

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tekstil memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia. Penggunaan tekstil sangatlah beragam dari bidang kuliner, transportasi, keamanan, hingga bidang kesehatan (Willbanks, 2009). Banyak pengaplikasian tekstil di sekitar kita contohnya ialah digunakan untuk tirai, pembungkus bantal, sofa, serbet, taplak meja, masker, dll. Nampak bahwa tekstil dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari. Namun penggunaan tekstil dan produk tekstil didominasi untuk kebutuhan sandang, yang merupakan salah satu dari tiga kebutuhan dasar manusia. Maka dari itu tekstil sangat erat kaitannya dengan dunia garmen dan *fashion* seperti untuk desain kaos, celana, rok, gaun, tas, sepatu, topi, dan berbagai macam aksesoris lainnya.

Gereffi (2002) mengatakan bahwa industri tekstil dan pakaian adalah salah satu industri tertua, terbesar, dan paling global di dunia. Ini adalah industri “pemula” untuk negara-negara yang terlibat dalam EOI (*export-oriented industrialization*). Di Indonesia, Menteri Perindustrian Saleh Husin mengatakan, sebagai sektor prioritas, industri tekstil dan produk tekstil (TPT) selama ini mampu menciptakan lapangan kerja yang cukup banyak, memenuhi kebutuhan sandang dalam negeri serta memiliki peranan yang strategis dalam proses industrialisasi. Saleh juga menambahkan bahwa peluang untuk memperluas pasar industri tekstil di pasar dunia masih sangat besar. “Peluang pasar ekspor tersebut terbuka bagi Industri TPT yang mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi, desain yang *up to date*, dan kemampuan pasok (*lead time*) yang cepat,” kata Saleh usai meresmikan pembukaan pelatihan SDM Industri Garmen dengan sistem Three in One (3 in 1) di Balai Diklat Industri (BDI) Jakarta, Senin (19/1) (“Menperin: Industri Tekstil Berkontribusi Besar Pertumbuhan Ekonomi”, 2016, Januari; “Desain Up To Date, Pasar Ekspor Tekstil Terbuka Lebar”, 2015, Januari). Desain sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas persaingan ke pasar internasional. Seperti yang dikatakan Prof. Firmanzah, PhD, Rektor Universitas Paramadina, Guru Besar FEB

Universitas Indonesia, bahwa banyak studi ilmiah yang menunjukkan bahwa mereka yang menguasai desain dalam rantai produksi akan mengambil bagian profit yang paling besar. Belajar dari pengalaman sejumlah negara dan perusahaan multinasional, sudah saatnya Indonesia melihat lebih serius peran “desain” terhadap penciptaan daya saing produk dan industri nasional. (Firmanzah, 2015)

Salah satu aspek desain yang bisa diolah pada dunia tekstil ialah dengan menambahkan ragam motif baru pada bahan dasar kain. Motif merupakan sarana komunikasi non-verbal yang kuat yang digunakan untuk membedakan, menyamar, memperingatkan, dan memikat. Ditandai dengan irama, keseimbangan, dan proporsi, motif ialah sebuah fenomena universal (Jackie, 2010, p.7). Hal ini sangat berperan besar melihat dunia mode di pasaran khususnya yang juga merupakan fenomena universal dan terus bergerak serta berkembang. Oleh karena itu, terus dibutuhkan variasi baru yang segar untuk memperkaya desain serta terutama untuk meningkatkan nilai jual, daya saing, dan keunikan dari kain tersebut. Ada banyak ragam grafis, seperti grafis abstrak, karakter animasi, flora, dan fauna. Jenis fauna yang lazim diangkat sebagai tema mode di antaranya ialah singa, cheetah, zebra, dan jerapah (Gunawan, 2012:105). Jarang ditemukan keragaman fauna lain, terutama fauna air seperti ikan.

Melihat besarnya peluang terciptanya ragam grafis baru, khususnya grafis ikan untuk diaplikasikan pada tekstil, penulis tertarik untuk mengangkat salah satu fauna air yang banyak terdapat di Indonesia, yaitu ikan cupang. Cupang hias memiliki keunikan tersendiri sehingga trennya terus bertahan, berbeda dengan tren ikan hias lain yang begitu cepat berlalu (Sidharta, 2009:3). Walau ukuran tubuhnya tergolong kecil, namun ikan ini memiliki berbagai macam bentuk, warna, dan sirip yang sangat menarik, terutama bagian ekor yang sangat lebar dan indah.

Desain motif dilihat sangat tepat untuk menonjolkan keindahan alami ikan cupang hias dan memikat perhatian konsumen tekstil. Selain untuk meramaikan variasi desain, motif ikan cupang dapat turut mempromosikan keberadaan ikan yang harga jualnya mencapai 15 juta rupiah ini sehingga masyarakat semakin familiar bahkan terpikat oleh keindahan ikan cupang. Hal ini berpengaruh besar pada meningkatnya jumlah penghobi ikan hias yang berujung pada peningkatan

ekonomi nasional mengingat ikan hias telah menjadi salah satu komoditas andalan negara serta keberhasilan Indonesia yang telah menduduki peringkat kelima sebagai eksportir ikan hias dunia (Rahman, 2013:5). Dan agar desain ini terealisasi serta dapat mempromosikan keindahan ikan cupang secara nyata, maka desain-desain motif diaplikasikan dengan cara *printing* pada media kain.

Berkaitan dengan dunia tekstil, penulis memutuskan bahwa desain tekstil difokuskan untuk keperluan *fashion*. Hal ini dikarenakan tekstil dan produk tekstil didominasi untuk kebutuhan sandang manusia, *fashion* identik dengan keindahan sesuai dengan tujuan perancangan yaitu untuk menonjolkan keindahan ikan cupang hias, dan besar peluangnya visual ikan yang indah dapat tersebar luas melalui maraknya industri *fashion* di media sosial. Kemudian target market yang dipilih untuk perancangan ini ialah wanita karena konsumen *fashion* didominasi oleh gender ini. Hal ini dapat terlihat secara jelas dengan banyaknya butik dan variasi busana wanita yang tanpa henti. Kategori usia yang dipilih ialah usia dewasa (18 – 30 tahun) yang aktif mengikuti *trend* dan mencoba hal-hal baru.

Setelah tekstil bermotifkan ikan cupang hias terbentuk, dibutuhkan *brand* untuk mengemas produk-produk tekstil ini dan memberi dirinya suatu identitas. “Dengan demikian suatu merek membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh kompetitor. Dengan adanya merek tersebut perusahaan mengharapkan agar konsumen mempunyai kesan positif pada barang atau jasa yang dihasilkan“ (Rangkuti, 2004:36). Apabila *brand* diibaratkan sebagai manusia, maka *brand* merupakan keseluruhan dari manusia itu, yaitu jiwa dan raganya. Ketika kita melihat seseorang, yang pertama kali kita lihat adalah penampilan fisiknya, yaitu wajah, gaya rambut, dan gaya berpakaian. Wajah dari sebuah *brand* adalah logo (Rustan, 2011). Oleh karena itu logo adalah kunci utama untuk menampilkan identitas sebuah *brand*. Maka, perancangan *branding* sangat dibutuhkan agar produk-produk tekstil bermotif ikan cupang hias siap masuk ke pasar.

Diharapkan dengan perancangan ini tercipta desain-desain tekstil dengan berbagai motif yang menonjolkan keindahan ikan cupang hias sehingga dapat turut menyebarluaskan eksistensinya dan mempromosikan keindahan ikan cupang. Dan dengan kehadiran desain-desain ini dapat meningkatkan daya saing

tekstil Indonesia di pasar global dan masyarakat dapat lebih mengenal dan berbangga akan kekayaan alam tanah airnya.

1.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang desain motif ikan cupang hias yang menarik pada tekstil beserta brandingnya?

1.3 Tujuan Perancangan

- Menciptakan desain motif ikan cupang hias yang menarik pada tekstil beserta brandingnya.

1.4 Batasan Penelitian

Perancangan difokuskan pada suatu tujuan yang spesifik sehingga objek yang diangkat harus memiliki batasan ruang lingkungannya. Batasan jenis objek dalam perancangan ini adalah :

- Objek : busana wanita beserta motif ikan cupang untuk keperluan tekstil
- Lokasi penelitian : pusat perbelanjaan dan kafe di Surabaya, media sosial
- Media yang dirancang : kain bermotif ikan cupang hias, logo, media-media promosi
- Target perencanaan : mahasiswi dan wanita karir usia 18 – 30 tahun di Indonesia dengan kelas sosial ekonomi B – A
- Pesan yang ingin disampaikan dari perancangan : ikan cupang hias memiliki estetika yang tinggi dan patut dibanggakan sebagai kekayaan alam Indonesia

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Mahasiswa

- Mahasiswa mampu menerapkan ilmu yang diperoleh selama menempuh perkuliahan di DKV Universitas Kristen Petra
- Menambah pengalaman serta kemampuan memecahkan masalah sekitar

- Menambah karya desain yang dalam hal ini ialah aplikasi desain motif pada tekstil

1.5.2 Bagi Institusi (Keilmuan DKV)

- Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan koleksi kepustakaan Universitas Kristen Petra

1.5.3 Bagi Masyarakat

- Memperkaya variasi pilihan desain tekstil
- Memunculkan atau meningkatkan *awareness* akan eksistensi ikan cupang
- Turut berbangga akan kekayaan alam, dalam hal ini kekayaan fauna tanah air

1.5.4 Bagi Pengusaha Tekstil

- Meningkatkan penjualan dan daya saing tekstil

1.6 Definisi Operasional

1.6.1 Perancangan

Perancangan pada sebuah sistem adalah proses, cara, ataupun desain agar sebuah sistem dapat berjalan sebagai mana yang diinginkan.

1.6.2 Motif

Menurut Jackie (2010, p.7), motif merupakan sarana komunikasi non-verbal yang kuat yang digunakan untuk membedakan, menyamar, memperingatkan, dan memikat. Ditandai dengan irama, keseimbangan, dan proporsi, motif ialah sebuah fenomena universal.

1.6.3 Tekstil

Semua serat yang dapat dipintal jadi benang dan dapat dikerjakan menjadi kain. Produk yang berasal dari bahan tersebut, baik yang mentah maupun yang sudah diolah dan disempurnakan mempunyai sifat sebagai bahan aslinya. (Direktorat Jendral Industri Tekstil)

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Data yang Dibutuhkan

1.7.1.1 Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat secara langsung, yang juga secara langsung terhubung dengan permasalahan yang diangkat dalam perancangan. Data primer yang dibutuhkan dalam perancangan ini ialah visual dari ikan cupang hias jenis *crown tail*, *halfmoon*, *double tail*, dan plakat yang merupakan objek desain motif. Data-data ini dapat didapatkan melalui buku dan internet. Selain itu dibutuhkan pula informasi seputar target perancangan, bagaimana gaya hidup, gaya berbusana, *style* busana terkini, dll. Data ini didapatkan melalui wawancara dan observasi.

1.7.1.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapatkan dengan cara yang tidak langsung berhubungan dengan target perancangan. Data sekunder merupakan sumber tertulis yang mendukung data primer, sehingga data primer memiliki argumen yang lebih kuat. Data sekunder dalam perancangan ini didapatkan melalui studi kepustakaan. Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan buku dan internet. Dari studi kepustakaan akan didapatkan data-data yang lebih kuat beserta teori-teori yang mendukung data-data tersebut. Buku yang dimaksud di sini adalah media cetak, bisa berupa majalah, jurnal, dll. Sedangkan internet yang dimaksud adalah artikel-artikel yang ditulis di internet, *e-book*, dll.

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

1.7.2.1 Wawancara

Riset ini akan dilakukan wawancara kepada beberapa narasumber untuk menemukan informasi seputar dunia ikan cupang di lapangan, seperti jenis ikan cupang di pasaran dan siapa konsumennya. Selain itu wawancara juga dibutuhkan untuk mengetahui informasi mengenai dunia *fashion*, seperti *style* busana wanita terkini. Narasumber yang dimaksud ialah penjual ikan cupang hias, hobiis ikan cupang hias, *fashionista*, dan *fashion designer*.

1.7.2.2 Observasi

Observasi dalam perancangan ini dilakukan pada target perancangan, yaitu wanita usia dewasa (18-30 tahun). Pengamatan yang dilakukan ialah pada kebiasaan, tingkah laku, serta gaya hidup mereka, bagaimana cara mereka berpakaian, memilih butik dan busana, serta memadupadankan busana dan aksesorinya. Observasi juga dilakukan terhadap *clothing line* yang ada di pasaran, baik di mall maupun yang ada di dunia maya. Selain itu diperlukan pula pengamatan terhadap para *fashion blogger* dan *fashion designer* untuk mempermudah mendapatkan informasi terhadap *style fashion* dan *pattern* terkini.

1.7.2.3 Studi Pustaka

Studi pustaka melalui artikel dan *e-book* diperlukan untuk mendapatkan informasi seputar ikan cupang terkini serta memperkuat permasalahan yang diangkat dalam perancangan ini. Studi melalui buku juga sangat dibutuhkan untuk menggali informasi akurat dari ahli ikan cupang dan mengobservasi jenis-jenis motif sebagai bahan pengamatan dan inspirasi.

1.7.2.4 Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk menyimpan data-data yang didapat dari proses pengumpulan data perancangan.

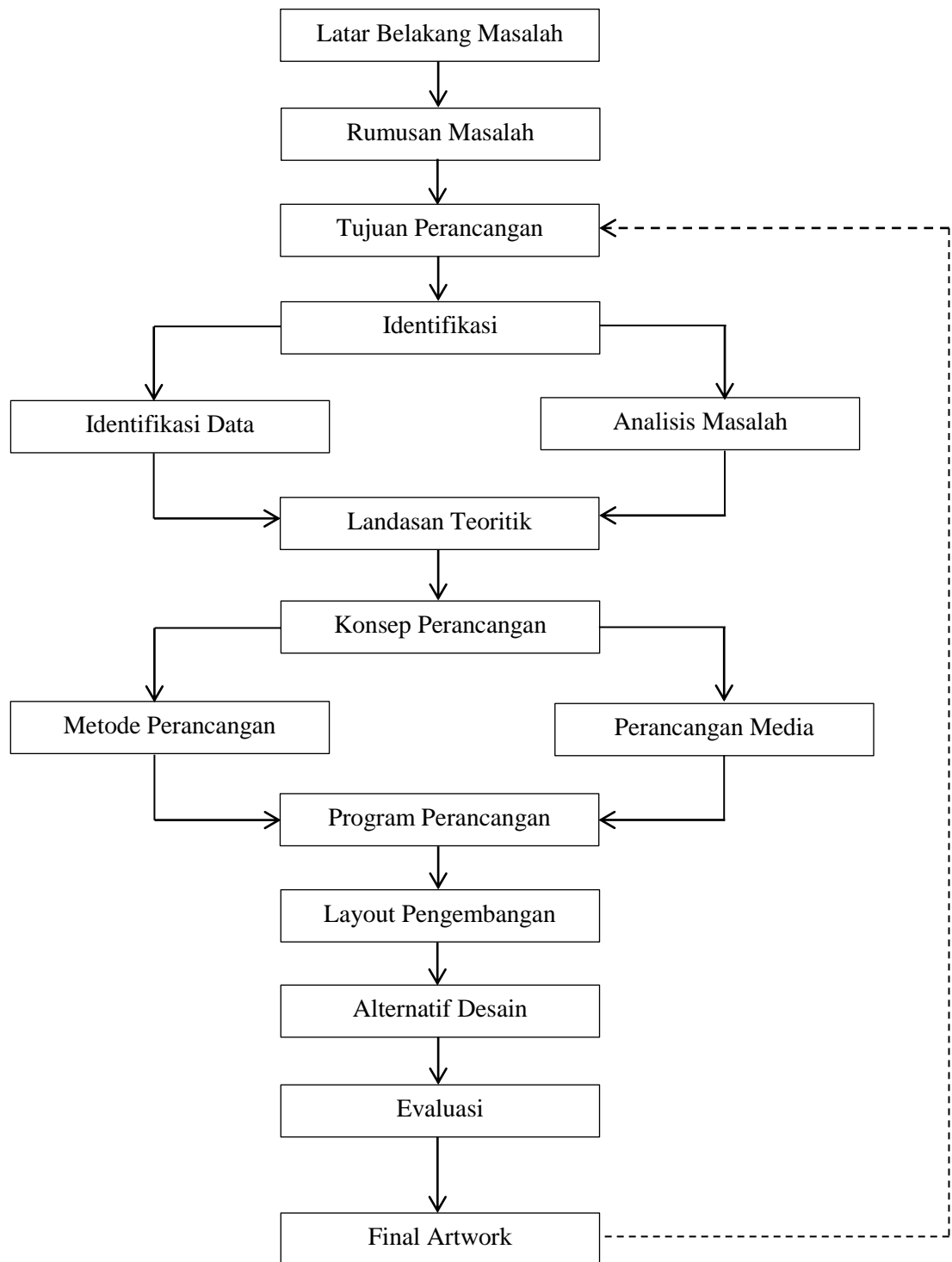
1.7.3 Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Alat yang akan digunakan dalam mengumpulkan data adalah buku, laptop, internet, dan kamera DSLR untuk keperluan dokumentasi.

1.7.4 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan karena dinilai paling efektif dalam menganalisis data yang diperoleh. Dengan deskriptif kualitatif maka data tersebut dapat dideskripsikan menjadi jelas dan lebih dalam. Dan karena data yang didapatkan bukanlah data yang terukur, maka kualitatif membuat data lebih mudah dipahami.

1.8 Skematika Perancangan



Gambar 1.1 Skematika Perancangan