

MOTIF BATIK *MEGA MENDUNG* SEBAGAI INSPIRASI DALAM PENERAPAN METODE *RE-DESIGN* PADA BUSANA DENIM *SECONDHAND*

Mega Mendung Batik Motif as Inspiration of Re-Design Method on Secondhand Denim Clothing

Arini Arumsari dan Hayu Nurseptira Putri

Universitas Telkom, Jalan Telekomunikasi No. 1 Ters Buahbatu Bandung

Korespondensi Penulis

Email : ariniarumsari@telkomuniversity.ac.id

Naskah Masuk : 28 Juni 2021

Revisi : 14 Mei 2022

Disetujui : 16 Mei 2022

Kata kunci: motif *Mega Mendung*, *re-design*, busana *secondhand*, denim

Keywords: Mega Mendung motif, re-design, secondhand clothes, denim

ABSTRAK

Industri *fashion* saat ini sedang berkembang sangat pesat sebagai salah satu sub-sektor dalam ekonomi kreatif Indonesia, masih diperkirakan akan semakin berkembang lagi dengan mendapatkan dukungan dari banyak *stakeholder*. Perkembangan industri *fashion* tersebut merupakan hal yang baik dalam bidang ekonomi, tetapi akan juga mendatangkan dampak buruk pada lingkungan jika tidak diarahkan dengan baik. Dampak buruk yang sudah terjadi yaitu menumpuknya busana-busana yang sudah tidak dipakai dan memiliki daur hidup yang singkat. Maka untuk memperpanjang daur hidup dari busana bekas atau *secondhand* tersebut akan diterapkan metode *re-design*. Jenis busana *secondhand* yang dipilih adalah busana dari material kain denim. Metode penelitian yang dilakukan yaitu diawali dengan pengumpulan data literatur yang menjadi landasan penelitian, selanjutnya dilakukan observasi untuk mendapatkan data primer. Dalam tahap observasi awal, ditemukan bahwa busana *secondhand* dengan material denim ini banyak ditemukan di Pasar Cimol Gedebage di Kota Bandung – Jawa Barat. Untuk memfokuskan perancangan produk dengan metode *re-design* ini, dipilih inspirasi dari kebudayaan Indonesia yaitu motif batik *Mega Mendung*. Motif ini dipilih karena merupakan salah satu motif batik yang sangat populer sebagaimana halnya kain denim yang menjadi material utama dalam perancangan. Selain itu antara motif batik *Mega Mendung* dan kain denim juga memiliki kesamaan nuansa warna biru yang diperkirakan akan saling selaras. Berdasarkan inspirasi dari motif batik *Mega Mendung* tersebut dilakukan eksperimen teknik *surface textile design* untuk menutupi berbagai kekurangan yang terdapat pada busana *denim secondhand*. Pada tahap akhir dilakukan perancangan busana baru dari busana-busana *secondhand* yang telah dibongkar dan lalu dirangkai kembali. Hasil dari perancangan tersebut yaitu busana dengan nilai ekonomi dan nilai estetika yang tidak kalah dengan produk *fashion* baru. Dengan kualitas yang dapat dibuktikan oleh produk *fashion* hasil *re-design* ini, maka metode *re-design* ini dapat menjadi alternatif solusi dalam permasalahan yang diakibatkan oleh industri *fashion*.

ABSTRACT

The fashion industry, which is currently developing rapidly as one of the sub-sectors in Indonesia's creative economy, is still expected to grow again with many stakeholder support. The development of the fashion industry is a good thing in the economic field. However, it will also negatively impact the environment if it is not directed correctly. The lousy impact that has occurred is the accumulation of

clothes that are no longer used and have a short life cycle. So to extend the life cycle of the secondhand or secondhand clothing, a re-design method will be applied. The type of secondhand clothing chosen is clothing made of denim fabric material. The research method starts with the collection of literature data which is the basis of the research, and then observations are carried out to obtain primary data. In the initial observation stage, it was found that secondhand clothing with denim material was found in the Cimol Gedebage Market in Bandung City – West Java. To focus on product design with this redesign method, inspiration from Indonesian culture was chosen, namely the Mega Mendung batik motif. This motif was chosen because it is one of the most popular batik motifs as well as denim which is the main material in the design. In addition, the Mega Mendung batik motif and denim fabric also have similar shades of blue, which are expected to be in harmony with each other. Based on the inspiration from the Mega Mendung batik motif, experimental surface textile design techniques were carried out to cover the various shortcomings found in secondhand denim clothing. In the final stage, new clothes are designed from secondhand clothes that have been disassembled and then reassembled. The result of the design is clothing with economic value and aesthetic value that is not inferior to new fashion products. With the quality that this re-designed fashion product can prove, this re-design method can be an alternative solution to problems caused by the fashion industry.

PENDAHULUAN

Fashion sebagai salah satu sub-sektor dalam industri kreatif di Indonesia, telah menjadi salah satu subsektor terbesar dalam industri kreatif tersebut. Berdasarkan data “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Digital 2045” oleh Kementerian PPN/Bapenas Republik Indonesia. Pada tahap pertama dalam membangun strategi tersebut, yaitu dilakukan penguatan terhadap sub-sektor unggulan, yaitu: film, animasi dan video; animasi dan game; musik; kriya; kuliner dan *fashion*. Disebutkan juga bahwa penguatan tersebut ditujukan untuk meningkatkan nilai tambah yang dihasilkan sub-sektor industri tersebut (Kementerian PPN/Bapenas Republik Indonesia, 2019).

Dukungan dari pemerintah tersebut telah diimplementasikan dalam bentuk berbagai program dimana pemerintah bekerjasama dengan *stakeholder* lainnya untuk mendukung pengembangan industri *fashion*. Keadaan dimana industri *fashion* sangat didukung untuk semakin berkembang tersebut tentu saja menjadi

hal yang sangat positif dan menjadi peluang untuk para desainer atau praktisi di bidang *fashion* untuk berkreasi.

Peningkatan nilai tambah dalam industri *fashion* yang dimaksudkan untuk naik dalam “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Digital 2045” oleh Kementerian PPN/Bapenas Republik Indonesia tersebut tentu bukan hanya nilai ekonomi saja. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa sebagai industri yang besar, industri *fashion* juga memiliki potensi dampak negatif terhadap lingkungan. Dampak buruk yang diakibatkan industri *fashion* terhadap lingkungan salah satunya adalah produk-produk *fast fashion* yang dikonsumsi dengan berlebihan oleh konsumen sehingga akhirnya menumpuk dengan daur hidup yang sangat rendah. Penumpukan produk *fashion* yang sudah tidak terpakai tentu akan menjadi beban terhadap lingkungan jika hanya dibuang begitu saja sebagai sampah atau limbah. Maka sebaiknya ada upaya yang dilakukan untuk memperpanjang daur hidup produk *fashion* tersebut.

Dibalik berbagai potensi permasalahan yang terjadi dari industri *fashion* saat ini, sudah banyak pihak baik perorangan ataupun komunitas dan organisasi yang memiliki inisiatif untuk mengembangkan praktek-praktek *fashion* yang lebih ramah lingkungan (Arumsari, Sachari, & Kusmara, 2018b).

Perbedaan praktek-praktek *fashion* yang lebih ramah lingkungan dengan perancangan produk *fashion* pada umumnya yaitu, *fashion* yang lebih ramah lingkungan seharusnya tidak hanya mempertimbangkan nilai-nilai estetika; fungsional dan ekonomi saja. Tetapi harus lebih mempertimbangkan dampak yang akan terjadi pada lingkungan yang diakibatkan berbagai siklus yaitu mulai dari proses pengadaan material bahan baku; proses produksi; hingga konsumsi produk *fashion*. Adapun ruang lingkup lingkungan yang dimaksud yaitu terdiri dari lingkungan biotik yang terdiri dari manusia; hewan dan tumbuhan. Juga lingkungan abiotik seperti tanah; air dan udara sekitar.

METODOLOGI PENELITIAN

Pengembangan praktek *fashion* yang lebih ramah lingkungan tersebut secara garis besar dinamai dengan konsep *sustainable fashion*. *Sustainable fashion* pada awalnya tampaknya menjadi konsep yang paling komprehensif untuk masalah yang disebabkan oleh pertumbuhan industri *fashion* yang pesat. Dalam *sustainable fashion* harus terdapat siklus hijau yang tidak terputus mulai dari proses produksi; konsumsi; representasi hingga marketing produk (Black, 2012). Selain itu, *sustainable fashion* secara lebih kompleks juga mencakup nilai-nilai ramah

lingkungan, sosial dan etik. Namun setelah berbagai penelitian dilakukan, ternyata konsep tersebut akan kurang cocok diterapkan di Indonesia, mengingat situasi sosial-ekonomi masyarakatnya (Arumsari, Sachari, & Kusmara, 2018a).

Sehingga untuk konsep ramah lingkungan yang akan dipilih yaitu mengkhususkan pada penerapan metode *re-design* saja, diantara sekian banyak metode yang terdapat dalam *sustainable fashion*.

Hal tersebut juga sejalan dengan tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu mengimplementasikan upaya memperpanjang daur hidup dari busana *secondhand*. Metode yang dapat dilakukan untuk memperpanjang daur hidup sebuah benda yaitu metode *re-design*. Dalam makalah ini metode *re-design* akan diaplikasikan pada busana *secondhand* dengan jenis material *denim*. Busana *denim secondhand* ini dipilih untuk diolah dikarenakan berdasarkan hasil observasi, dalam kategori busana *secondhand*, material *denim* paling banyak ditemukan.

Asumsi awal mengenai hal tersebut adalah bahwa, karakter material *denim* yang kuat sehingga menjadikan busana dengan material *denim* juga kuat dan tidak mudah rusak. Hal tersebut menyebabkan walaupun berupa busana *secondhand*, tetapi keutuhan dan kualitas material masih baik. Kedua yaitu, dalam hal *style* atau tren, busana *denim* tak lekang oleh zaman dan selalu disukai oleh konsumen apapun tren yang berlaku saat itu.

Untuk memfokuskan penelitian, pengolahan busana *denim secondhand* yang dilakukan mengambil sumber busana dari Pasar Cimol Gedebage di Kota

Bandung – Jawa Barat. Tempat ini merupakan tempat penjualan busana *secondhand* terbesar di Kota Bandung yang merupakan salah satu kota *fashion* besar di Indonesia.

Busana *denim secondhand* yang didapat dari Pasar Cimol Gedebage diolah dengan metode *re-design*. Adapun penerapan metode *re-design* ini dilakukan dalam beberapa tahap yaitu:

1. Analisa kerusakan atau kekurangan yang terdapat pada busana. Seperti misalnya adanya kerusakan berupa sobek, noda pada kain, ketidaklengkapan kancing dan lain-lain. Maka penerapan metode *re-design* untuk mensolusikan keadaan ini adalah dengan penerapan teknik *surface textile design* pada permukaan yang rusak.
2. Analisa model busana. Busana *secondhand* yang terdapat di Pasar Cimol Gedebage terdiri dari berbagai rentang waktu dan juga tren yang berjalan pada masa tersebut. Sehingga banyak busana *secondhand* yang terlihat *out of date* ataupun misalnya ukurannya tidak sesuai, ukuran terlalu besar atau terlalu kecil. Sehingga untuk mensolusikan keadaan ini akan diterapkan metode *re-design* dengan melakukan perombakan model busana.

Berdasarkan data-data awal tersebut, peneliti merumuskan bahwa metode *re-design* yang dilakukan memerlukan arahan visual yang menjadi inspirasi dalam perancangan produk baru. Motif batik *Mega Mendung* dipilih sebagai inspirasi perancangan dengan maksud agar produk yang dihasilkan memiliki karakter yang

kuat dan memiliki nilai estetika yang tidak kalah dengan produk *fashion* baru.

Inspirasi visual yang dipilih berasal dari lokal konten kebudayaan Indonesia dikarenakan untuk memberikan identitas yang kuat pada produk yang akan dibuat kelak, bahwa produk merupakan hasil dari dinamika yang terjadi pada perkembangan industri *fashion* terkini di Indonesia. Selain itu kemunculan motif batik pada busana modern juga diharapkan akan berkontribusi dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing ragam hias nusantara diantara semakin kuatnya gempuran pengaruh kebudayaan asing pada industri *fashion* di Indonesia. Sektor industri kerajinan batik yang konvensional tetap tumbuh di Indonesia, tetapi seiring berkembangnya berbagai dinamika yang terjadi diperlukan inovasi-inovasi baru agar mampu bersaing dan bertahan (Ciptandi & Ramadhan, 2021).

Adapun motif batik *Mega Mendung* dipilih dikarenakan beberapa pertimbangan yaitu:

1. Motif *Mega Mendung* merupakan salah satu motif batik yang sangat populer dari sekian banyak motif batik di Indonesia. Penggunaan motif ini diharapkan dapat dikombinasikan dan mengimbangi kepopuleran kain *denim* yang merupakan material yang juga sangat populer.
2. Motif *Mega Mendung* yang banyak ditampilkan dalam warna biru, juga diasumsikan akan cocok dengan karakter material *denim* yang akan diolah. Dikarenakan kain *denim* juga umumnya bernuansa warna biru.
3. Motif *Mega Mendung* selain populer karena keindahan visualnya juga memiliki makna filosofis yang sangat mendalam.

Hal ini diharapkan akan memberikan karakter yang kuat dan meninggikan nilai koleksi busana yang akan dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode *Re-design*

Metode *re-design* merupakan salah satu dari metode dalam lingkup *sustainable design* yang luas. Metode *re-design* diimplementasikan dengan mengidentifikasi dan mengurangi dampak lingkungan yang negatif dari produk atau proses yang telah ada. Dampak negatif dari produk atau proses yang telah ada tersebut misalnya limbah atau sisa hasil produksi atau produk yang sudah tidak terpakai. Sehingga pada level ini dapat dilakukan dengan pengolahan atau penggunaan kembali produk atau material yang sudah tidak terpakai tersebut menjadi produk yang bernilai guna (Tischner, Stø, Kjærnes, & Tukker, 2010).

Permasalahan yang teridentifikasi dan berusaha untuk ditanggulangi yaitu busana *denim secondhand* yang melimpah di Pasar Cimol Gedebage. Busana *secondhand* tersebut masih sangat potensial untuk diperpanjang daur hidupnya dan dinaikan nilai-nilai estetika ekonomi dan juga fungsionalnya.

Proses pengolahan material tekstil yang tidak berasal dari material baru, yaitu material limbah, sisa atau busana *secondhand* sudah banyak dilakukan saat ini, karena diharapkan dapat menjadi solusi alternatif dalam upaya pengolahan sampah yang dihasilkan oleh industri pakaian ataupun produk *fashion* ini. Selain itu proses perancangan busana dengan metode *re-design* ini juga diharapkan dapat menggiatkan industri kecil rumah

tangga yang dapat menjadi pelaku. Karena asumsi dasar bahan baku busana *secondhand* akan mudah untuk diperoleh namun dengan pengolahan yang baik secara *handmade* oleh industri rumah tangga ini tanpa memerlukan mesin industri yang besar dan rumit (Arumsari, 2010).

Kain *Denim*

Denim merupakan jenis kain yang dibuat dengan cara ditenun dengan serat katun biru pada pakan dan serat katun putih pada lungsi, inilah sebabnya mengapa warna kain jeans terlihat putih dibagian dalamnya. Kain *denim* dibuat dengan *twill weave*, sehingga menghasilkan garis-garis diagonal sebagai salah satu karakteristik dari kain tersebut. Tekstur kain *denim* kasar, tebal, dan tidak mudah kusut, lemas dan tidak kaku. Sampai saat ini *denim* menjadi fenomena *fashion* yang tak lekang oleh zaman, *denim* merupakan bahan yang unik dan sangat memungkinkan untuk dieksplorasi baik permukaan ataupun juga struktur kainnya (Santoso, Wijaya, & Ibrahim, 2017).

Kata *denim* berasal dari kata yang diambil dari sebuah frase asal Perancis "*Segre De Nimes*" atau dengan kata lain kain yang berasal dari kota Nimes di Perancis. Kain ini terbuat dari sutera dan wol. Terdapat kain *denim* lain yang dibuat dari campuran katun, linen, atau wol. Kain campuran tersebut dibuat dari Genoa, Italy yang disebut Genes (*jeans*). Kain *denim* yang dibuat dan sering dipakai untuk baju pria sangat berharga khususnya untuk durabilitasnya setelah dicuci beberapa kali. Seiring berjalannya waktu popularitas kain *denim* semakin naik dan sangat diminati (Nathanael & Panggabean, 2013).

Busana *Denim Secondhand*

Busana *denim secondhand* merupakan pakaian bekas berbahan dasar kain *denim* yang banyak dijual dipasar pakaian bekas impor. Di Indonesia, terdapat banyak tempat penjualan pakaian *secondhand* impor seperti di Kota Jakarta, Bogor, Bekasi, Batam, dan Kota Bandung. Terdapat banyak tempat penjualan pakaian *secondhand* di Kota Bandung, salah satunya yang terbesar adalah di Pasar Cimol Gedebage. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pedagang busana *secondhand* di Pasar Cimol Gedebage, sebelum *brand fast fashion* masuk ke Indonesia, kebanyakan pakaian *secondhand* tersebut diimpor dari Jepang dan Korea, dimana penduduk Jepang dan Korea merupakan penduduk yang memiliki minat berbelanja barang *fashion* tertinggi di Asia (Worohapsari, 2012). Tetapi disaat *brand fast fashion* sudah masuk ke Indonesia tidak hanya pakaian *secondhand* yang dijual di Pasar

Cimol Gedebage, namun pedagang setempat juga menjual pakaian *reject* dan pakaian baru dari *home industry* di sekitar Kota Bandung.

Dari hasil observasi yang dilakukan di Pasar Cimol Gedebage, pedagang banyak menjual pakaian-pakaian *secondhand* dengan berbagai macam jenis bahan, seperti kaos, katun, *polyester*, dan *denim*. Dari sekian banyak pakaian *secondhand* yang berada di Pasar Cimol Gedebage, secara jumlah *denim* merupakan yang paling banyak dijual dan berpotensi untuk diolah kembali.

Proses pengolahan busana *denim secondhand* ini dilaksanakan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. Pemilihan busana *secondhand* di Pasar Cimol Gedebage.
2. Tahap persiapan material yaitu pembersihan atau pencucian dengan cairan disinfektan. Mengingat busana-busana tersebut merupakan busana *secondhand* dan kemungkinan telah melalui proses pengiriman yang panjang.



Gambar 1. Tempat Penjualan Busana *Denim Secondhand* di Pasar Cimol Gedebage

3. Identifikasi kerusakan yang terdapat pada busana *secondhand* umumnya terdapat kerusakan atau kekurangan yang tampak, seperti misalnya sobek, berlubang, terkena noda dan lain-lain. Kerusakan ini selanjutnya direncanakan untuk dikoreksi dengan penambahan teknik *surface textile design* dengan terinspirasi motif batik *Mega Mendung*.
4. Identifikasi model atau *style* busana dari busana *denim secondhand*. Tidak seperti merancang produk dari material baru dan masih berupa kain, merancang busana dengan material awal busana *secondhand* memiliki tantangan tersendiri. Kesamaan dari busana yang didapat hanya dari material kain *denim*, selain itu jenis busana, *style* dan detail lainnya akan sangat berbeda-beda. Sehingga diperlukan acuan visual yang didapatkan dari motif batik *Mega Mendung* sebagai inspirasi utama.

Motif Batik *Mega Mendung*

Penelusuran mengenai sejarah motif batik *Mega Mendung* yaitu merupakan motif yang berasal dari pengaruh Budaya Tiongkok ke Cirebon. Cirebon sebagai daerah pesisir yang memiliki Pelabuhan Muara Jati menjadi pintu masuk berbagai kebudayaan yang dibawa oleh para saudagar baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Sekitar abad ke-enam belas, wilayah Cirebon didatangi oleh orang-orang Tiongkok yang hendak berdagang. Sunan Gunung Jati yang pada masa itu terkenal dalam penyebaran agama Islam di wilayah Cirebon menikahi Putri Ong Tien yang berasal dari Tiongkok. Hal inilah yang menjadi gerbang masuknya kebudayaan Tiongkok di wilayah Cirebon.

Warna nuansa biru dari motif batik *Mega Mendung* mendapat pengaruh dari keramik biru putih dari Cina. Dengan gradasi warna dari biru tua sampai biru muda yang mencapai 9 sampai dengan 11 nuansa muda (Prasetyo, 2010).

Bukti-bukti keterkaitan motif batik *Mega Mendung* dengan kebudayaan Tiongkok yaitu terdapat pada lukisan-lukisan awan pada piring dari Tiongkok yang menempel pada bangunan di situs Gunung Jati (Casta & Taruna, 2007).

Motif *Mega Mendung* berbentuk menyerupai awan dengan corak warna yang menggambarkan nuansa mendung. Motif yang dituangkan ke atas kain pada dasarnya berupa garis-garis lengkung yang membentuk gambar awan yang menggumpal. Umumnya motif batik *Mega Mendung* didominasi dengan warna biru, putih, dan abu-abu yang melambangkan warna langit ketika sedang mendung dan akan turun hujan.



Gambar 2. Motif Batik *Mega Mendung* (Prasetyaningtyas, 2011)

Warna biru juga melambangkan langit yang luas, bersahabat dan tenang serta melambangkan pembawa hujan yang dinanti-nantikan sebagai pembawa

kesuburan dan pemberi kehidupan (Desita & Kencono, 2013).

Motif *Mega Mendung* yang awalnya selalu berunsurkan warna biru diselingi warna merah menggambarkan maskulinitas dan suasana dinamis. Warna biru dan merah tua juga menggambarkan psikologi masyarakat pesisir yang lugas, terbuka, dan egaliter. Bentuk awan itu diolah seniman-seniman Cirebon sehingga mempunyai gaya tersendiri (Casta & Taruna, 2007).

PEMBAHASAN

Perancangan Produk

Proses perancangan produk yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Penyusunan *image-board*
2. Penyusunan *lifestyle-board*
3. Eksperimen material dengan teknik *surface textile design*
4. Proses *re-design* busana.

Proses perancangan produk yang pertama dilakukan adalah menyusun *imageboard* sebagai acuan visual dalam.



Gambar 3. *Image-board*

Tabel 1. Hasil Eksperimen Material

No	Foto Hasil Eksperimen	Keterangan
1		Teknik yang digunakan adalah sulam tangan (tusuk jelujur)
2		Teknik yang digunakan adalah sulam tangan (tusuk rantai)
3		Teknik yang digunakan adalah sulam tangan (tusuk rantai)
4		Teknik yang digunakan adalah <i>bleaching</i> dan teknik sulam tangan.
5		Teknik yang digunakan adalah: 1. Cabut serat 2. Jahit Tangan 3. Membuat <i>ruffles</i>
6		Teknik yang digunakan adalah: 1. Teknik sulam tangan (tusuk tikam jejak dan tusuk <i>festoon</i>) 2. Teknik patchwork dari kain sisa <i>denim</i>

7		Teknik yang digunakan adalah sulam tangan (tusuk jelujur)
8		Teknik yang digunakan adalah sulam tangan (tusuk jelujur dan tusuk rantai)

Setelah eksperimen terhadap material dilakukan, tahap selanjutnya adalah proses *re-design* busana. Proses *re-design* ini bertujuan untuk membuat sebuah produk *fashion* baru yang dapat menaikkan nilai estetika-fungsional dan juga ekonomi dari material sebelumnya. Dimana material sebelumnya yaitu busana *denim secondhand* yang terdiri dari berbagai jenis busana dan juga terdiri dari berbagai macam gaya. Maka pada proses *re-design* ini dilakukan perombakan bagian-bagian dari busana dan perangkaian kembali menjadi produk *fashion* baru.



Gambar 5. Proses Pembongkaran Bagian-Bagian Busana



Gambar 6. Proses Perangkainan Menjadi Produk Baru

Proses perangkaian kembali busana menjadi produk baru selanjutnya mengacu pada *image-board* dan juga *lifestyle-board* yang telah disusun sebelumnya. Bagian-bagian dari beberapa busana dirangkai kembali menjadi busana baru.

Berikut adalah hasil akhir dari proses perancangan produk:



Gambar 8. Produk Akhir 2



Gambar 7. Produk Akhir 1



Gambar 9. Produk Akhir 3

Potensi Pengembangan Produk *Fashion* Hasil *Re-design*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ali Charisma selaku Ketua Nasional *Indonesia Fashion Chamber* (IFC), jenis produk *fashion* dengan tema besar *sustainable fashion* sedang marak dikembangkan saat ini pada berbagai lapisan industri *fashion* di Indonesia. Hal tersebut seharusnya menjadi hal yang memang harus mulai dijalankan industri *fashion* di Indonesia dan tidak hanya sebatas tren saja.

Walaupun jika mengacu pada pengertian *sustainable fashion* di awal makalah ini, produk-produk yang dihasilkan belum dapat melingkupi seluruh aspek *sustainable fashion*, tetapi sudah dapat mengurangi resiko dampak buruk terhadap alam dan lingkungan sekitar.

Saat ini industri *fashion* adalah salah satu penyumbang limbah terbesar setelah minyak bumi. Sehingga bagi Indonesia dimana industri *fashion* merupakan salah satu sub-sektor ekonomi kreatif terbesar, sudah seharusnya mulai turut serta dalam menggunakan konsep *sustainable fashion*. Meski belum semua pelaku industri terlibat, namun beberapa produsen, desainer, dan konsumen sudah mulai memiliki kesadaran akan pentingnya konsep berkelanjutan

Hal ini terlihat dari bermunculannya beberapa *fashion brand* yang mengusung metode *re-design* pada perancangan produknya, yaitu: 'Saikako' yang berdiri sejak 2020; 'Make Them Jealous' yang berdiri sejak 2020, dan 'Summershit'. *Brand* yang paling lama berdiri adalah 'Summershit' yang telah mulai berkarya dengan mengolah busana *secondhand* sejak tahun 2018. Target *market* yang

disasar yaitu anak muda yang menyukai penampilan yang dinamis dan berbeda dari yang lain. Secara konsisten mengeluarkan koleksi-koleksi baru dimana seluruh produknya selalu mengusung metode *re-design* dari busana *secondhand*.



Gambar 10. Produk dari 'Summershit'
Sumber: ("<https://toko.ly/sush>," n.d.)



Gambar 11. Produk dari 'Saikako'
Sumber: ("<https://www.ussfeed.com/saikako-rilis-koleksi-agelessbertajuk-ejiresu>," n.d.)



Gambar 12. Produk dari 'Make The Jealous'
Sumber: ("<https://toko.ly/makethemjealous>," n.d.)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara garis besar perancangan busana dari material *secondhand* cukup menantang. Tantangan ini datang dari beberapa aspek yaitu: ketersediaan material yang tidak menentu dan ketidakseragaman karakter material. Sehingga untuk mengatasi kendala utama tersebut diperlukan berbagai acuan konsep yang disusun terlebih dahulu seperti *image-board* dan *lifestyle-board* untuk memberi inspirasi dan sekaligus juga memfokuskan perancangan.

Tantangan lain yang didapati pada metode *re-design* ini yaitu kualitas produk akhir yang harus dijaga supaya tetap memenuhi kaidah-kaidah produk *fashion* yang baik dan nyaman. Gaya atau *style* yang dibuat juga harus dapat menyaingi produk *fashion* baru, agar karya yang dihasilkan dapat diapresiasi dengan baik oleh masyarakat. Sehingga metode *re-design* ini dapat menjadi alternatif solusi dalam permasalahan yang diakibatkan oleh industri *fashion*.

Potensi pengembangan *fashion brand* dengan menggunakan metode *re-design* pada busana *secondhand* saat ini sangat potensial, hal ini terlihat dari keberhasilan 3 *fashion brand* yaitu: 'Saikako', 'Make Them Jealous' dan 'Summershit' yang telah secara konsisten memproduksi produk busana *secondhand* dengan metode *re-design* dan tetap digemari oleh konsumen.

Saran

Tantangan dan kesulitan tersebut seharusnya tidak menjadi penghambat untuk mengembangkan penelitian dengan jenis ini. Mengingat permasalahan yang

melatarbelakangi penelitian ini yaitu penumpukan pakaian bekas dikarenakan budaya konsumsi produk *fashion* yang berlebihan memang harus mendapatkan solusi secara terus-menerus. Sehingga sangat disarankan untuk lebih banyak penelitian dilakukan dengan metode *re-design* ini.

Inspirasi yang diangkat dalam perancangan produk juga disarankan menggunakan unsur-unsur dari kebudayaan Indonesia yang sangat kaya. Karena lokal konten yang dipilih akan menjadi ciri khas atau karakter yang sangat khas yang membedakan karya perancang Indonesia dengan perancang dari negara lain. Sebagaimana halnya dengan perancangan dalam penelitian ini yang mengambil inspirasi dari motif batik *Mega Mendung*. Inspirasi dari lokal konten Indonesia ini juga yang menjadi pembeda dan keunikan dari produk-produk *fashion* yang telah dibuat oleh *fashion brand* sebelumnya.

Dalam perancangan produk dengan metode *re-design* ini disarankan untuk sesedikit mungkin menggunakan material baru. Atau dengan kata lain sebisa mungkin mengoptimalkan seluruh material yang ada. Sehingga tidak menimbulkan sampah atau limbah baru jika menggunakan material lain.

KONTRIBUSI PENULIS

Kontributor utama dalam pelaksanaan penelitian secara umum adalah Arini Arumsari. Pada proses perancangan produk dilakukan oleh Hayu Nurseptira Putri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada tim penelitian yang telah bekerjasama dan melaksanakan

tugasnya dengan baik dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, A. (2010). *Optimalisasi Pengolahan Sisa kain Brokat (Lace) dalam Konteks Produk Eco-fashion*. Institut Teknologi Bandung.
- Arumsari, A., Sachari, A., & Kusmara, A. R. (2018a). Comparative Study of Environmental Friendly Concept on Fashion in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 41(4th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2017 (BCM 2017)), 208 – 213. Retrieved from file:///C:/Users/DELL/Downloads/25892194.pdf
- Arumsari, A., Sachari, A., & Kusmara, A. R. (2018b). Pemanfaatan Pewarna Alam sebagai Trend Baru pada Fashion Brands di Indonesia. *Jurnal Rupa*, 03(2), 115–129. Retrieved from file:///C:/Users/DELL/Downloads/1620-181-5906-1-10-20190920.pdf
- Black, S. (2012). *The Sustainable fashion Handbook*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Casta, M. P., & Taruna, S. P. (2007). Batik Cirebon Sebuah Pengantar Apresiasi, Motif, dan Makna Simboliknya. Cirebon.
- Ciptandi, F., & Ramadhan, M. S. (2021). The innovation application on Batik craft products in the New Normal Era in Indonesia: Does it have an impact? In R. Wulandari, I. Resmadi, V. Haristianti, R. Aulia, R. T. Afif, G. A. Prahara, & A. I. Yeru (Eds.), *Dynamics of Industrial Revolution 4.0: Digital Technology Transformation and Cultural Evolution* (1st Editio, p. 382). Bandung, Indonesia.
- Desita, D. D., & Kencono, D. (2013). *Batik Mega Mendung Sebagai Produk Asimilasi Budaya Cina Indonesia*. Universitas Indonesia.
- <https://toko.ly/makethemjealous>. (n.d.). Retrieved from <https://toko.ly/makethemjealous>
- <https://toko.ly/sush>. (n.d.). Retrieved from <https://toko.ly/sush>
- <https://www.usfeed.com/saikako-rilis-koleksi-agelessbertajuk-ejiresu>. (n.d.). Retrieved from <https://www.usfeed.com/saikako-rilis-koleksi-agelessbertajuk-ejiresu>
- Kementrian PPN/Bapenas Republik Indonesia. (2019). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Digital 2045.
- Nathanael, D., & Panggabean, R. (2013). Eksplorasi Denim Dengan Teknik Destruktif. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa Dan Desain*, (no. 1).
- Prasetianingtyas. (2011). *Perkembangan Motif dan Warna Batik Mega Mendung di Kawasan Sentra Batik Trusmi Cirebon Jawa Barat*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prasetyo, A. (2010). *Batik; Karya Agung Warisan Budaya Dunia* (Cet. 1). Yogyakarta: Pura Pustaka.
- Santoso, F., Wijaya, F. T., & Ibrahim, S. (2017). Pengelolaan Sisa Dan Bekas Kain Denim Menjadi Produk Pelengkap Fashion Dan Elemen Interior. In *Simposium Nasional RAPI XVI - 2017 FT UMS* (pp. 214 – 221).
- Tischner, U., Stø, E., Kjærnes, U., & Tukker, A. (2010). *System Innovation for Sustainability 3: Case Studies in Sustainable Consumption and Production — Food and Agriculture*. Sheffield, United Kingdom: Greenleaf Publishing.
- Worohapsari, N. (2012). *Sikap Masyarakat Jepang Terhadap Konsumsi Barang Mewah Bermerek*. Universitas Indonesia.