

# APLIKASI MOTIF TRADISIONAL BALI PADA BUSANA *READY TO WEAR*

(Studi Kasus: *Brand Ethnicity*)

Syarifah Dwi Rahma<sup>1</sup> Dr. Achmad Haldani Destiarmand, M.Sn<sup>2</sup>

Program Studi Sarjana Kriya, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB

Email: [syarifahdwi@gmail.com](mailto:syarifahdwi@gmail.com)

**Kata Kunci :**

---

## Abstrak

Pada era modern ini, kemajuan teknologi dan globalisasi memberi pengaruh kepada budaya tradisional. Dengan perbedaan pola pikir dan gaya hidup masyarakat saat ini, budaya tradisional khususnya tekstil tradisional tampak tidak lagi eksis ditengah kebudayaan modern, dikarenakan karakteristiknya yang sudah tidak sesuai dengan budaya masa kini yang mengutamakan kepraktisan, kecepatan dan kenyamanan. Maka dengan urgensi untuk melestarikan kekayaan tekstil tradisional Indonesia dan mewarisinya kepada generasi baru, dibutuhkan cara inovatif untuk mengolah tekstil tradisional ini menjadi sesuatu yang praktis, modern, dan dinamis sehingga sesuai dengan karakteristik masyarakat masa ini. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan mengaplikasikan motif tradisional menggunakan teknik olah latar tekstil. Dengan mengangkat tema motif tradisional Bali, Tugas Akhir ini berfokus pada aplikasi olah latar pada fesyen *ready to wear*, dengan studi kasus *brand Ethnicity*.

## Abstract

*In this modern era, technologies and globalization advances bring impacts to traditional cultures. With lifestyle and mindset of today's society, traditional cultures, especially traditional textiles seems no longer applicative in new generation, because of its characteristics that are not accordance with the present culture that promotes practically, speed and comfort. In order to preserve the wealth of Indonesian traditional textile, and to revive these traditions to new generation, innovative ways are needed to takes these traditional textiles into something more practical, modern and dynamic, so that would be fit the characteristics of this modern society. Traditional ornaments, which are there on traditional textiles, are able to be applied in modern textile by using surface designs techniques. Using Balinese traditional ornaments as theme, this final project is focusing to revive the beauty of heritage in modern way to ready to wear fashion, in study case of a fashion brand, Ethnicity.*

---

## 1. Pendahuluan

Tekstil tradisional telah menjadi benda budaya dari masa lampau, dimulai dari masa animisme dan dinamisme, sehingga dekorasi ornamen yang terdapat pada kain tradisional merupakan makna-makna simbolis yang mengandung arti mengenai alam, manusia, dan kepercayaan. Tekstil-tekstil tradisional Indonesia ini semakin lama semakin punah dikarenakan teknik pembuatannya yang rumit dan memakan waktu yang cukup lama, dan makna yang terkandung pada ornamen tersebut tampak sudah tidak memiliki arti. Pada era modern ini, tekstil-tekstil tradisional masih diproduksi dalam jumlah terbatas dikarenakan keterbatasan pada proses produksi dan permintaan masyarakat yang semakin sedikit.

Pada masyarakat modern, tekstil-tekstil tradisional tampak sudah sangat jarang dipakai karena dianggap kurang aplikatif pada kehidupan sehari-hari, sehingga penggunaan tekstil tradisional ini terbatas pada acara-acara formal yang mengandung unsur kebudayaan seperti acara pernikahan. Pada era modern, benda-benda, termasuk tekstil dibuat menggunakan mesin dan teknologi, sehingga gaya yang tercipta bersifat '*neat*', '*clean*' dan '*pure*'. Hingga Le Corbusier mengatakan bahwa "*Trash is always abundantly decorated; the luxury object is well-made, neat dan clean, pure and healthy, and its bareness reveals the quality of its manufacture,*" (M. Woodham 1997, 33). Objek modern merupakan hasil dari desain dan strategi pemasaran yang baik, yang ditargetkan khusus kepada masyarakat. Sehingga desainer, manufaktur, dan konsumen bekerja dalam bentuk materialistis dan konsumtif (Dormer 1990, 9-11).

Dari pembahasan diatas, segala hal yang menyangkut tradisional tampak ditinggalkan dan berfokus pada kemampuan suatu mesin atau teknologi untuk menciptakan produk. Sehingga, kain tradisional dengan cara membuatnya yang rumit bukan menjadi pilihan utama untuk berpakaian. Perbedaan generasi turut berpengaruh dalam konteks eksistensi kain tradisional di Indonesia, seperti yang diketahui dalam kurun tiga generasi terakhir, generasi *Baby Boomers* (generasi X) yaitu generasi yang lahir setelah Perang Dunia Ke-II, masih menjunjung tinggi tradisi yang diturunkan oleh generasi sebelumnya, sehingga tradisi masih tampak dekat dengan generasi ini. Generasi Y merupakan generasi yang sudah mulai dipengaruhi oleh internet dan arus

globalisasi, sehingga budaya tradisional tampak tertinggal. Hingga kini, memasuki generasi Z dimana teknologi mendominasi pemikiran dan gaya hidup sehingga prinsip utama yang dijunjung adalah kepraktisan, kecepatan, dan dinamis. Karena itu diperlukan cara dan trik khusus untuk mewarisi budaya dan tradisi dengan cara yang dapat dimengerti oleh generasi ini, yaitu sesuatu yang dikemas secara praktis, simpel dan dinamis

Dengan latar belakang tersebut, timbul urgensi untuk kembali melestarikan dan mengenalkan motif tradisional di masyarakat. Sehingga muncul *brand-brand* fesyen yang menjadikan tema tekstil tradisional sebagai produknya. Pada umumnya *brand-brand* ini mengolah tekstil tradisional seperti batik atau ikat yang diaplikasikan pada produk fesyen dengan masyarakat urban sebagai target pasarnya. Di sisi lain, Indonesia memiliki banyak sekali jenis kain tradisional yang dapat diolah secara modern menggunakan teknik olah latar. Hal ini melahirkan fesyen *brand Ethnicity* yang memiliki visi mengenalkan kekayaan tekstil tradisional Indonesia kepada generasi baru dengan cara mengaplikasikan motif-motif tradisional Indonesia dalam bentuk praktis dan modern yang sesuai dengan idealisme dan selera generasi masa kini. Pengaplikasian motif ini dilakukan dengan menggunakan teknik olah latar tekstil seperti sablon, bordir, *digital/transfer printing*, dan lain-lain pada produk fesyen *ready to wear*.

*Brand Ethnicity* menetapkan tema-tema budaya Indonesia sebagai tema untuk setiap koleksinya. Pada penelitian ini, koleksi yang menjadi studi kasus Tugas Akhir ini ialah koleksi pertama *Ethnicity (Spring/Summer 2014)*. Tema yang diangkat ialah tema tradisional Bali, dikarenakan Bali dianggap cocok sebagai tema koleksi pertama brand *Ethnicity* yang mana bagi masyarakat umum karena Bali masih merupakan destinasi wisata yang utama di Indonesia dan budaya Bali yang tampak akan lebih mudah dikenal dikarenakan masih lestari ditengah arus globalisasi yang dibawa oleh turis baik domestik atau internasional.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan urgensi menurunkan budaya Indonesia kepada generasi baru dengan cara yang sesuai dengan karakteristik generasi yang praktis dan dinamis melalui aplikasi motif tekstil tradisional Bali menggunakan teknik olah latar sebagai produk *ready to wear* dengan mempertimbangkan aspek komersial pada sebuah *brand* fesyen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil produk fesyen *ready to wear* menggunakan teknik olah latar tekstil dengan tema tradisional Bali yang dapat diterima oleh masyarakat modern dan mengetahui pertimbangannya dalam aspek bisnis fesyen.

## 2. Proses Studi Kreatif

Proses studi kreatif dimulai dengan melakukan riset produk dan riset market. Riset produk dilakukan dengan meneliti *brand-brand* fesyen yang ada dengan memperhatikan poin-poin antara lain; jenis produk, kualitas produk, harga jual produk, sistem produksi, dan aspek-aspek lainnya. Berdasarkan hasil riset, *Ethnicity* menetapkan produknya menjadi produk konseptual *ready to wear* dengan harga yang berkisar antara Rp. 300.000,00 sampai Rp.700.000,00 atau lebih. Kuantiti per desain yang dikeluarkan oleh *brand Ethnicity* bersifat terbatas, karena proses desain dan pengolahan tekstil yang masih bersifat eksklusif (personal dan *one of a kind*).

Riset market dilakukan dengan menyebarkan angket kuisioner kepada target market yang dituju. Target market penelitian ini disesuaikan dengan target market *brand Ethnicity*, yaitu:

Jenis kelamin : Wanita  
Usia : 18-35 tahun  
Status ekonomi : *Middle-upper*, dengan pendapatan per bulan >Rp.3.000.000,-  
Pekerjaan : Wanita karir, eksekutif, mahasiswa, dan ibu rumah tangga.  
Tempat tinggal : Kota metropolitan dan daerah pemekaran kota (Jakarta dan sekitarnya, Bandung, Surabaya, Semarang, dan kota besar lainnya)  
Hobi : Bekerja, berbelanja, *hang out*, berlibur.  
Status : *Single* dan menikah

Dalam proses studi kreatif yang lebih lanjut, dilakukan riset terhadap tren fesyen, antara lain tren warna, tren bentuk dan siluet fesyen, *image* serta material tekstil. Data hasil riset tren, tema koleksi serta konsep idealisme *Ethnicity* menjadi acuan *moodboard* koleksi *Spring/Summer 2014: "Akara"*. Berikut *moodboard* dan skema warna koleksi ini:



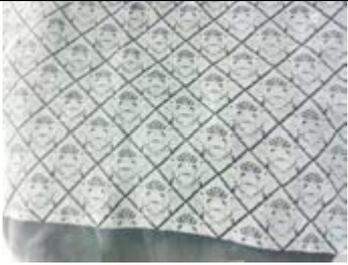
Gambar 1 Moodboards dan skema warna koleksi *Spring/Summer 2014 Ethnicity, "Akara"*.

Pada koleksi "Akara" ini, tema yang diangkat ialah motif tradisional Bali yang terinspirasi dari kain tradisional Bali antara lain kain prada dan kain poleng, serta ornamen-ornamen tradisional Bali seperti yang tampak pada ukiran kayu Bali dan lain-lain. Desain ornamen dilakukan secara manual dan digital (*Photoshop dan Illustrator*), yang kemudian diolah lebih lanjut menggunakan teknik olah latar pada tekstil. Desain dan teknik olah latar yang digunakan dipilih dengan mempertimbangkan biaya dan waktu produksi mengingat hubungannya kepada harga yang ditawarkan kepada konsumen dan perihal Break Event Point pada bisnis fesyen. Dalam koleksi ini, teknik yang digunakan ialah teknik *screen printing* dan bordir, dikarenakan waktu produksinya yang memungkinkan dan biayanya yang dapat dikontrol.

### 3. Hasil Studi dan Pembahasan

Dari inspirasi tema Bali yang diangkat, dilakukan eksplorasi untuk menilai olahan tekstil mana yang memenuhi kriteria dari segi visual, ketahanan material, dan biaya yang dikeluarkan untuk pengolahan bahan. Berikut beberapa hasil eksplorasi yang dilakukan:

No.	Eksplorasi	Keterangan
1.		Eksplorasi motif tumpal kain prada Bali menggunakan sablon <i>foiling</i> pada kain katun glitter.

2.		Eksplorasi motif bunga Bali menggunakan sablon <i>rubber</i> putih pada kain <i>polyester</i> .
3.		Eksplorasi motif bunga Bali menggunakan sablon <i>foam</i> pada kain organza.
4.		Eksplorasi motif bunga Bali menggunakan teknik <i>bordir</i> pada kain katun <i>twill</i> .
5.		Eksplorasi motif prada Bali menggunakan sablon <i>rubber</i> hitam pada kain <i>satin</i> .
6.		Eksplorasi motif tumpal Bali menggunakan teknik <i>laser-cut</i> .
7.		Eksplorasi motif bunga prada Bali menggunakan teknik <i>flocking</i> pada bahan <i>polyester</i> .

Tabel 1 Eksplorasi tekstil menggunakan teknik olah latar.

Hasil eksplorasi diatas diaplikasikan pada produk fesyen *ready to wear*. Pada studi kasus sebuah *brand* fesyen, kuantitas desain menjadi poin penting dalam tujuannya mencapai *Break Event Point*. Maka dalam studi kasus *brand* fesyen *Ethnicity*, produk yang dibuat berjumlah 23 desain. Berikut sketsa produk yang akan dibuat:



**Gambar 2** Sketsa koleksi *Spring/Summer 2014 Ethnicity, "Akara"*.

Berikut produk akhir penelitian aplikasi motif tradisional Bali pada produk fesyen *ready to wear* yang menjadi koleksi *Spring/Summer 2014 Ethnicity, "Akara"*:



**Gambar 3** Hasil produk akhir 1 koleksi *Spring/Summer 2014 Ethnicity, "Akara"*.



**Gambar 4** Hasil produk akhir 2 koleksi *Spring/Summer 2014 Ethnicity, "Akara"*.



**Gambar 5** Hasil produk akhir 3 koleksi *Spring/Summer 2014 Ethnicity, "Akara"*.

#### 4. Penutup / Kesimpulan

Pada era modern ini, budaya tradisional tampak mulai ditinggalkan karena dianggap kurang aplikatif pada kehidupan masyarakat. Padahal budaya merupakan identitas suatu masyarakat, khususnya pada dunia global. Pada era ini, untuk menurunkan budaya dari satu generasi ke generasi lain menjadi hal yang cukup sulit mengingat perbedaan gaya hidup dan pola pikir pada setiap generasi, untuk itu diperlukan cara inovatif untuk mewarisi budaya pada generasi baru. Prinsip *Less is more* menjadi pola pikir utama pada masa kini, sehingga budaya tradisional tentunya harus dapat diturunkan dengan cara yang sesuai dengan karakteristik generasi masa kini.

Pengaplikasian motif tradisional pada *ready to wear* dapat dilakukan menggunakan teknik olah latar khususnya sablon dan bordir. Pada *brand* fesyen, estetika visual merupakan satu hal paling penting, diikuti dengan kualitas dan kuantitas. Selain kualitas, kuantitas juga merupakan satu hal penting dalam brand fesyen. Hal ini dikarenakan dalam dunia bisnis, khususnya fesyen, ada modal yang harus dikeluarkan. Oleh karena itu, untuk mencapai *Break Event Point*, setiap tindakan harus berlandaskan prinsip ekonomi bahwa dengan modal yang minimal harus tetap dapat mendapatkan profit yang maksimal, tanpa mengabaikan nilai estetis dan kualitas. Maka, pada proses pengolahan motif tradisional pada Tugas Akhir ini dalam kasus sebuah *brand* fesyen *Ethnicity*, desainer harus dapat melihat bahwa *Break Event Point* akan segera dicapai dengan cara meminimalisir pengeluaran, baik pengeluaran produksi maupun operasional, atau memperbanyak kuantiti desain dan mempercepat waktu produksi.

Maka dalam pengaruhnya terhadap proses desain dan pengolahan tekstil seperti sablon dan bordir tidak dapat dilakukan dengan desain yang terlalu rumit dan detail, seperti penggunaan banyak warna, banyak tambahan aksesoris seperti payet, dikarenakan keterbatasan biaya produksi dan juga waktu, berbeda dengan pengaplikasian motif pada tekstil untuk *haute*

*couture*. Akan tetapi, keterbatasan biaya serta waktu bukan menjadi halangan utama untuk membuat produk-produk yang estetik dan berkualitas apabila desainer mampu mengolah prinsip dan elemen desain serta melihat kekurangan menjadi suatu kelebihan. Seperti pemahaman generasi masa kini bahwa *less is more*, dan bahwa motif tradisional dapat berkolaborasi dengan gaya modern menjadi sesuatu yang inovatif dan kontemporer.

## Ucapan Terima Kasih

Artikel ini didasarkan kepada catatan proses berkarya/perancangan dalam Tugas Akhir Program Studi Sarjana Kriya FSRD ITB. Proses pelaksanaan Tugas Akhir ini disupervisi oleh pembimbing Dr. Achmad Haldani Destiarmand, M.Sn.

## Daftar Pustaka

- Burke, Sandra. Fashion Entrepreneur. Marston Book Services Limited. London: 2008.*  
*Business of Fashion.* (<http://businessoffashion.com>)  
*Centre of Fashion Entreprise.* (<http://fashionalliance.com>)  
Desain dalam tekstil, (<http://winarwinar.blogspot.com/2010/04/desain-dalam-tekstil.html>)  
Desain dan Kebudayaan, (<http://rudiirawanto.files.wordpress.com/2011/10/desain-dan-kebudayaan.pdf>)  
*Jones, Jenkyn Sue. Fashion Design. Laurence King Publishing, London: 2002.*  
*J,Keiser, Sandra. Beyond Design. Fairchild Publications, New York: 2005.*  
K. Permana, Doddie. Desain Tekstil Menggunakan *Photoshop*. Informatika Bandung. Bandung: 2009.  
*M.Woodham, Jonathan. Twentieth-Century Design. C/C Offset Printing Cp, Ltd. Hong Kong: 1997.*  
*Nugaraha, Adi. Transforming Tradision. Unigrafia. Helsinki: 2012.*  
Teori Kewirausahaan. (<http://bustomihidayat.com>)  
*Widagdo. Desain dan Kebudayaan. Penerbit ITB. Bandung: 2005.*