as a fashion trend can improve the traditional textile production in order to preserve our cultural heritage.

The ten steps of the FRANGIPANI fashion design creation were applied during the creative construction process. This creative process includes brainstorming ideas, research, analysis of aesthetic elements, design development, sample

production, product singularity, promotion, branding affirmation, and fashion business. The androgyny sarong product is a unisex clothing, which can be worn by male or female. The Urbanomad product design has the eclectic aesthetic values that combine several cultural aspects through the design element composition.

Keywords: Fashion trend, Androgyny sarong, Indonesian fashion identity, gender.

PENDAHULUAN

Globalisasi dan postmodernisme telah merubah gaya hidup masyarakat, tidak terkecuali gaya berpakaian (*fashion*). Mode menjadi salah satu alat komunikasi pasif di masyarakat yang mengandung nilai simbolik dalam menyampaikan status sosial, gender, identitas, ekspresi, eksistensi, pandangan politik, dan keyakinan seseorang. Globalisasi cenderung menggiring masyarakat pada satu budaya global, seperti contoh perkembangan tren *fashion* yang selalu mengacu pada gaya berdandan kota-kota mode dunia seperti Paris, London, Milan, dan New York.

Kemajuan di bidang teknologi komunikasi dan kemudahan mengakses jaringan internet di era globalisasi saat ini, memungkinkan informasi tersebar dengan cepat. Perkembangan tren *fashion* dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat.

Tren *fashion* global menggerus eksistensi pakaian tradisional yang menjadi identitas bangsa seperti kebaya, kain panjang, sarung, peci, dan lain-lain. Beberapa fenomena yang turut merongrong eksistensi pakaian tradisi adalah budaya pop/subkultur dan keyakinan terhadap doktrin-doktrin ajaran tertentu. Generasi Z yang tumbuh di era milenial digital begitu fasih dengan perkembangan budaya pop global, cenderung berdandan mengikuti perkembangan *fashion* terkini.

Fenomena global paradoks merupakan salah satu ciri era postmodern, yakni globalisasi di satu sisi mendesak budaya lokal, namun di sisi lain memberikan peluang bagi budaya lokal untuk dikenal dan bahkan memberi pengaruh pada tren budaya global (Lubis, 2014: 4). Salah satu pernyataan (*statement*) dalam bidang desain yang mengacu pada postmodernisme adalah '*Anything Goes*' yang berarti apa saja dapat dilakukan dalam proses desain. Proses kreatif di era postmodern diberi kebebasan ruang dalam berekspresi dan menuangkan kreativitas. Pencipta menggunakan

pendekatan tersebut dalam menciptakan produk desain sarung kontemporer bergaya *androgyny*. Desain kontemporer mengacu pada tren *fashion* yang sedang berkembang pada saat karya desain tersebut diciptakan. Konsep kontemporer dalam hal ini mengacu pada fleksibilitas perubahan gaya desain sesuai dengan konteks zamannya dengan tidak menghilangkan esensi dari sarung itu sendiri.

Identitas kebangsaan merupakan faktor penting dalam proses *branding* suatu Negara. Identitas kebangsaan Indonesia bersumber dari kearifan lokal dan ideologi bangsa. Seperti dikutip dari buku 'Desain dan Dunia Kesenirupaan Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya karya Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya', menyatakan bahwa identitas atau kepribadian bangsa Indonesia dapat dilihat dari beberapa bidang seperti; ekonomi melalui koperasi dan konsep ekonomi Pancasila, politik melalui ideologi Pancasila, arsitektur melalui langgam rumah tropis, dan seni rupa melalui budaya etnik (Sachari dan Sunarya, 2001: 213). Identitas bangsa juga diperkenalkan melalui desain busana. Indonesia yang terdiri dari banyak suku bangsa dari Sabang sampai Merauke, jelas memiliki kekayaan budaya baik *tangible* maupun *intangible* yang beranekaragam. Identitas kebangsaan melalui produk *fashion* dapat mengangkat konteks budaya seperti kain tradisi dan ragam hiasnya. Identitas desain *fashion* Indonesia dapat dikemas dengan gaya eklektik yakni perpaduan gaya modern dan etnik.

Branding identitas Indonesia di kancah internasional salah satunya melalui produk industri kreatif. Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) merupakan suatu lembaga yang dibentuk presiden Joko Widodo untuk mengakomodir kegiatan industri kreatif yang bisa menjadi andalan untuk meningkatkan perekonomian bangsa.

Indonesia memiliki potensi besar dalam industri kreatif di bidang desain *fashion*. Salah satu tujuan Indonesia adalah memajukan perekonomian melalui sektor industri *fashion*. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Indonesia harus bisa menjadi salah satu *trendsetter* mode dunia di kawasan Asia. Indonesia harus memiliki satu identitas mode yang dapat mewakili ciri khas karakter bangsa yang tidak dimiliki oleh bangsa-bangsa yang menjadi acuan pusat mode selama ini. Salah satu karakter busana Indonesia yang dapat dijadikan sebagai ide pemantik dalam pengembangan desain *fashion* kontemporer adalah kain sarung.

Sarung merupakan salah satu artifak budaya Indonesia. Sebagian besar daerah di Indonesia menggunakan kain sarung sebagai bagian dari busana adat, seperti di daerah Sumatra, Jawa, Nusa Tenggara Timur, dan Sulawesi. Pengertian kain sarung menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah kain panjang yang pada tepi pangkal dan ujungnya dijahit berhubungan. Padanan kata sarung dalam bahasa Inggris adalah *sarong* yang menurut kamus *Oxford English Dictionary* berarti; “*a garment consisting of a long piece of cloth worn wrapped round the body and tucked at the waist or under the armpits, traditionally worn in South East Asia and now also by women in the West*” (Pakaian berupa kain panjang yang dikenakan dengan cara dililitkan dan diikat di pinggang atau di bagian dada. Pakaian ini secara tradisi digunakan di Asia Tenggara dan saat ini juga digunakan oleh wanita Barat).

Gerakan ‘*sarong is my new denim*’ merupakan aktivitas dalam membangkitkan dan memperkenalkan sarung sebagai salah satu produk unggulan mode Indonesia. Gerakan tersebut dipromosikan oleh salah satu asosiasi desainer mode Tanah Air ‘*Indonesian Fashion Chamber*’ (IFC). Gerakan ini bertujuan untuk mempopulerkan penggunaan sarung layaknya seperti celana denim yang sangat populer.

Ide menciptakan produk desain sarung *androgyny* dilatarbelakangi oleh konsep pemikiran postmodern, dimana ide mengenai oposisi biner sudah tidak terlalu relevan lagi. Sebagai contoh, pakaian tradisional memiliki pakem yang membedakan antara busana laki-laki dan perempuan. Namun seiring perkembangan zaman, pola pikir masyarakat berubah. Isu gender yang berkembang satu abad terakhir mengenai gerakan feminisme dan kaum LGBTQ (*Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer*) telah

merubah konsep oposisi biner gender. Perubahan trend gaya *fashion* dimana tidak lagi terdapat batasan yang jelas dari jenis busana antar gender, menjadi cermin dari ungkapan meminimalisir diskriminasi gender di masyarakat.

Pencipta mengangkat desain sarung bergaya *androgyny* sebagai ide pemantik karya. *Androgyny* merupakan salah satu gaya dalam berbusana. *Androgyny* berasal dari kata latin *aner/andr* dan *gyne/gune*. *Aner* atau *andr* berarti laki-laki, sedangkan *gyne/gyne* berarti wanita. *Androgyny* berarti perpaduan antara karakter feminin dan maskulin (Gligorovska. 2011: 10). *Style androgyny* melahirkan busana *unisex*, yaitu busana yang dapat digunakan oleh kedua gender (laki-laki maupun perempuan). *Unisex* muncul sebagai respon dari kebebasan setiap individu dalam menunjukkan identitasnya (ekspresi diri), tanpa kukungan analisis oposisi biner antara wacana laki-laki dan perempuan.

Sarung *androgyny* mengacu pada desain sarung *unisex*, yaitu model sarung yang dapat digunakan baik oleh laki-laki ataupun wanita. Sarung *androgyny* didesain sedemikian rupa, tidak hanya terfokus pada bentuk desain visual saja, namun juga memperhatikan masalah teknis seperti contoh menyesuaikan potongan busana agar dapat mengatasi perbedaan ukuran dan bentuk anatomis antara tubuh laki-laki dan wanita.

Sarung *androgyny* didesain dengan tujuan untuk menonjolkan identitas Indonesia sebagai Negara yang kaya akan seni budaya dan sumber industri kreatif. Sarung didesain dengan menggunakan beberapa macam tekstil tradisi dari beberapa daerah di Indonesia. Tekstil tradisi dikombinasikan dengan tekstil modern sebagai wujud konsep eklektik sesuai dengan perkembangan tren global. Penggunaan kain tenun dari beberapa daerah di Indonesia, adalah cerminan dari identitas kebangsaan.

Urbanomad adalah judul penciptaan yang dipilih untuk mewakili konsep secara keseluruhan. *Urbanomad* adalah kata prokem yang berasal dari kata *urban* dan *nomad*. *Urban* diasosiasikan dengan kehidupan perkotaan yang modern. *Nomad* bersinonim dengan pengelana (*wanderer*) yaitu seseorang yang tidak tinggal lama di suatu tempat, hidup berpindah, dan mampu beradaptasi dengan perubahan tradisi dan budaya. *Nomad* diasosiasikan dengan masyarakat tradisional, primitif dan primordial. *Urban Nomad* merupakan definisi baru untuk golongan masyarakat dengan tingkat mobilitas tinggi yang merupakan cerminan

dari masyarakat modern. *Urbanomad* digunakan sebagai judul penciptaan sesuai dengan konsep yakni menciptakan produk *fashion* bergaya urban eklektik, yaitu mengawinkan konsep modern dan tradisi untuk golongan masyarakat yang dinamis dan memiliki pola pikir terbuka. *Urbanomad* mewakili konsep mengangkat budaya lokal yaitu sarung yang diasosiasikan dengan sesuatu yang kuno dikemas dalam gaya *fashion androgyny urban* sesuai trend terdepan. Sub judul dari karya tugas akhir adalah ‘Sarung *Androgyny* Sebagai Identitas Mode Indonesia’ merupakan gambaran garis besar dari tujuan karya desain diciptakan yaitu mengangkat artifak budaya Indonesia (sarung) sebagai salah satu elemen mode yang dapat menunjukkan identitas sebagai Bangsa Indonesia.

Rumusan ide penciptaan terdiri dari tiga poin yaitu; Bagaimana menciptakan desain *fashion* yang terinspirasi oleh sarung dengan metode FRANGIPANI; *The Secret Steps of Art Fashion* ke dalam desain busana *ready to wear* kontemporer? Bagaimana aplikasi gaya *androgyny unisex* ke dalam desain *fashion* sarung kontemporer? Bagaimana nilai-nilai estetika desain mode sarung *androgyny* kontemporer beridentitas Indonesia?

Tujuan penciptaan adalah menciptakan desain *fashion ready to wear* khususnya sarung *androgyny unisex* dengan nilai-nilai estetika beridentitas Indonesia dengan metode FRANGIPANI; *The Secret Steps of Art Fashion*.

Penciptaan karya desain sarung kontemporer dalam gaya *androgyny* memiliki manfaat teoritis dan praktis. Manfaat Teoritis dari penciptaan karya ini adalah memberikan sumbangan keilmuan, khususnya mengenai wacana *fashion* berbasis budaya lokal dalam kemasan global. Pencipta menuangkan ide penciptaan mengangkat artifak budaya lokal ke dalam rancangan *fashion* kontemporer sesuai dengan tren global berlandaskan teori dan metodologi desain universal.

Manfaat praktis dari penciptaan karya ini ditujukan bagi pemerintah, masyarakat, dan pelaku industri mode khususnya di Indonesia. Mengangkat konten budaya lokal ke ranah global (glokalisasi). Tujuannya adalah memperkenalkan identitas lokal dalam upaya menemukan serta mempertahankan karakter bangsa dalam arus globalisasi khususnya dalam perkembangan tren *fashion* dunia. Dengan keunikan identitas lokal yang dikemas global, diharapkan memiliki nilai

(*value*) positif sebagai produk *fashion* unggulan bangsa.

Fashion androgyny dan *unisex* merupakan salah satu media kritik sosial dalam menyikapi permasalahan gender yang muncul ke permukaan. Era postmoderen memberi ruang untuk mendukung suara dan gerakan kaum yang selama ini termarginalkan seperti wanita dan kaum *third gender* untuk lebih didengar dan diapresiasi eksistensinya. Kritik tersebut menuntut adanya perubahan sosial baru yang lebih menghargai perbedaan gender, seks, etnis, budaya, identitas individu, dan lain-lain tanpa diskriminasi dan perampasan hak terhadap golongan tertentu.

Manfaat tidak langsung dari penciptaan karya ini adalah turut melestarikan tekstil tradisi sebagai warisan budaya Bangsa. Pemakaian sarung sebagai bagian dari identitas mode Indonesia turut meningkatkan kreativitas dan inovasi produksi kain tenun tradisi. Indonesia memiliki kekayaan budaya berupa kain tenun tradisi yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Kain tradisi ini merupakan kekayaan budaya yang dapat dijadikan modal dalam memperkenalkan identitas mode Indonesia di mata dunia.

PEMBAHASAN

Konsep

Urbanomad adalah sebuah karya desain *fashion* yang mengangkat sarung sebagai ide pemantik. Desain *fashion* yang diciptakan tetap mengacu pada tren *fashion* global sesuai perkembangan tren terdepan. Konteks judul ‘*Urban Nomad*’ tercermin dari karya desain yang diperuntukan bagi kaum urban dewasa mandiri yang dinamis dan memiliki pola pikir terbuka. Gaya busana kontemporer yang menggabungkan unsur-unsur lokal, etnis, dan tradisi yang dikemas dalam gaya urban modern.

konsep penciptaan yakni mengangkat potensi kelokalan Bangsa Indonesia (lokal genius) sebagai sumber ide yang dituangkan ke dalam produk *fashion* sesuai perkembangan trend global. Karya desain berupa deformasi sarung bergaya *androgyny* sebagai salah satu identitas mode Indonesia. Konsep penciptaan ditekankan pada pencarian alternatif bentuk desain sarung yang inovatif dalam tampilan gaya *androgyny* eklektik.

Sumber ide penciptaan adalah artefak budaya yaitu kain sarung. Pada masa kolonial sarung merupakan salah satu ikon identitas orang pribumi.

Pemerintah Belanda mengeluarkan kebijakan bahwa pakaian Belanda tidak boleh dikenakan oleh kaum Pribumi. Dengan demikian, sarung menjadi penanda identitas yang membedakan orang asing dengan pribumi.

Kain sarung dan kain panjang merupakan bagian dari busana Nusantara sebelum masa kebangkitan Nasional Indonesia pada awal abad 20. Kain sarung digunakan sebagai pakaian sehari-hari masyarakat di daerah Sumatra, Betawi, Jawa Barat, Sulawesi, dan daerah Nusa Tenggara Timur. Gaya pemakaiannya disesuaikan dengan ciri identitas masing-masing daerah.

Pakaian berperan besar dalam menentukan citra seseorang atau sekelompok masyarakat. Lebih dari itu pakaian adalah cermin dari identitas, status, hierarki, gender, dan ekspresi dari gaya hidup tertentu. Pakaian mengandung nilai simbolik untuk menyampaikan beberapa hal tersebut. Seperti yang dikutip dari tulisan Rudolf Mrázek mengenai pendapat Madame Catenius mengenai tata cara berpakaian orang Belanda di Hindia. Terdapat aturan pakaian yang tidak disarankan dikenakan oleh orang Belanda di Hindia pada saat itu seperti memakai kebaya dan sarung (Nordholt, 2005: 182). Tampak dalam tulisan tersebut ada beberapa jenis busana yang secara simbolis mengacu kepada identitas bangsa Indonesia seperti sarung, kebaya, peci, dan atribut lainnya.

Awal abad 20 terjadi perubahan gaya berpakaian orang pribumi. Aturan pemerintah Belanda dilanggar oleh orang pribumi dengan mengadaptasi pakaian gaya barat. Untuk mempertahankan identitas kebangsaan mulai muncul gaya eklektik yaitu memadukan gaya barat dan timur. Konsep eklektik ini dapat dilihat pada perpaduan gaya antara setelan kemeja, jas, dan sarung. Cara berpakaian ini ditemui pada pelajar pribumi di sekolah-sekolah seperti STOVIA (*School tot Opleiding van Indische Artsen*), OSVIA (*Opleiding School voor Inlandsche Ambtenaren*), dan lainnya. Namun seiring waktu orang pribumi semakin meninggalkan sarung dan lebih memilih adaptasi keseluruhan pakaian ala barat.

Pengertian sarung dikutip dari hasil wawancara dengan salah satu designer ternama Indonesia Deden Siswanto pada tanggal 19 Juni 2017, adalah sebagai berikut:

“Kata sarung di Indonesia memiliki dua definisi. Definisi pertama yaitu sarung merupakan sepotong kain berbentuk seperti tabung, umumnya dikenakan untuk

ibadah shalat dan acara kebudayaan. Namun seiring dengan perkembangan *fashion* di Indonesia dan usaha para pegiat *fashion*, kini sarung tradisional telah bertransformasi ke bentuk yang lebih *ready to wear* dan trendi. Hal inilah yang menimbulkan suatu definisi baru tentang kata sarung di kalangan masyarakat Indonesia bahkan mancanegara. Sehingga definisi sarung yang kedua adalah sepotong kain lebar (bisa dijahit tubular ataupun tanpa jahitan) yang pemakaiannya dibebaskan di pinggang dan dapat digunakan untuk berbagai kesempatan.”

Kutipan di atas menunjukkan bahwa sarung merupakan kain panjang yang umumnya berbahan tekstil tradisi dikenakan dengan cara dililit, diikat, dan disematkan di pinggang.

Kata *androgyny* berasal dari kata latin *aner/andr* dan *gyne/gune*. *Aner* atau *andr* berarti laki-laki, sedangkan *gyne/gyne* berarti wanita. *Androgyny* berarti perpaduan antara karakter feminin dan maskulin (Gligorovska, 2011: 10). *Androgyny* merupakan kata yang digunakan untuk mengaburkan kesan feminin dan maskulin dalam satu karakter. *Androgyny* adalah sebuah konsep ide karakter tanpa gender / *genderless* (Eldridge, 2013: 4).

Kata *Androgyny* dalam *Oxford English Dictionary* (OED) berarti ‘*Partly male and partly female in appearance; of indeterminate sex; Having the physical characteristics of both sexes.*’ Apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia artinya sebagai berikut; penampilan setengah pria dan setengah wanita, tidak teridentifikasi secara seksual, sebab memiliki karakter fisik yang mewakili kedua jenis kelamin.

Sebelum membahas mengenai gaya *androgyny* yang tidak maskulin atau feminin (*genderless*), sebaiknya dibahas terlebih dahulu mengenai makna sex dan gender secara garis besar. Ketika manusia lahir di dunia, setiap individu ditandai dengan sex yang berbeda antara laki-laki dan wanita. Sex adalah klasifikasi pembeda antara laki-laki dan wanita berdasarkan faktor biologis. Berbeda dengan sex, konsep Gender tidak banyak dibahas hingga isu tersebut diperkenalkan oleh sexologis Jhon Money pada tahun 1955. Gender digunakan untuk menjelaskan keadaan seseorang berdasarkan penampilan, perilaku, dan peran dalam kaitannya dengan latar belakang budaya. Dijelaskan bahwa gender bukan merupakan indikator langsung dari orientasi sex seseorang (Marcangeli, 2015: 8).

Gaya *androgyny* melahirkan konsep *unisex* pada pakaian. *Unisex fashion* adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan jenis pakaian yang dapat digunakan baik oleh pria atau wanita. *Unisex fashion* mengaburkan batasan gender pada pakaian. Menurut Gligorovska, *style unisex* telah menjadikan pria tampil lebih sensual, sedangkan wanita tampil kurang sensual jika dibandingkan stereotipe feminin sebelumnya. *Fashion* wanita banyak meniru dan mengadaptasi *fashion* pria. Demikian sebaliknya saat ini *fashion* pria juga banyak meminjam atribut feminin pada tampilannya (Gligorovska, 2011: 16).

Menurut Malcom Barnard, *Fashion* difungsikan sebagai alat komunikasi non verbal untuk menyampaikan pesan tanpa melalui kata-kata ataupun tulisan. Mode/*fashion* mengkomunikasikan nilai simbolik dalam menyampaikan status sosial, gender, identitas, ekspresi, eksistensi, pandangan politik, dan keyakinan seseorang. Komunikasi nonverbal dalam konteks ini berbentuk semiotik strukturalis (Barnard, 2011: 44). Sarung mengkomunikasikan ikonitas kebangsaan sedangkan gaya desain *androgyny* merupakan wujud ekspresi dukungan isu kesetaraan gender kaum marjinal.

Gaya eklektik merupakan perkawinan dari beberapa unsur gaya dalam satu produk desain. Konsep eklektik mampu mengkomunikasikan makna dari karya desain yakni menjembatani antara nilai tradisi sebagai identitas bangsa dengan nilai-nilai baru yang terbentuk seiring perubahan zaman.

Konsep desain sarung ditekankan pada kreatifitas dalam pengembangan bentuk melalui metode deformasi. Sarung "*kekinian*" dikombinasikan dengan jenis busana lainnya seperti kemeja, *outer*, dan aksesoris penunjang lainnya. Kekuatan desain terletak pada pengolahan *cutting*, padu-padan (*styling*), dengan konsep mengikuti tren terkini (kontemporer). Sarung *androgyny* dan busana penunjangnya didesain dengan konsep *unisex* yang dapat digunakan baik oleh laki-laki dan wanita. Busana didesain dengan konsep *free sizing* dengan potongan longgar dikenakan dengan cara dililit, diikat, dan disematkan.

Landasan Penciptaan

Landasan penciptaan yang digunakan adalah semantika produk. Pengertian semantika produk menurut Krippendorff dan Butter adalah studi

tentang signifikansi dan kualitas simbolik dari suatu objek berkaitan dengan konteks psikologis dan sosial dari penggunaannya. Signifikansi suatu objek adalah jumlah total semua konteks yang dapat ditemukan di dalamnya (Krippendorff dan Butter 1984 dalam Vihma dan Väkevä 1990: 173). Semantika produk digunakan dalam mengidentifikasi keseluruhan konteks simbolik yang dimiliki objek desain sarung bergaya *androgyny* dan nilai kontekstual yang dirasakan oleh penggunanya. Pendekatan kajian desain sarung bergaya *androgyny* melalui teori semantika produk diharapkan dapat memperjelas nilai sarung sebagai produk mode yang dapat mewakili identitas Indonesia.

Untuk menyampaikan nilai kontekstual dan fungsional desain sarung *androgyny* tidak hanya disampaikan melalui tanda visual atau grafis saja. Tanda visual/grafis dilengkapi dengan tanda linguistik baik yang disampaikan secara verbal atau tertulis untuk memperjelas interpretasi atas objek desain. Deskripsi konsep ditulis dalam pembahasan tesis dalam memperjelas maksud dan tujuan diciptakannya produk *fashion* sarung bergaya *androgyny*. Contoh tanda kultural yang mencerminkan identitas Indonesia tidak hanya disampaikan melalui tanda grafis/ visual saja, tetapi dilengkapi dengan narasi dalam memperjelas maksudnya.

Bentuk metafora atau simbolik juga menjadi bagian penting dalam penciptaan. Metafora digunakan dalam proses abstraksi konsep gaya *androgyny* yang tidak feminin atau maskulin. Abstraksi dilakukan dengan simbolisasi tanda-tanda visual unsur-unsur desain. Contoh pemilihan warna, tekstur, dan bentuk yang merepresentasikan konsep perpaduan feminin dengan maskulin dalam satu gaya busana.

Berdasarkan pemaparan diatas, landasan teori yang digunakan dalam penciptaan karya desain *Urbanomad* adalah teori semantika produk Klaus Krippendorff. Konsep yang ditawarkan Krippendorff dalam semantika produk adalah sebuah paradigma baru dalam penciptaan desain sebuah artifak. Bagian utama semantika produk adalah keterhubungan antara artifak yang diciptakan dengan penggunaannya baik secara individu, sosial, ataupun budaya. Hal tersebut mencakup wacana teknis dan makna yang kemudian timbul melalui proses interaksi antara artifak dan penggunaannya.

Produk sarung *androgyny* dan seluruh artifak penunjangnya seperti busana pelengkap dan

aksesoris diciptakan untuk dapat menyampaikan makna dan tujuan diciptakannya produk tersebut. Makna yang muncul tidak semata-mata bersumber dari desainer ataupun dari wujud fisik produk/artifak yang diciptakan. Desain produk sarung *androgyny* akan dapat dilihat eksistensinya ketika produk tersebut sudah dapat dimaknai melalui konteks penggunaan, konteks bahasa, konteks proses penciptaan, dan konteks ekologi antar artifak berdasarkan landasan pemikiran Krippendorff mengenai semantika produk.

Menurut Krippendorff terdapat 4 teori desain dalam semantika produk yaitu konteks/pemaknaan penggunaan (*use*), konteks/pemaknaan bahasa (*language*), konteks/pemaknaan proses penciptaan (*genesis*), dan konteks/pemaknaan ekologi antar artifak (Krippendorff dalam Vihma dan väkevä, 1990: 251). Empat Teori tersebut digunakan sebagai landasan penciptaan karya.

Poin pertama adalah menciptakan produk sarung *androgyny* yang dapat berinteraksi dengan penggunanya (*user*). Makna sebuah produk desain/artifak selalu merupakan hasil dari konstruksi pikiran seseorang bergantung pada konteks dan budaya yang melatarbelakangi. Artifak yang sama akan memiliki pemaknaan yang berbeda dalam ruang/ waktu yang berbeda, konteks penggunaan yg berbeda, dan bagi orang yang berbeda pula. Penciptaan desain sarung perlu memikirkan bagaimana produk desain tersebut dapat dipahami oleh penggunanya. Makna dan tujuan penciptaan harus dapat sampai ke pengguna melalui proses interaksi artifak dan penggunanya. Krippendorff berpendapat, hal tersebut dapat dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu pengenalan (*recognition*), eksplorasi (*eksploration*), dan kepercayaan (*reliance*).

Poin kedua dari teori Krippendorff adalah konteks bahasa. Bahasa merupakan faktor penting dalam semantika produk. Beberapa poin penting mengenai bahasa menurut Krippendorff adalah bahwa dunia yang kita kenal dikonstruksi dalam bahasa komunitas kita. Bahasa merupakan rumah kehidupan itu sendiri. Berbicara dalam bahasa merupakan salah satu cara dalam menjalani kehidupan. Melalui bahasa kita dapat mengatur pemahaman kita satu dengan yang lainnya meliputi juga pemahaman antar muka dengan benda dan atrifak di sekeliling kita. Melalui bahasa seseorang dapat memahami pasar dan pendukung pelaku industri kreatif lainnya (*stakeholders*) dan juga memahami proses makna lain yang timbul sebagai akibat proses pengalaman penggunaan produk oleh

pengguna. Makna yang timbul dapat memperkaya makna yang diciptakan oleh desainer itu sendiri.

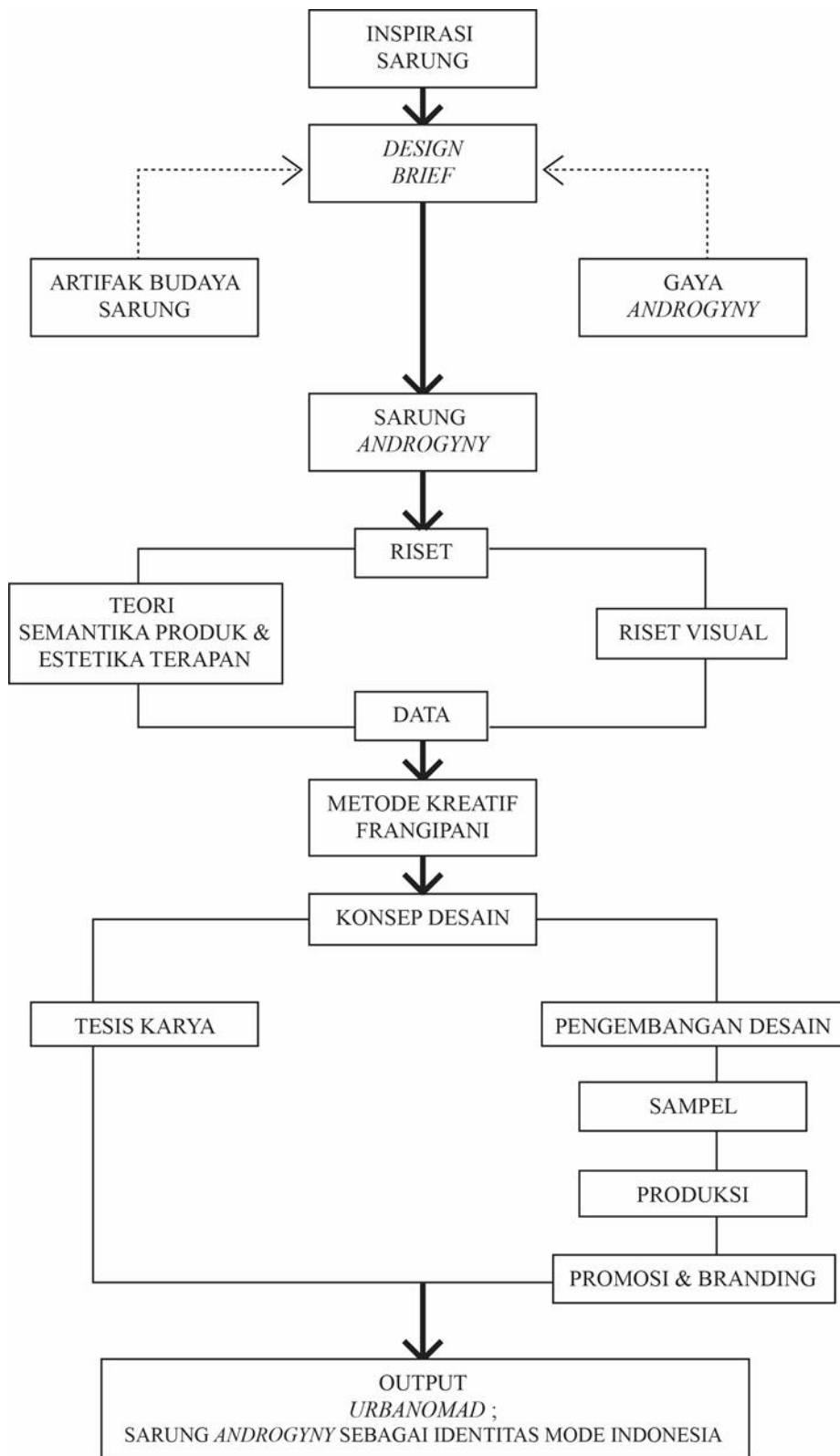
Poin ketiga dari teori design Krippendorff adalah konteks penciptaan artifak (*meanings in the life of artifacts*). Krippendorff mengingatkan designer untuk menyadari dan mempertimbangkan keseluruhan siklus proses penciptaan artifak/produk. Siklus tersebut meliputi proses desain, representasi klien, permodalan, teknis produksi, marketing, distribusi, penggunaan, penyimpanan, imbas sosio budaya, perawatan/perbaikan, hingga masa akhir artifak, dan pengaruh terhadap lingkungan.

Penciptaan produk sarung *androgyny* mengikuti siklus penciptaan yang ditawarkan oleh Krippendorff. Wujud desain merupakan hasil sintesa dari hasil pemikiran yang dimulai dari estimasi pasar/klien yang disasar, teknik produksi yang meliputi perencanaan penggunaan sumber daya dan efisiensi produksi, perencanaan proses marketing dan distribusi, penggunaan dan penyimpanan produk, estimasi pengaruh produk desain sarung *androgyny* terhadap dinamika sosial budaya di masyarakat, hingga estimasi keberlanjutan (*sustainability*) produk setelah memasuki fase akhir siklus; berakhir sebagai sampah atau dapat didaur ulang.

Poin keempat dari teori Krippendorff adalah konteks ekologi antar artifak. Krippendorff menganalogikan ekologi antar artifak hampir sama dengan ekologi di alam. Eksistensi sebuah produk/artifak dipengaruhi oleh keberadaan artifak lainnya. Hubungan antar artifak tersebut bisa berupa hubungan saling melengkapi (kooperatif), bersaing (kompetitif), pengganti (substitusi), atau mendominasi.

Produk sarung *androgyny* diharapkan menjadi pilihan alternatif dalam ekologi sarung di pasaran. Produk sarung *androgyny* tidak diharapkan menjadi kompetitor produk sarung konvensional, namun sebagai alternatif pengganti khususnya untuk padanan gaya *fashion* yang lebih trendi. Artifak sarung *androgyny* juga dapat memiliki hubungan simbiosis mutualisme bagi eksistensi artifak tekstil tradisi atau bahkan bagi produksi kain sarung konvensional.

Model penciptaan desain *fashion* sarung *androgyny* berupa bagan yang menunjukkan input berupa inspirasi/ide, proses penciptaan, hingga output berupa karya busana. Berikut merupakan bagan pikir model penciptaan karya :



Proses Kreatif

Proses kreatif menggunakan metodologi desain Tjok Ratna Cora, yaitu “*FRANGIPANI, The Secret Steps of Art Fashion*” (Frangipani, Tahapan-tahapan Rahasia dari Seni *Fashion*). FRANGIPANI terdiri dari sepuluh tahapan proses perancangan desain *fashion* berdasarkan identitas budaya Bali.

Kesepuluh tahapan tersebut adalah (1) *Finding the Brief Idea Based on Balinese Culture* (Menemukan ide pemantik berdasarkan budaya Bali), (2) *Researching and Sourcing of Art Fashion* (Riset dan sumber seni *fashion*), (3) *Analizing Art Fashion Element Taken from the Richness of Balinese Culture* (Analisa estetika elemen seni *fashion* berdasarkan kekayaan budaya Bali), (4) *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (Menarasikan ide seni *fashion* ke dalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi), (5) *Giving a Soul-Taksu to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy, and Construction* (Memberikan jiwa-taksu pada ide seni *fashion* melalui contoh, sampel, dan konstruksi pola), (6) *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection* (Menginterpretasikan keunikan seni *fashion* yang tertuang pada koleksi final), (7) *Promoting and Making a Unique Art Fashion* (Mempromosikan dan membuat seni *fashion* yang unik), (8) *Affirmation Branding* (Afirmasi merek), (9) *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method* (Mengarahkan produksi seni *fashion* melalui metode kapitalis humanis), (10) *Introducing The Art Fashion Business* (Memperkenalkan bisnis seni *fashion*).

Tahap-Tahap Penciptaan

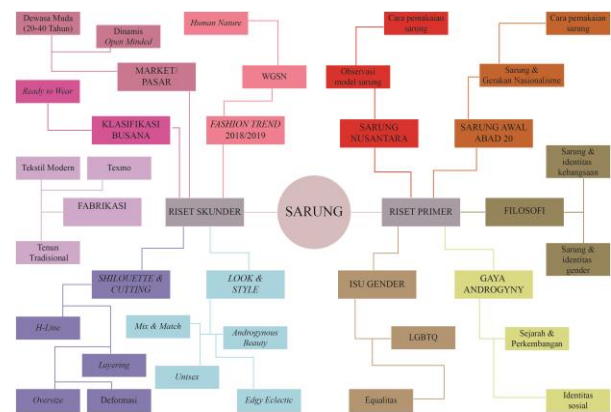
Tahap penciptaan produk desain sarung *androgyny* menjabarkan metode desain Tjok Ratna Cora menjadi lebih rinci.

Berikut merupakan analisa tahapan proses penciptaan desain mode sarung *unisex* bergaya *androgyny*:

1. *Finding the Brief Idea based on Indonesian Culture* (Menemukan ide pemantik berdasarkan budaya Indonesia).

Tahap ini meliputi penuangan ide, gagasan, inspirasi ke dalam sebuah rumusan teks, konteks, dan kontekstual. Ide sarung dan gaya *androgyny* lahir dari sumber referensi sarung sebagai pakaian

orang pribumi pada masa kolonial Belanda. Gaya *androgyny* merupakan sub inspirasi yang lahir dari konsep *Ardhanareswari* dan salah satu arketip Jung yaitu anima-animus. Secara konteks ide rancangan berbicara mengenai identitas budaya bangsa, multikulturalisme, kematian oposisi biner, dan isu gender yang menjadi suatu fenomena dalam perspektif postmodern. Secara kontekstual gagasan tersebut mempromosikan sarung sebagai salah satu identitas bangsa sekaligus mengkritisi isu batasan gender yang terjadi di masyarakat melalui media ungkap desain. Berikut ditampilkan gambar sumber ide pemantik dan *brief* berupa *mind mapping*;



Gambar 1. Design brief & Mind Mapping
Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018

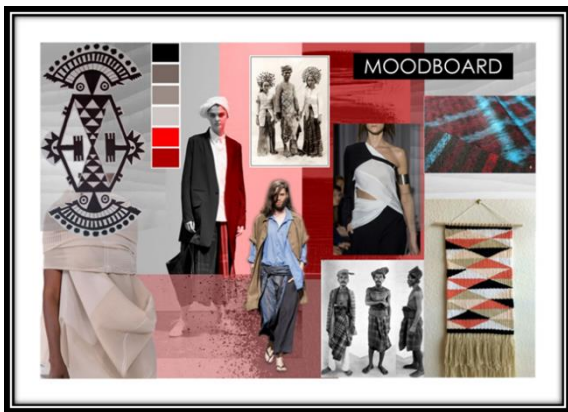
2. *Researching and Sourcing of Art Fashion* (Riset dan sumber seni *fashion*).

Proses penciptaan melibatkan dua jenis riset yaitu riset primer dan riset sekunder. Riset primer yaitu riset dalam rangka pengumpulan data yang berhubungan langsung dengan sumber ide utama dalam hal ini adalah sarung, seperti sejarah perkembangan sarung di Indonesia, model sarung Nusantara, cara pemakaian, dan nilai filosofis. Riset sekunder adalah riset dalam mengumpulkan data-data penunjang data riset primer. Riset sekunder lebih kepada visual riset, yaitu mengumpulkan data berupa *style*, *look*, siluet, tren, tekstil, model potongan, warna, corak, tekstur, hingga data mengenai calon konsumen/pasar yang dituju. Data hasil riset disintesis menjadi kata kunci yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah acuan konsep desain.

Riset visual baik data primer maupun sekunder dikumpulkan dalam sebuah jurnal visual (*book of idea*). Riset visual berfungsi dalam

memvisualisasikan pengembangan ide yang bersifat imajinatif dan juga memberikan panduan pada saat melakukan pengembangan desain. Panduan tersebut seperti panduan warna, siluet, model potongan, tekstil, motif, gaya padu padan, dan lain-lain.

Konsep desain tercipta dari pengembangan ide desain lalu divisualisasikan dengan merangkum data hasil riset visual. Rangkuman data visual tersebut dinamakan *mood board/story board*. Berikut adalah *mood board* konsep desain *Urbanomad*:



Gambar 2. Moodboard

Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018

Riset selanjutnya adalah pengembangan bentuk desain sarung melalui metode deformasi. Penciptaan karya menggunakan metode deformasi dengan pendekatan historis dan antropologis. Deformasi menurut kamus *English Oxford Living Dictionary* berarti proses perubahan bentuk atau distorsi. Deformasi dalam ranah desain berarti perubahan bentuk objek desain menjadi bentuk baru tanpa menghilangkan esensi dari objek itu sendiri. Metode deformasi digunakan dalam memperoleh bentuk desain sarung yang baru dan inovatif. Kain sarung dideformasi bentuknya melalui permainan *cutting* (konstruksi), ragam hias permukaan bahan, dan detail. Inovasi bentuk sarung diperoleh melalui potongan busana dengan teknik *drapery/ moulage* yaitu pembuatan konstruksi pola 3 dimensi.

3. *Analyzing Art Fashion Element Taken from the Richness of Indonesian Culture* (Analisa estetika elemen seni *fashion* berdasarkan kekayaan budaya Indonesia).

Analisa estetika elemen seni *fashion*, dalam hal ini sarung sebagai artefak budaya bangsa. Analisa estetika ditinjau baik dari konteks prinsip desain dan elemen-elemen penyusunnya. Analisa estetika elemen seni dihubungkan dengan hasil analisa riset sekunder berupa perkembangan *trend fashion; style, look, siluet, cutting*, dan tekstil.

4. *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (Menarasikan ide seni *fashion* ke dalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi).

Pengembangan desain merupakan tahap menterjemahkan konsep desain dan *mood board* ke dalam sketsa visual. Pada tahap ini dilakukan riset visual untuk mengeksplorasi bentuk, proporsi, dan tekstur. Sarung dikembangkan baik ide *cutting*, konstruksi, detail, dan ragam hiasnya dengan mengatur elemen-elemen dasar penyusun desain seperti garis, warna, bidang, volume, tekstur, dan lain-lain. Selanjutnya menentukan padu padan *style* dan *look* dari beberapa gagasan yang telah dibuat ke dalam sketsa visual. Prinsip desain dan komposisi perlu diperhatikan untuk memperoleh hasil yang optimal. Hasil akhir berupa sketsa koleksi desain lengkap dengan gambar teknik dan bahan yang akan diaplikasikan ke dalam wujud nyata. Berikut adalah gambar pengembangan desain koleksi *urbanomad*:



Gambar 3. Pengembangan desain

Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018

5. *Giving a Soul-Taksu to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy, and Construction* (Memberikan jiwa-taksu pada ide seni *fashion* melalui contoh, sampel, dan konstruksi pola).

Pembuatan prototipe atau sampel merupakan tahap lanjutan untuk menghasilkan wujud produk desain sesuai dengan sketsa hasil pengembangan desain. Konstruksi dan *cutting* menjadi fokus utama untuk menghasilkan bentuk dan proporsi yang tepat. Pada tahap ini meliputi proses pembuatan pola dengan teknik gabungan antara *flat pattern* (2 dimensi) dengan *draping / moulage* (3 dimensi). Tujuan dari tahap ini adalah menghasilkan desain yang inovatif sesuai konsep desain. Akhir dari tahapan ini adalah memberi ‘nyawa’ pada rancangan desain. Proses ini melibatkan pemberian energi positif sehingga antara karakter pencipta dan karya yang dihasilkan memiliki keterhubungan.

6. *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection* (Menginterpretasikan keunikan seni *fashion* yang tertuang pada koleksi final)

Produk akhir berupa karya desain busana yang sesuai konsep awal, merupakan hasil capaian dalam bentuk produk jadi. Produk akhir ini tidak hanya harus harmoni dari sudut pandang estetis dan komposisi desain, tetapi juga harus dapat berfungsi dengan optimal. Sebagai contoh, konsep desain sarung kontemporer bergaya *androgyny* selain menghadirkan design yang atraktif, nyaman digunakan, juga bisa menyampaikan pesan kontekstual sesuai konsep yang ingin dicapai.



Gambar 4. Singularitas produk akhir
Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018



Gambar 4. Gambar *androgyny unisex*
Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018

7. *Promoting and Making a Unique Art Fashion* (Mempromosikan dan membuat seni *fashion* yang unik).

Tahap promosi merupakan tahap lanjutan setelah produk desain akhir terwujud. Diawali dengan pembuatan *lookbook* dan foto editorial untuk keperluan promosi. *Lookbook* bertujuan agar produk desain yang diciptakan dapat terlihat lebih menarik secara visual. Promosi juga dilakukan dengan mempresentasikan karya dalam bentuk pagelaran busana (*fashion show*) dan pameran. Pada tahap ini terjadi pertemuan antara pencipta, objek desain yang mengandung nilai kontekstual, dan penikmat/publik seni.

Foto editorial bertujuan untuk mempromosikan produk tidak hanya bentuk fisik tetapi juga menyampaikan konsep serta tujuan penciptaan. Foto editorial dan *fashion clip* digunakan sebagai media promosi secara masif melalui sosial media seperti *instagram*, *youtube*, dan *facebook*.



Gambar 4. Gambar *androgyny unisex*
Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018

8. *Affirmation Branding* (Afirmasi merek)

Tahap *branding* merupakan tahap menentukan *positioning brand* atau merek pada segmentasi pasar yang sesuai. Proses *Branding*

tidak hanya mengacu pada filosofi *brand* semata, namun juga harus memperhatikan persepsi pasar mengenai produk tersebut.

Branding juga merupakan proses membangun imej brand di mata konsumen. Sesuai dengan landasan teori Semantika produk Krippendorff, bahwa makna sebuah produk desain salah satunya lahir melalui proses interaksi antara produk dengan konsumen/pemakai. Dengan demikian tujuan branding adalah positioning brand pada target pasar yang tepat. Pemetaan estimasi target pasar dari segi demografi, psikografi, dan geografi mempengaruhi proses penciptaan desain.

Target pasar produk desain Urbanomad adalah pria atau wanita usia 20-40, dinamis, memiliki pola pikir terbuka, ekspresif, kreatif, mapan, dan metropolis.

9. Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method (Mengarahkan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis).

Tahap berikutnya adalah tahap produksi yaitu dengan metode kapitalis humanis. Tahap produksi ini tidak hanya menitik beratkan pada perolehan keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi memperhatikan faktor penting lainnya selama proses produksi yang selaras dan menjunjung tinggi asas dan hak asasi manusia serta lingkungan. Tahap ini mengatur sistem penentuan harga jual yang berorientasi pada prinsip humanism. Produk desain Urbanomad merupakan produk siap pakai yang tidak diproduksi secara massal, namun diproduksi dalam jumlah terbatas dengan tetap mengutamakan nilai estetika desain sebagai salah satu faktor utama. Penentuan harga produksi dan upah kerja berdasarkan sistem standar yang berlaku sesuai undang-undang. Upah kerja selain mengacu pada standar yang berlaku, juga ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama antara pihak produsen dengan pekerja.


Penentuan harga jual dengan perhitungan biaya produksi (upah kerja, biaya bahan, persentase biaya promosi, dan pajak) dikali 350% - 400% untuk penjualan ritel. Tiga puluh persen dari margin yang diperoleh merupakan nilai atas kekayaan intelektual dari karya desain tersebut.

10. Introducing The Art Fashion Business (Memperkenalkan bisnis seni fashion)

Tahap bisnis merupakan tahap akhir proses penciptaan desain. Produk busana yang telah diciptakan tidak semata-mata untuk kepuasan estetis semata. Faktor ekonomi juga menjadi faktor

penting dalam proses penciptaan desain. Tahap ini merupakan evaluasi akhir dari produk yang diciptakan seperti kesesuaian produk dengan hasrat yang ingin dicapai dan disampaikan pencipta dengan tanggapan publik sebagai penilai dan pengguna produk desain. Tanggapan ini dapat digunakan sebagai masukan dalam proses penciptaan desain selanjutnya.

Tahap ini merupakan *review* terhadap sistem bisnis yang dijalankan. Konsep bisnis dirancang dengan menggunakan sebuah metode yang disebut bisnis kanvas. Bisnis kanvas adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2012: 14). Terdapat 9 blok bangunan dalam bisnis model kanvas yaitu; *customer segments* (segmen pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai), *channels* (jejaring), *customer relationships* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnerships* (kemitraan utama), dan *cost structure* (struktur biaya).

 XANDER.G BUSINESS CANVAS	KA (KEY ACTIVITIES)	VP (VALUE PROPOSITIONS)	CR (CUSTOMER RELATIONSHIP)	CS (CUSTOMER SEGMENTS)
	- Produksi (perancangan dan pembuatan produk). - Promosi (pameran, <i>fashion show</i> , dan promosi lewat media sosial).	- Desain menarik. - <i>Anti mainstream</i> . - <i>Unisex</i> . - <i>Edgy Eclectic</i> . - Ergonomis.	- Barman personal. - Komunitas. - Kokreasi.	- Pria dan wanita. - Usia 20-40 tahun. - <i>Anti mainstream</i> . - <i>Berpikiran terbuka</i> . - Dinamis.
KP (KEY PARTNERSHIP)	KR (KEY RESOURCES)	CH (CHANNELS)		
- Garment, konveksi, dan pengapal - Agensi model. - Kurir ekspedisi. - <i>Department store</i> . - Butik mitra.	- Fisik (Bangunan studio, mesin, dan fasilitas fisik lainnya). - Sumber daya Manusia (talent kreatif, produksi, dan administrasi). - Finansial.	- Website. - Media sosial. - Toko fisik. - Toko mitra.		
CS (COST STRUCTURE)		RS (REVENUE STREAMS)		
- Gaji pegawai. - Biaya pabrikasi. - Biaya pemasaran dan penjualan.		- Penjualan aset/produk ritel melalui <i>online shop</i> . - Penjualan <i>wholesale</i> . - Penyewaan/ <i>leasing</i> .		

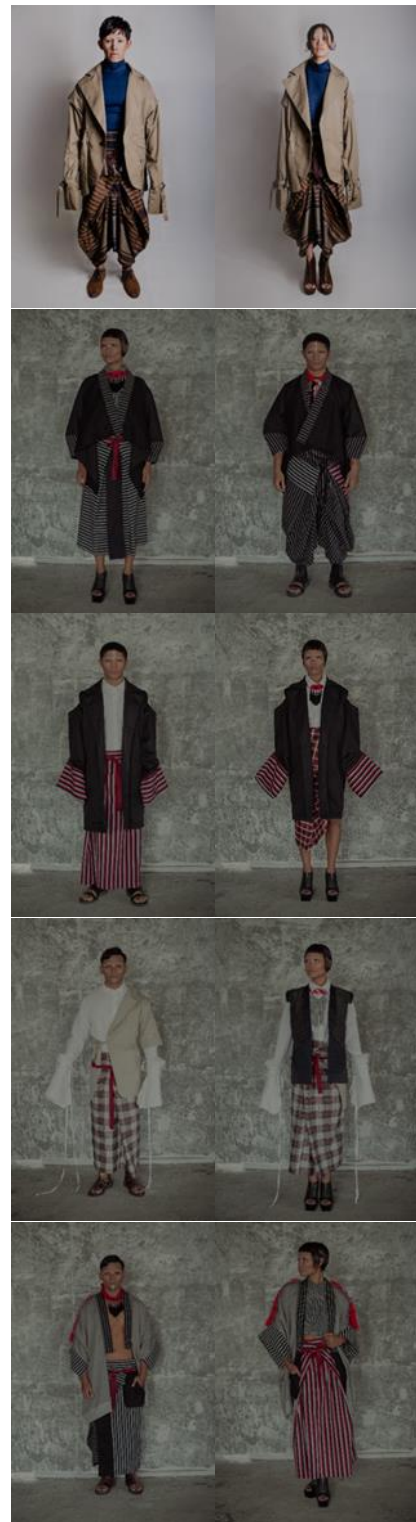
Tabel 1. Model bisnis Canvas (Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018)

Hasil Penciptaan Karya

Karya desain secara umum dapat ditinjau dari dua segi yaitu melalui wujud fisik/bentuk dan isi/makna yang terkandung di dalamnya. Segi bentuk merupakan wujud rupa indrawi yang dapat diamati melalui unsur-unsur rupanya. Segi isi merupakan pranata ide dari berbagai gambaran perasaan yang dipresentasikan dalam wujud lahiriah.

Koleksi *Urbanomad* merupakan koleksi busana yang menampilkan sarung sebagai topik utama. Produk final berupa inovasi produk sarung yang selanjutnya dapat dipadupadankan dengan jenis pakaian lainnya, sehingga tercipta sebuah identitas gaya berpakaian yang unik. Berikut ditampilkan koleksi final karya desain *Urbanomad* dengan konsep busana *unisex*:





Gambar 5. Koleksi *urbanomad*
 Sumber: Dokumentasi pencipta, Weda Githa, 2018

Produk desain merupakan hasil ciptaan yang mengacu pada dua aspek yaitu ideoplastis dan

fisioplastis. Ideoplastis adalah aspek yang meliputi ide atau gagasan, pengalaman, emosi, dan fantasi pencipta dalam memvisualisasikan karya. Sedangkan, aspek fisioplastis hal-hal yang menyangkut masalah teknik perwujudan karya, meliputi mengatur unsur-unsur desain untuk mendukung ide atau gagasan. Dengan demikian aspek fisioplastis lebih kepada pembahasan mengenai wujud fisik karya.

Aspek ideoplastis dapat diamati dari transformasi ide pemantik ke dalam wujud karya desain. merupakan hasil dari sintesa ide atau gagasan dalam bentuk karya. Sintesa ide atau gagasan ke dalam wujud karya melalui proses metode kreatif sesuai dengan yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Visualisasi ide atau gagasan ke dalam sebuah produk tentu saja melibatkan emosi, pengalaman, dan imajinasi pencipta. Keterhubungan antara sumber ide dengan produk desain dapat dilihat melalui unsur-unsur yang serupa. Contoh; pemakaian sarung tetap dikonsepsi dengan teknik melilit, mengikat dan menyematkan, hanya saja struktur dan model potongan dipikirkan sedemikian rupa agar lebih praktis.

Gaya padu padan busana juga tetap mengacu pada sumber ide pemantik seperti, pemakaian bahan dengan konsep *layering*, menggunakan stola yang disampirkan di bagian pundak, Namun tentu saja perlu adanya inovasi untuk sesuatu yang baru dan original. Untuk originalitas dan kebaruan tersebut maka dibutuhkan kreatifitas dan karakter desain yang kuat dari penciptanya melalui olah emosi, imajinasi, dan pengalaman.

Visualisasi konsep desain ke dalam karya diperoleh dari seberapa dalam penjabaran konsep tersebut melalui unsur-unsur penunjangnya. Hasil riset sekunder seperti *style*, *look*, *trend*, siluet, hingga pasar yang dituju, membantu dalam mengungkapkan dan mempresentasikan konsep penciptaan melalui wujud Bahasa visual.

Karya desain *Urbanomad* dikemas dalam gaya busana (*style*) *edgy* eklektik. Gaya *edgy* mengacu pada gaya kekinian sesuai dengan acuan tren terdepan. Konsep *edgy* acuannya berbeda-beda di setiap masa, tergantung konteks tren pada saat tersebut. Eklektik merupakan hasil perpaduan dari beberapa unsur budaya. Dalam karya ini terlihat perpaduan antara gaya timur yang eksotis dan gaya barat yang modern. Perpaduan tersebut merupakan salah satu representasi perspektif postmodern yang merupakan latarbelakang konsep penciptaan.

Look koleksi *Urbanomad* adalah *androgynous beauty*. *Look androgyny* yaitu perpaduan gaya

maskulin dan feminin, merupakan salah satu faktor utama yang harus terpresentasikan dengan baik dalam visualisasi konsep penciptaan. *Look androgyny* juga dapat dipresentasikan melalui penciptaan busana *unisex* yang dapat dikenakan oleh kedua gender.

Aspek fisioplastis karya dapat diamati melalui unsur-unsur fisik pembentuk karya. Berikut dibahas mengenai aspek fisioplastis karya *Urbanomad* melalui elemen dan prinsip dasar desain. Unsur titik, garis, bidang, volume, warna, tekstur, value, dan ruang diatur dengan prinsip desain seperti keseimbangan, fokus, ritme, kesatuan, harmoni, proporsi, kontras, dan arah/tujuan.

Unsur titik dalam karya desain *Urbanomad* ada namun tidak menjadi unsur utama. Unsur titik dikomposisikan dalam bentuk susunan kancing yang berfungsi untuk penyemat sarung di bagian pinggang dan pada bagian bukaan (*opening*) busana. Garis merupakan unsur desain yang tampak dominan dalam karya desain *Urbanomad*. Permainan unsur garis terlihat jelas dalam motif kain dan model potongan/konstruksi busana. Unsur bidang pada karya *Urbanomad* diantaranya dapat dilihat melalui penempatan detail kantong pada sarung dan busana penunjang lainnya. Volume mengacu pada siluet busana. Siluet merupakan tampilan bentuk keseluruhan busana dan berperan penting dalam merekayasa tampilan bentuk tubuh. Unsur gempal/volume pada karya *Urbanomad* mengacu pada siluet H dengan model potongan longgar (*loose and oversize*). Palet warna koleksi *Urbanomad* terdiri dari warna akromatik (hitam, putih, abu-abu) dan warna split komplementer antara merah dengan biru. Warna coklat merupakan warna penghubung antara warna split komplementer agar dapat tercipta kesan harmonis diantara dua warna kontras tersebut. Unsur tekstur pada koleksi *Urbanomad* dapat diamati pada permukaan tekstil, rekayasa/manipulasi kain, dan pada detail busana.

Karya desain *Urbanomad* mengacu pada dua keseimbangan yaitu keseimbangan simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris digunakan pada beberapa desain outer, kemeja dan sarung. Demikian pula keseimbangan asimetris digunakan pada beberapa desain sarung, atasan dan outer. Prinsip keseimbangan yang dominan tampak pada padu padan busana (*total look*) adalah keseimbangan asimetris. Keseimbangan asimetris diperoleh dengan mengatur komposisi beberapa elemen yang tidak sama porsinya. Keseimbangan

asimetris memberikan kesan lebih dinamis, tidak monoton dan tidak kaku pada koleksi.

Prinsip dominasi pada komposisi karya *Urbanomad* adalah sebagai daya tarik dan pusat perhatian. Dominasi dapat pula disebut dengan istilah *eye catcher*, *eye pathway*, atau *emphasis*. Penekanan aksentuasi pada karya sarung *androgyny* menjadi bagian penting yang perlu diperhatikan. Contoh fokus/dominasi pada karya *Urbanomad* seperti pada permainan motif garis baik dengan arah, ukuran garis, atau perpaduan garis dan warna. Dominasi juga bisa diperoleh dari komposisi detail dan potongan busana yang unik seperti model ukuran panjang lengan *oversize*, detail tapestri di bagian tertentu, dan rekayasa tekstil (monumental tekstil) di beberapa bagian busana.

Pada karya *Urbanomad*, kesatuan dan harmonisasi koleksi salah satunya diperoleh dengan memperhatikan prinsip irama/ritme. Pengulangan beberapa unsur desain seperti warna, garis, siluet, dan tekstur dari satu tampilan (*look*) ke tampilan yang lainnya merupakan proses dalam menciptakan irama/ritme. Kontras merupakan salah satu cara untuk mengarahkan penikmat karya desain untuk mengetahui *point of interest* dari karya desain. Pada karya desain *Urbanomad* kontras terdapat pada komposisi bidang polos dengan motif garis atau kotak-kotak. Dapat ditemui pula pada komposisi warna gelap dan terang. Kontras juga bisa diamati pada tekstur bahan, yaitu antara tekstur kasar dengan tekstur halus.

Prinsip proporsi pada desain fashion merupakan hal penting dan menjadi acuan dasar dalam produksi busana. Memahami bentuk anatomi tubuh baik wanita maupun pria berarti belajar memahami proporsi. Proporsi erat kaitannya dengan model potongan (*cutting*) busana. Dengan proporsi yang tepat sebuah busana dapat memaksimalkan penampilan pemakainya. Proporsi berarti mengatur perbandingan ukuran-ukuran potongan busana dengan komposisi unsur-unsur desain penyusunnya sehingga tercipta keserasian tampilan.

Kesatuan dan keselarasan koleksi *Urbanomad* diperoleh apabila unsur-unsur penyusunnya saling mendukung dan memiliki persamaan, kontinuitas, irama, dan pengulangan.

Karya desain *Urbanomad* diciptakan dengan tujuan untuk mempromosikan sarung sebagai identitas mode Indonesia. Sarung yang diciptakan merupakan sarung bergaya androgyny sehingga

dapat digunakan oleh pria ataupun wanita. Target pasar produk tersebut tidak hanya untuk konsumsi pasar lokal, tetapi bagaimana produk tersebut dapat diminati oleh pasar asing di luar Indonesia. Untuk itu pada saat mengolah unsur-unsur desain menjadi produk jadi harus dapat mempresentasikan konsep dan tujuan desain secara menyeluruh.

Koleksi *Urbanomad* menggunakan bahan berupa perpaduan antara tekstil tradisi dan modern. Tekstil tradisional yang digunakan pada koleksi *Urbanomad* adalah kain lurik. Tekstil modern yang digunakan adalah kain katun poplin, katun-linen, twill, *knitted*, *quilted blister*, *scuba*, katun slub, dan kain tenun sarung.

Pertimbangan nilai estetika karya desain *Urbanomad* sejalan dengan wacana diatas. Nilai estetika karya desain *Urbanomad* mengadaptasi nilai estetika tradisi yang dikemas dalam konteks global sehingga muncul nilai estetika yang eklektik. Dengan demikian penciptaan karya desain *Urbanomad* merupakan salah satu bentuk transformasi budaya, dimana di satu sisi memiliki nilai kontekstual memperkenalkan nilai estetika tradisi dan jati diri bangsa, namun di sisi lain juga mengadaptasi nilai-nilai global sesuai dengan perkembangan zaman.

Karya desain *Urbanomad* seperti yang telah dipaparkan pada pendahuluan memiliki tujuan untuk mempromosikan sarung sebagai salah satu identitas mode Indonesia. Sesuai dengan konsep dasar karya desain yakni mengangkat nilai kearifan lokal untuk diperkenalkan ke kancan global. Kata "identitas mode" Indonesia merupakan salah satu kata kunci yang harus dapat secara lugas dijelaskan baik dengan bahasa verbal ataupun bahasa visual. Identitas berarti jati diri, karakter, ciri khas, dan kepribadian bangsa yang dalam hal ini divisualisasikan dengan tanda-tanda visual seperti simbol, ikon, ataupun kode.

karya desain *Urbanomad* kembali mempopulerkan sarung sebagai bagian dari mode Indonesia. Gaya eklektik dari perpaduan timur dan barat merupakan simbol dari sikap bangsa Indonesia yang mudah beradaptasi dengan perubahan zaman, namun disatu sisi tetap memegang teguh budaya dan kepribadian bangsa Indonesia.

Identitas kebangsaan pada sarung diantaranya diperoleh melalui pemanfaatan kain tradisi sebagai salah satu bahan pembuatan sarung. Makna kontekstual dari pemanfaatan kain tradisi pada kain sarung adalah identitas kebangsaan. Ciri khas dan

karakteristik kain tradisi mencerminkan budaya Indonesia yang kaya, tidak dimiliki bangsa lain.

Desain koleksi *Urbanomad* bergaya *androgyny*, yaitu gaya *fashion* yang tidak maskulin dan feminin. Gaya *androgyny* identik dengan busana *unisex*, yaitu busana yang dapat dikenakan oleh pria ataupun wanita. Makna kontekstual dari gaya busana *androgyny* pada desain sarung dan busana penunjangnya adalah sebuah wacana kesadaran antidiskriminasi gender, tidak hanya berbicara kesetaraan antara gender feminin dan maskulin, tetapi juga identitas gender lainnya. *Urbanomad* adalah karya desain *fashion* kontemporer dengan tujuan selain untuk memberikan alternatif identitas mode Indonesia, juga diharapkan dapat menggedukasi masyarakat mengenai sikap kritis dan kepekaan terhadap isu gender yang dituangkan ke dalam Bahasa visual.

Ergonomi adalah kajian yang membahas mengenai hubungan antara manusia dengan pekerjaan yang dilakukannya berdasarkan aturan kerja tertentu.

Ergonomi desain adalah cara yang digunakan dalam mendesain sebuah produk dengan memperhatikan batasan-batasan yang dimiliki oleh tubuh manusia.

Faktor ergonomis juga menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam proses penciptaan pada bidang desain *fashion*. Produk desain *fashion* tidak hanya memperhatikan penciptaan produk dari segi estetis dan makna simbolik saja, tetapi juga faktor kenyamanan dan kesesuaian busana dengan pemakainya. Nilai ergonomis karya desain *Urbanomad* memperhatikan beberapa faktor seperti ukuran dan proporsi (*sizing*) dan pemilihan bahan tekstil.

Karya *Urbanomad* akan dipresentasikan dengan menampilkan *fashion* film berdurasi 6 menit dilanjutkan dengan pagelaran busana. *Fashion* film merupakan media presentasi yang dewasa ini banyak digunakan untuk mempromosikan produk *fashion*. Media presentasi ini merupakan pilihan yang tepat digunakan di tengah maraknya aplikasi media sosial yang dapat mengunggah konten gambar dan video dengan mudah. *Fashion* film ini berupa cuplikan atau klip yang menampilkan karya sarung dan bagaimana produk tersebut dipadupadankan dengan jenis busana yang lainnya, bagaimana *styling* produk tersebut, hingga presentasi produk tersebut hingga dapat digunakan oleh laki-laki dan wanita. Konsep skenario *fashion* film menyesuaikan dengan konsep penciptaan desain.

Pagelaran busana dilakukan setelah pemutaran *fashion* film selesai ditayangkan. Pagelaran busana bertujuan untuk memperagakan busana secara langsung di depan audien, dengan demikian busana dapat diamati lebih jelas. Konsep pagelaran busana dikemas minimalis dengan sedikit sentuhan teatral.

PENUTUP

Urbanomad merupakan karya desain *fashion* yang mempromosikan sarung sebagai salah satu identitas mode Indonesia dengan mendukung gerakan “*sarung is my new denim*” yaitu sebuah gerakan mempopulerkan penggunaan sarung selayaknya celana denim. Konsep desain *Urbanomad* dilandasi oleh perspektif postmodernisme yaitu mempresentasikan multikulturalisme, keberagaman, wacana paradoksal global lokal, dan anti diskriminasi bagi kaum gender minoritas yang selama ini termarginalkan.

Adapun simpulan dari tesis karya *Urbanomad* adalah sebagai berikut:

1. Proses penciptaan karya desain *Urbanomad* menggunakan metode kreatif FRANGIPANI, *The Secret Steps of Art Fashion*. Terdiri dari sepuluh langkah kreatif yaitu pencarian dan pengembangan ide, riset, analisa elemen seni, pengembangan desain, sampel, singularitas ide dengan produk akhir, promosi, afirmasi *branding*, produksi seni melalui metode kapitalis humanis, dan rancangan bisnis *fashion*.
2. Sarung merupakan artifak budaya yang dapat dijadikan sebagai salah satu ikon identitas mode Indonesia. Bentuknya yang sederhana memungkinkan untuk diaplikasikan sebagai busana bergaya *androgyny unisex*. Faktor ukuran (*size*) juga menjadi pertimbangan selain wujud desain. Pengetahuan mengenai perbedaan ukuran antara anatomi tubuh wanita dan pria dan rentang ukuran tubuh standar menjadi salah satu kunci dalam mengembangkan struktur desain dan model potongan busana koleksi *Urbanomad*. Ukuran yang tepat diperlukan agar sarung dan busana pelengkapannya dapat digunakan dengan nyaman baik oleh pria maupun wanita.
3. Karya desain sarung *Urbanomad* memiliki nilai-nilai estetika yang berbasis pada kekayaan budaya Indonesia. Nilai-nilai estetika dapat dianalisa melalui komposisi

elemen-elemen desain penyusunnya seperti garis, warna, bentuk, volume, tekstur, dan lain-lain. Elemen desain tersebut dikomposisikan berdasarkan panduan prinsip desain seperti keseimbangan, fokus, irama, proporsi, kesatuan, dan harmoni. Nilai estetika berbasis budaya juga diperoleh dari pemanfaatan kain tradisi lurik dengan motif garis dan tekstur permukaan bahannya yang khas. Garis merupakan elemen dominan yang menjadi fokus dari karya *Urbanomad*. Konsep estetika pada karya *Urbanomad* berbasis kearifan lokal namun dikemas global dengan mencampurkan beberapa unsur budaya lainnya sehingga tercipta keindahan yang berkarakter *edgy eclectic*.

DAFTAR RUJUKAN

- Arroyo, Natalio. (2011). *1 Brief, 50 Designers Solutions in Fashion Design*. USA: Rockport Publishers.
- Arvanitidou, Zoi & Gasouka, Maria. *Fashion, Gender, and Social Identity*. Rhodes: University of Aegean
- Barnard, Malcom. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi*, Yogyakarta: Jala Sutra.
- Baugh, Gail. (2011). *The Fashion Designer's Textile Directory*. London. Thames & Hudson Ltd.
- Bond, David. (1998). *The Guinness Guide to 20 Century Fashion*. Guinness Publishing Limited.
- Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cavallaro, Dani. (2004). *Teori Kritis & Teori Budaya*. Yogyakarta: Penerbit Niagara.
- Clarke, Simon. (2011) *Textile Design*. London. Laurence King Publishing Ltd.
- Cora, Tjok Ratna. (2016). "Wacana Fesyen Global dan Pakaian di Kosmopolitan Kuta." Diss. Universitas Udayana.
- Djelantik. (2008). *Estetika Sebuah Pengantar*. Jakarta: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia (MSPI).
- Eldridge, Emily. (2013). *Androgyny in Western Culture*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.
- Faerm, Steven. (2011). *Creating a Successful Fashion Collection*. New York: Barron's Educational Series Inc.
- Faerm, Steven. (2010). *Fashion Design Course*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Garthe, Mary. (1995). *Fashion and Color. Massachusetts*: Rockport Publishers, Inc.
- Gligorovska, Kristina. (2011) *Exploration of The Gender Myth Via Fashion Media*. Stockholm: Stockholm University.
- Hallet, Cilive & Jhonston, Amanda. (2014). *Fabric for Fashion The Complete Guide*. London. Laurence King Publishing Ltd.
- Knowles, Lori. (2006). *Pattern Making for Fashion Designer Menswear*. USA: Fairchild, Inc.
- Jung, Carl Gustav. (2016) *Memories, Dreams, Reflections*. Yogyakarta: Octopus Publishing.
- Laver, James. (1995) *Costume & Fashion*. London. Thames & Hudson Ltd.
- Leach, Robert. (2012). *The Fashion Resource Book*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Lubis, Akhyar. (2014). *Postmodernisme Teori dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Marcangeli, Sveva. (2015) *Undressing the Power of Fashion: The Semiotic Evolution of Gender Identity by Coco Chanel and Alexander McQueen*. Bucknell University.
- Nordholt, Henk Schulte. (2005). *Outward Appearances; Trend, Identitas, Kepentingan*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.
- North, Michael. Possessions of Sarong and Other Textiles in Batavia and Malacca in the 18th Century. t.tp., t.th.
- O'Donnell, Kevin. (2009) *Postmodernisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sachari, Agus & Sunarya, Yan-Yan. (2001) *Wacana Transformasi Budaya*. Bandung: Penerbit ITB.

Sumardjo, Jakob. (2014) *Estetika Paradoks*. Bandung: Penerbit Kelir.

Sumaryono. (1999). *Hermeneutik, Sebuah Metode Filsafat*. Yogyakarta: PT Kanisius.

Terre, Edi Riyadi, Gadis Arivia, Moh Yasir Alimi, Neng Dara Affiah. (2013). *Manusia, Perempuan, Laki-Laki*. Jakarta: Komunitas Salihara-Hivos.

Vihma, Susann & Väkevä, Seppo. (1990). *Semantic Visions in Designs*. UIAH.

Wilson, Elizabeth. (2003). *Adorned in Dreams Fashion and Modernity*. New York: I.B. Tauris & Co Ltd.

Zaman, Alim. (2002). *100 Tahun Mode di Indonesia 1901-2000*. Jakarta: Meutia Cipta Sarana.

Sumber Artikel Online

Dari 16 Subsektor Ekonomi Kreatif, Baru 3 yang Berkembang, Pingit Aria. 15 Maret 2016. Tempo.Co. 3 Januari 2018.

<https://bisnis.tempo.co/read/1089127/bekraf-ajak-berkolaborasi-mendorong-laju-ekonomi-kreatif>

Sesarah Lurik; Lurik dari Masa ke Masa, Feti Anggraeni. 2007. Majalah ARTISTA No. 1 & 2 Vol. 10. 1 Juni 2018.

<http://www.kain-lurik.com/artikel/6-sejarah-lurik>