

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

“Kebaya Goes to UNESCO” merupakan sebuah gerakan yang mendukung pengajuan kebaya sebagai warisan tak benda (Tradisikebaya.id, n.d.). Hal ini berawal pada akhir tahun 2022 silam, negara Singapura, Malaysia, Brunei Darussalam dan Thailand mengajukan ke UNESCO. Sudah sejak lama Indonesia telah mendambakan untuk mengajukan kebaya sebagai tradisi sendiri. Di saat salah satu pemerintah negara dari keempat negara tersebut mengajak Indonesia, pemerintah masih ragu untuk mengikuti *joint nomination*, dan mempertimbangkan untuk mengajukan *single nomination*. Setelah beberapa lama, Indonesia akhirnya memutuskan untuk bergabung *joint nomination* dengan 4 negara lain di ASEAN yang telah mengajukan terlebih dahulu (“Kebaya goes to”, February 7, 2023).

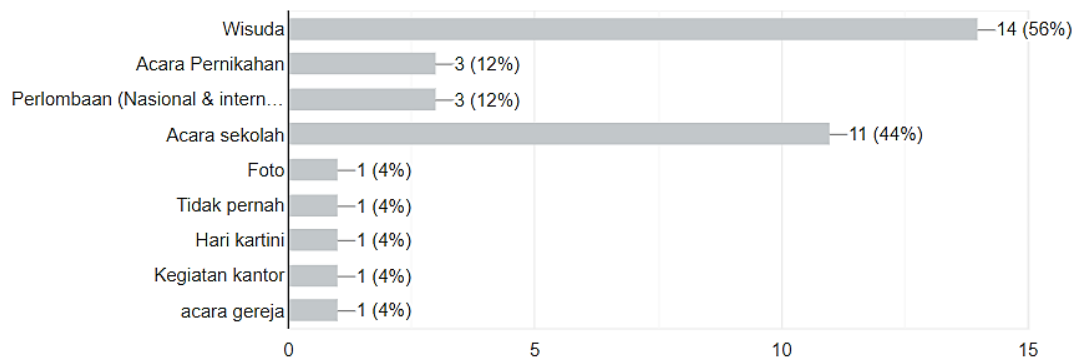
Fenomena pengajuan pemerintah Indonesia inilah yang melahirkan sebuah tren di kalangan para wanita muda Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari adanya sebuah situs tradisikebaya.id yang menggalakkan kampanye “Kebaya Goes to UNESCO” ini. Tren ini sendiri berupa gerakan yang mengajak para wanita muda Indonesia untuk mengenakan kebaya pada rangkaian kegiatan sehari-hari mereka, bukan hanya untuk kegiatan formal (Sybli, September 6, 2022). Hal ini diungkapkan oleh Aquarini Priyatna, bahwa baru-baru ini terdapat gerakan kebaya, yang disebut “Perempuan berkebaya Indonesia” olehnya, yang menunjukkan pentingnya mengenali kebaya sebagai warisan budaya sekaligus mendukung kebaya sebagai pakaian *modern* yang tahan lama dan dapat beradaptasi dengan waktu, budaya, dan kelas (Priyatna, 2023). Menurut artikel dari Antara News, pada tren ini kebaya banyak dipadukan dengan pakaian sehari-hari seperti celana pendek, sepatu olahraga, maupun pakaian untuk pergi ke disko. Designer kebaya ternama Indonesia--Didiet Maulana berkata bahwa tren ini menarik karena dengan adanya tren yang beredar ini, para pemuda Indonesia dapat mengenal lebih banyak jenis-jenis kebaya di Indonesia, tidak hanya mengenal satu jenis saja dan tidak hanya digunakan pada acara formal saja (Cicilia, September 10, 2022, para. 4).

Menurut definisinya, kebaya sendiri merupakan sebuah pakaian tradisional yang dipakai berfokus atasan. Pada umumnya kebaya dipadukan dengan kain lokal dari Indonesia seperti kain Batik, Tenun, Songket dll. Perpaduan ini biasa bertujuan untuk memperkuat kesan lokal dan feminin yang dimiliki oleh sebuah kebaya. Kebaya umumnya memiliki berbagai macam kain yang digunakan, diantaranya yakni brokat, sifon, velvet, katun, dsb. Perlu diingat bahwa tidak semua atasan yang berbahan brokat dapat disebut sebagai kebaya. Secara bentuk, kebaya secara

tradisional memiliki pakem atau standar tertentu, yakni bukaan/opening di depan, simetris antara kanan dan kirinya, dan biasa memiliki lengan (Tradisikebaya.id, n.d.). Seiring dengan perkembangan zaman, Didiet Maulana berkata bahwa kebaya sendiri tidak ada pakem atau standar tertentu kecuali bila digunakan dalam acara adat, yang terpenting adalah bahwa para pengguna dapat bereksperimen dengan gaya dan selera masing-masing (Cicilia, September 10, 2022, para. 7).

Selain diramaikan oleh masyarakat di media sosial, beberapa selebriti dan artis media sosial juga ikut serta dalam meramaikan tren ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dian Sastrowardoyo, aktris ternama Indonesia ini turut meramaikan gerakan “Kebaya Goes to UNESCO”. Keikutsertaan beliau terhadap gerakan ini didukung dari kegemarannya terhadap kebaya, dan pentingnya untuk membuktikan pada UNESCO bahwa di negara Indonesia sangat banyak yang mengenakan kebaya (Tionardus, November 26, 2022, para. 3-5). Bukan hanya aktris ternama Indonesia saja, namun selebriti sosial media juga turut serta dalam tren ini. Rania Maheswari Yamin merupakan selebriti yang terkenal di media sosial TikTok. Beliau merupakan keturunan Mangkunegaram dan cicir dari pahlawan nasional Mohammad Yamin. Rania juga memiliki karir di dunia fesyen yang menawarkan pakaian tradisional, yakni kebaya yang diberi nama Bergaya Ceria dan kain batik yang diberi nama Kain Gembira (Halidi, July 19, 2023, para. 4&7). Kedua contoh selebriti tersebut bukan hanya sekedar turut meramaikan, namun juga memiliki kekuatan untuk memberi pengaruh bagi mereka yang masih belum mengenal tren ini.

Dengan adanya tren yang diramaikan masyarakat hingga selebriti Indonesia mendorong masyarakat untuk mengenakan kebaya dalam keseharian mereka. Meski demikian, tidak sedikit beberapa lapisan masyarakat yang menekuni hal ini. Pada survey kecil yang dilakukan oleh penulis, terlihat bahwa mayoritas masyarakat hanya menggunakan kebaya pada acara-acara tertentu mereka saja. Hal ini juga didukung oleh riset yang dilakukan oleh *Fashion Communication Class 2022* Ilmu Komunikasi UK Petra yang menunjukkan bahwa sekitar 60%-95% responden hanya mengenakan kebaya untuk kepentingan acara-acara besar seperti wisuda, pernikahan, dan acara adat lainnya.



1. 1 Respon mengenai motivasi menggunakan kebaya

Adanya penjelasan mengenai motivasi masyarakat dalam mengenakan diatas menunjukkan pentingnya pelestarian budaya berkebaya ini dalam keseharian masyarakat. Pelestarian menjadi penting dengan tujuan untuk melestarikan kebudayaan negara sendiri, yakni Indonesia. Pernyataan ini juga didukung oleh survey kecil penulis yang berisi pendapat wanita muda di Surabaya mengenai kebaya. Secara keseluruhan, menurut mereka kebaya merupakan pakaian tradisional atau baju adat asal Indonesia yang cenderung dianggap formal.

Apa yang Anda ketahui tentang kebaya?

23 responses

Salah satu pakaian tradisional di Indonesia

kebaya adalah batik atau pakaian tradisional indonesia untuk perempuan

Atasan tradisional wanita yang dipakai di beberapa negara di Asia Tenggara

Pakaian adat tradisional perempuan yang berasal dari Pulau Jawa, Indonesia. Kebaya dulunya digunakan sebagai pakaian sehari-hari, namun di zaman modern sekarang lebih sering digunakan pada acara formal seperti wisuda, pernikahan, pesta, dan lain-lain.

pakaian tradisional wanita indonesia

pakaian adat indonesia

Pakaian tradisional wanita Indonesia

Pakaian khas indonesia

1. 2 Respon mengenai pengetahuan dasar kebaya

Tidak hanya tentang fungsionalitas dan kesan formal saja, namun secara keseluruhan kebaya dianggap tidak terlalu nyaman untuk digunakan sehari-hari. Penggunaan bahan yang umum pada kebaya yang beredar di pasar juga menimbulkan gatal terhadap beberapa pemakai. Pemakaian yang kurang praktis untuk sehari-hari juga menjadi salah satu kendala .

Apa saja hal yang Anda TIDAK SUKAI tentang kebaya?

23 responses

Kebaya yang masih tradisional sehingga harus menggunakan stagen

-

Biasanya kurang nyaman untuk sehari-hari

Kadang cukup sulit dan tidak praktis untuk dipakai. Bahan yang digunakan untuk membuat kebaya juga sering kurang nyaman (kain tembus pandang, gatal di kulit, kasar, dll).

pemakaiannya agak ribet

beberapa kebaya terlihat ketat

Panas dan kadang agak gatal

Terkadang motifnya terlalu mencolok

Hari-hari ini kebaya modern biasanya menggunakan kemben dan kain tulle yang menurut saya cukup

1. 3 Respon mengenai hal yang tidak disukai tentang kebaya

Penggunaan kebaya untuk kegiatan sehari-hari juga menimbulkan pendapat yang pro dan kontra. Secara keseluruhan, mayoritas responden masih beranggapan bahwa kebaya dianggap kurang nyaman dan terlalu formal sehingga menjadi kurang cocok untuk penggunaan sehari-hari. Sebagian responden merasa bahwa penggunaan kebaya sebagai pakaian sehari-hari akan menjadi sangat unik namun perlu adanya modifikasi atau modernisasi pada pakaian tersebut.

Bagaimana pendapat Anda terhadap penggunaan kebaya pada kegiatan sehari-hari?

23 responses

Sangat setuju karena dari dulu saya ingin memakai kebaya yang lebih casual untuk kegiatan sehari-hari namun tidak pernah saya lakukan dengan alasan takut menjadi pusat perhatian orang lain

sedikit repot, karena kebaya identik dengan pemakaian rok (?) sehingga kemungkinan akan kurang nyaman bagi beberapa orang pada pemakaian daily

Terlalu formal, bahannya kurang nyaman

Menurut saya kurang praktis karena kebaya cukup sulit dan membutuhkan waktu yang agak lama dibandingkan jenis pakaian lainnya untuk dipakai, sehingga kurang cocok untuk pakaian sehari-hari dikarenakan seringkali kita terburu-buru saat mempersiapkan diri berangkat kerja/kuliah/dll.

unik namun bisa disederhanakan untuk modelnya sehingga lebih nyaman untuk dipakai

jika kebaya tersebut terlihat modern, simple, mudah dan nyaman dipakai, maka masih bisa digunakan sehari-hari, namun jika kebaya tersebut membutuhkan waktu untuk memakainya, serta membuat kita tidak bisa bergerak leluasa maka akan kurang nyaman jika digunakan untuk sehari-hari

1. 4 Respon mengenai penggunaan kebaya dalam sehari-hari

Selain itu, kebaya sebagai busana juga dapat membawa makna tersendiri bagi wanita Indonesia. Menurut survey yang dilakukan, banyak masyarakat yang tidak tahu makna yang lebih dalam dari sebuah kebaya. Kebaya biasa diasosiasikan dengan nasionalitas, sebagai warisan negara Indonesia dan bentuk kebanggaan terhadap bangsa dan negara, namun banyak yang tidak menyebutkan nilai emansipasi wanita pada busana kebaya tersebut. Menurut Aquarini Priyatna, pada konferensi yang dihadapinya pada tahun 2000-an, disaat banyak aktivis feminis dan gender mengenakan setelan jas, para aktivis dari Indonesia mengenakan selendang dan sarong yang menyerupai bentuk kebaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebaya juga menonjolkan feminitas dan keberagaman tubuh wanita, yang menandakan wanita yang bebas mengekspresikan feminitas dengan penggunaan kebaya yang fleksibel (Priyatna, 2023).

Menurut Anda apakah kebaya memiliki makna tertentu?

23 responses

Tidak
memperkenalkan pakaian tradisional indonesia (?)
Ya, tergantung motif nya
Ya, kebaya memiliki nilai kultural yang tinggi dan merupakan warisan bersejarah negara Indonesia
iya seperti ada arti untuk kebaya pada acara tertentu
iya
Makna budaya Indonesia dan per daerahnya
Ya, kebaya sering kali merepresentasikan budaya Indonesia
Ya, karena kebaya sendiri memiliki berbagai macam jenis dari kebaya kutu baru hingga kebaya modern

1.5 Respon mengenai makna dalam kebaya

Dengan penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa tren “Kebaya Goes to UNESCO” ini merupakan sebuah gerakan yang dengan tujuan untuk memperkenalkan dan menormalisasi penggunaan kebaya sehari-hari yang juga merupakan bentuk pelestarian budaya/warisan Indonesia. Banyak wanita muda Indonesia yang masih beranggapan bahwa kebaya merupakan pakaian yang bersifat formal, kurang nyaman, tidak praktis yang membuat para wanita di Indonesia masih enggan untuk menormalisasi penggunaan kebaya untuk kegiatan non-formal/*casual*. Maka dengan demikian, penting adanya koleksi Daily Wear inspirasi kebaya yang nyaman dan praktis.

Pada studi yang dilakukan oleh Wiweka Ari Dewanti juga menyebutkan tentang lunturnya minat penggunaan kain tradisional pada masyarakat yang cenderung menggunakan pakaian barat (Dewanti, 2023). Perancangan yang dilakukan memiliki konsep *sustainability* yang kuat, dari pemilihan bahan hingga transparansi *brand* dengan konsumen menjadi fokus utamanya. Meski berangkat dari permasalahan yang serupa, yakni dengan sedikitnya minat masyarakat terhadap budaya Indonesia, pembuatan koleksi ini lebih berfokus mengenalkan kepada masyarakat Indonesia bahwa busana tradisional juga dapat diadaptasi untuk penggunaan sehari-hari. Bentuk penyederhanaan penggunaan kebaya ini dimulai dengan merancang koleksi yang lebih fleksibel untuk dikenakan pada kegiatan dengan mobilitas yang

lebih tinggi dan tidak sepenuhnya formal seperti kesan responden terhadap kebaya pada umumnya.

Perancangan ini juga berfokus pada pembuatan koleksi yang terinspirasi dari bentuk kebaya. Hal ini dikarenakan dalam rangka pelestarian kebaya untuk kegiatan lebih tidak formal perlu dimulai dengan pengenalan dan penyesuaian terhadap kebutuhan dan kepribadian target dengan objek yang dikenalkan. Penyesuaian koleksi ini terdapat pada bentuk dan bahan. Penyesuaian pada bentuk terdapat pada pemasukan kesan muda atau *youthful* yang lebih umum dikenal dan diminati wanita Indonesia masa kini. Bentuk-bentuk yang lebih modern dan fleksibel seperti pakaian *Ready-to-Wear* umumnya dipadukan dengan pakem-pakem kebaya yang dikenal. Penyesuaian bahan disesuaikan dengan jenis bahan yang umum diminati untuk kegiatan dengan mobilitas yang lebih tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang pakaian Ready-to-Wear untuk wanita muda Indonesia yang terinspirasi dari kebaya, yang terkhusus di kota besar di Indonesia dalam rangka membantu melestarikan kebaya dalam kegiatan non-formal sehari-hari?

1.3 Tujuan Perancangan

Merancang pakaian Ready-to-Wear untuk wanita muda Indonesia yang terinspirasi dari kebaya, yang terkhusus di kota besar di Indonesia dalam rangka membantu melestarikan kebaya dalam kegiatan non-formal sehari-hari.

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

Perancangan koleksi ini akan terbatas pada:

1) Batasan ilmu

Perancangan akan dibatasi dalam ilmu *fashion design*.

2) Batasan desain

Perancangan terbatas pada pembuatan koleksi *ready to wear*, dan aksesoris yang sehubungan.

3) Batasan pasar:

a. Demografis

Target Pasar pada perancangan ini akan berfokus pada para wanita, dengan rentang usia 18-25 tahun. Rentang usia sekian termasuk usia yang cukup produktif, sehingga para wanita

tersebut sangat aktif terutama dalam pekerjaan/perkuliahannya. Mereka merupakan para wanita yang biasanya bergelut pada dunia industri kreatif, baik mahasiswa-mahasiswa semester atas pada program studi seni, desain, *fashion*, atau para wanita yang merupakan wirausaha pada industri desain, atau merupakan content creator aktif di sosial media seperti *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, dan platform-platform yang relevan dengan kehidupan anak muda sekarang. Bagi mereka yang telah berpenghasilan sendiri, mereka menduduki *Socio-Economic Status (SES) A*, yakni dengan pengeluaran lebih dari Rp6.000.000 per bulan, atau para wanita yang hidup dengan keluarga dengan jumlah pengeluaran tersebut. Dengan kelas ekonomi dan penghasilan sekian, target pasar juga akan tinggal di rumah, apartemen, ataupun kos yang tergolong elit.

b. Geografis

Target pasar secara geografis merupakan orang-orang yang berdomisili dan bekerja di kota-kota besar yang ada di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Jogjakarta, Semarang, dan Denpasar.

c. Psikografis

Secara psikografis, target pasar tergolong masyarakat yang cukup impulsif dalam menentukan pilihan mereka, baik dalam berbelanja maupun beraktivitas. Mereka juga merupakan orang-orang yang cukup kritis, dewasa dan mandiri dalam menentukan pilihan dan memecahkan masalah. Meski begitu, mereka juga orang yang cukup mudah dipersuasi dan memiliki pemikiran yang terbuka. Secara kepribadian mereka masih belum percaya diri dan sering merasa tidak ingin tertinggal, atau yang sering disebut *Fear of Missing Out (FOMO)*. Sejalan dengan minat mereka, kepribadian yang kreatif dan unik juga menjadi hal yang menonjol pada dirinya.

d. Behavioural

Target pasar memiliki kebiasaan untuk membeli sesuatu yang tidak mendesak dan mengikuti keinginan mereka. Mereka juga akan memerhatikan kualitas dari produk yang biasa mereka beli. Dengan sifat keterbukaan, mereka juga sangat mudah untuk menerima ide yang baru dan tidak takut untuk mencoba hal-hal yang tidak umum/asing.

1.5 Manfaat Perancangan

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak kedepannya, yakni:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan ilmu baru bagi mahasiswa dalam menyesuaikan kebutuhan, tuntutan, dan minat pasar dengan *style* dan pesan yang hendak dilaksanakan. Dalam perancangan ini pula diharapkan dapat memberikan dorongan bagi mahasiswa dalam mengevaluasi dan menciptakan lebih banyak karya yang menginspirasi pada beberapa tahun mendatang.

1.5.2 Bagi Institusi

Perancangan ini diharapkan pula agar dapat bermanfaat bagi institusi dalam studi seputar desain *fashion*. Dengan adanya perancangan juga diharapkan untuk membuka peluang dan inspirasi bagi kalangan *fashion* di Indonesia terhadap *fashion* yang lebih mengutamakan budaya asli Indonesia.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Perancangan ini juga dihimbau untuk dapat menjadi fondasi dalam peluncuran brand dan menjadi inspirasi dan bahan evaluasi dalam perkembangannya pada masa yang mendatang.

1.6 Definisi Operasional

Daily Wear adalah pakaian yang digunakan untuk kegiatan sehari-hari, baik kegiatan yang produktif maupun tidak, dan bersifat siap pakai untuk hampir seluruh acara non-formal dan semi-formal. Koleksi pakaian pada perancangan ini hanya bersifat terinspirasi oleh bentuk kebaya tradisional Indonesia.

1.7 Metode Perancangan

Metode Perancangan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif.

1.7.1 Data yang Dibutuhkan

Terdapat beberapa data yang dibutuhkan dalam perancangan ini, yakni:

1.7.1.1 Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan untuk mendapatkan pemahaman seputar kebaya. Hal ini dilakukan untuk memahami lebih dalam definisi, sejarah, jenis, dan perubahan-perubahan yang telah terjadi pada kebaya sebagai pakaian tradisional di Indonesia.

1.7.1.2 Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan untuk meninjau kompetitor/ketersediaan pasar di Indonesia Informasi pendapat konsumen diperlukan untuk menjadi referensi untuk perancangan koleksi yang. Sedangkan data mengenai kompetitor/pasar kebaya Indonesia

dilakukan untuk menjadi pertimbangan dan pembanding dalam peluncuran koleksi. Hal ini akan dilakukan dengan observasi baik di lapangan maupun di online.

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data primer dilakukan dengan studi literatur pada literasi yang kredibel; observasi/wawancara bagi para target pasar yang memenuhi ketentuan secara demografis, geografis, psikografis, dan behavioural yang dilakukan secara tidak terstruktur. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan survei lapangan pada kompetitor secara online dan juga studi literatur mengenai pasar.

1.7.3 Instrumen/Alat Pengumpulan Data

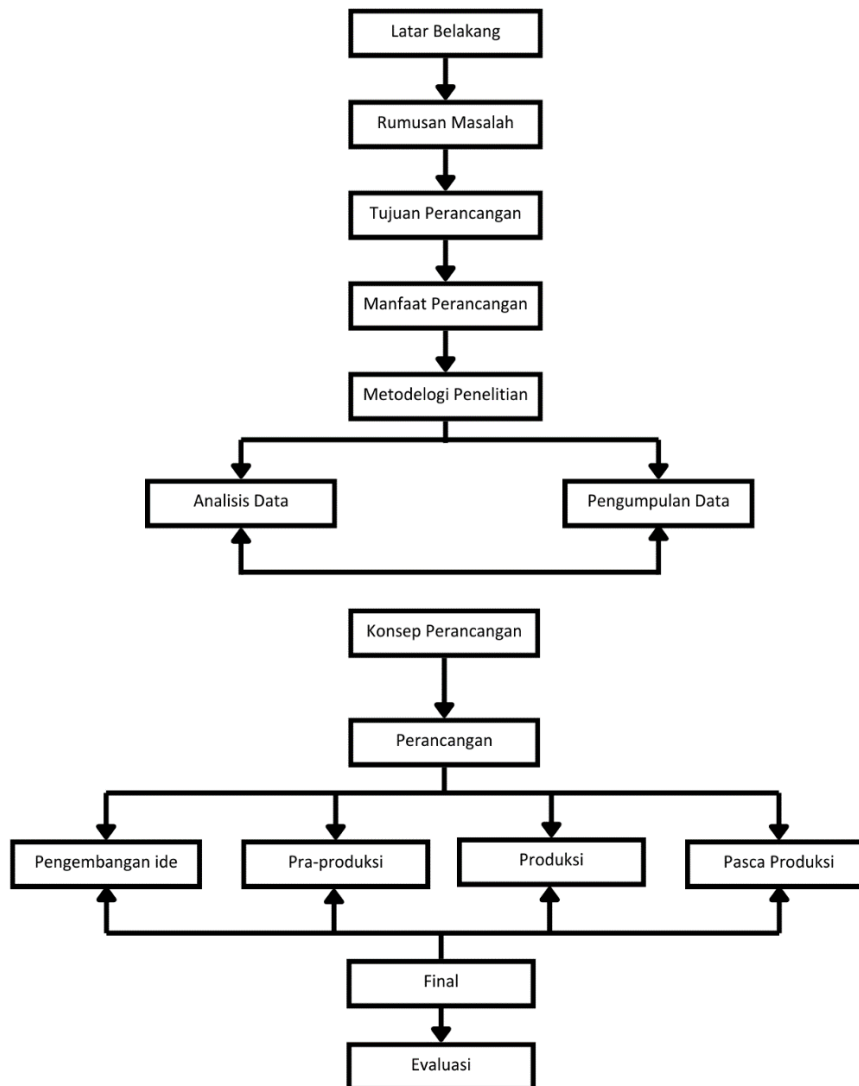
Terdapat beberapa alat/instrument yang dibutuhkan dalam pengumpulan data, yakni:

- Literatur
Berupa buku cetak/*online*, artikel cetak/*online*, berita/koran, dan media sejenisnya.
- Pendoman Kuisisioner & Wawancara
Berupa garis besar pertanyaan kepada sample seputar topik pada perancangan yang disesuaikan dengan tujuan perancangan.

1.7.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Analisis data pada *brand* dilakukan dengan SWOT dengan pendekatan kualitatif, yakni dengan mengidentifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat brand* perancang maupun kompetitor. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keunggulan dari *brand* dan memperkuat identitas.

1.8 Sistematika Perancangan



1. 6 Sistematika perancangan