

PERANCANGAN JAKET UNTUK *BRAND* COMRADES MC DENGAN PENGAPLIKASIAN KONSEP VISUAL JAPANESE-AMERICANA

Arisyi Nurtsaqif Santoso¹, Dandi Yunidar² dan Fajar Sadika³

^{1,2,3} *Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
arisyinurtsaqif@student.telkomuniversity.ac.id, dandiyunidar@telkomuniversity.ac.id,
fajarsadika@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Penelitian ini membahas pengaruh budaya Japanese–Americana dalam modifikasi motor *custom* di Asia, khususnya Jepang dan Indonesia. Setelah Perang Dunia II, gaya motor seperti *chopper* dan *bobber* muncul di Amerika melalui modifikasi untuk membuat motor lebih ringan dan sederhana. Di Asia, motor kecil dan skuter menjadi populer, dan komunitas motor *custom* berkembang dengan desain modern. Gaya Japanese–Americana, yang dimulai dalam *fashion* pada 1980- an di Jepang, kini mempengaruhi modifikasi motor. COMRADES MC, *sub-brand* dari Tegep Boots, membawa budaya ini ke Indonesia, dengan tujuan melanjutkan warisan Tegep Oktaviansyah melalui produk *fashion* dan modifikasi motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh budaya ini terhadap motor *custom* dan juga diharapkan penulis dapat merancang jaket bertema Japanese–Americana untuk kebutuhan dari *brand* COMRADES MC.

Kata kunci: Japanese–Americana, Motor *custom*, COMRADES MC

Abstract: This study examines the influence of Japanese–Americana culture on custom motorcycle modifications in Asia, particularly in Japan and Indonesia. After World War II, motorcycle styles such as *choppers* and *bobbers* emerged in the United States through modifications aimed at making motorcycles lighter and simpler. In Asia, small motorcycles and scooters became popular, and the custom motorcycle community began to grow with modern designs. The Japanese–Americana style, which originated in fashion in the 1980s in Japan, now influences motorcycle modifications. COMRADES MC, a sub-brand of Tegep Boots, brings this culture to Indonesia with the aim of continuing the legacy of Tegep Oktaviansyah through fashion products and motorcycle modifications. This study aims to explore the influence of this culture on custom motorcycles and is also intended to design a Japanese–Americana themed jacket for the COMRADES MC brand.

Keywords: Japanese–Americana, custom motorcycles, COMRADES MC

PENDAHULUAN

Perkembangan industri *fashion* lokal ditandai oleh meningkatnya jumlah merek baru serta perhatian pada identitas visual, nilai budaya, dan gaya hidup dalam produk. Salah satunya adalah COMRADES MC, *sub-brand* dari TEGEP BOOTS, merek sepatu kulit sejak 1990-an yang dikenal di kalangan pecinta sepatu kulit lokal. COMRADES MC diperkenalkan pada 2015–2016 oleh mendiang Tegep Oktaviansyah, lahir dari kecintaannya pada motor *custom* tua dan latar belakangnya sebagai desainer produk serta anggota komunitas motor, yang membentuk gaya berpakaian dan pandangan *fashion-nya*. *Brand* ini menjadi wadah pengembangan produk pakaian bergaya dengan karakter dan filosofi hidupnya.

COMRADES MC mengusung konsep Japanese–Americana, yaitu perpaduan estetika klasik Amerika seperti denim, jaket militer, dan motif pin- up, dengan budaya Jepang serta teknik bordir tradisional. Konsep ini populer di kalangan *biker* Jepang yang bergaya lebih kasual dan praktis, berbeda dari *biker* Amerika yang lekat dengan jaket kulit dan *boots*. Biker Jepang lebih mengutamakan kenyamanan dan kesederhanaan, seperti *sneakers*, *work shirt*, dan celana kanvas. Ciri khas ini menjadi inspirasi utama desain dan visual COMRADES MC yang merepresentasikan semangat kebebasan, eksplorasi, dan fungsionalitas.

Pada 2025, COMRADES MC akan diaktifkan kembali oleh Daegal Mecca, putra mendiang Tegep, dengan dukungan TEGEP BOOTS. Langkah awalnya adalah merancang jaket bertema Japanese–Americana untuk pecinta motor *custom* tua yang mengutamakan kenyamanan, visual kuat, dan nilai

historis. Jaket ini diharapkan menjadi produk awal pengaktifan *brand* sekaligus membangun kembali identitas COMRADES MC melalui desain yang autentik, relevan, dan emosional bagi penggemar motor *custom* tua.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif dengan menggunakan metode perancangan *User-Centered Design* (UCD) dengan metode pengumpulan data dan analisis data agar dapat menjawab pertanyaan penelitian terkait fenomena secara mendalam.

Metode pengumpulan data:

1. Studi Literatur untuk menambahkan referensi meliputi buku, jurnal dan *website* sebagai sumber data pendukung.
2. Observasi ke acara “BBQ RIDE 2024: UNSTOPPABLE” yang diselenggarakan di Laswi *Heritage*, Bandung pada bulan Juni 2024.
3. Wawancara dengan pemilik *brand* COMRADES MC dan juga kepada 10 orang narasumber penggiat motor *custom*.

Metode analisis data:

Research, mengobservasi berbagai kebiasaan dan kegiatan sehari-hari pada komunitas *custom bikers* melalui observasi langsung di lapangan dan juga internet dan mewawancarai beberapa *bikers* secara langsung dan juga melalui telepon. Hal ini bertujuan agar penulis dapat mengetahui selera berpakaian, dan aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi pilihan berpakaian terutama pada produk jaket pada kalangan *custom bikers*.

Requirement Specify, melakukan identifikasi dari data lapangan yang didapat melalui observasi tidak terstruktur dan wawancara terstruktur sebagai acuan untuk proses desain jaket yang akan dilakukan oleh penulis

Solution, merangkum data lapangan untuk memberikan solusi desain, atau dalam perancangan ini penulis memberikan desain akhir dari kumpulan data yang sudah dikumpulkan menjadi satu produk, yaitu

jaket motor bertema Japanese–Americana dengan konsep workwear untuk menunjang selera penggiat motor custom sekaligus memenuhi kebutuhan dari brand COMRADES MC. agar desain final harus tetap relevan dengan gaya yang sudah dipilih.

Pemilihan warna dan pola jahitan penting untuk menentukan produk akhir dari perancangan ini. Warna-warna seperti coklat, hijau, dan biru

Testing/Evaluate, menguji produk akhir ke lapangan, hal ini juga digunakan untuk mengevaluasi apakah produk sudah memenuhi kebutuhan industri dari brand COMRADES MC dan apakah produk ini dapat diterima kalangan penikmat motor custom.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil yang didapat dari data yang sudah dipaparkan pada penulisan sebelumnya, berikut rangkuman data yang telah diperoleh :

1. Gaya fesyen Japanese–Americana sangat identik dengan model jaket seperti *workwear*, *military*, dan jaket *denim*.
2. Material yang mendukung gaya Japanese–Americana meliputi kanvas, *leather*, dan *denim*. Pemilihan material dalam perancangan ini penting serta pola jahitan seperti *chore* dan *trucker jacket* sangat identik dengan gaya Japanese–Americana.
3. Seperti tema dari *brand* COMRADES MC yang telah diberikan, mereka ingin membuat ikatan naratif melalui produknya.
4. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan penulis, segmen motor *custom* yang ingin ditargetkan sangat mendukung adanya perancangan jaket ini. Banyaknya hasil dari narasumber menunjukkan ketertarikan mereka pada gaya tertentu seperti, *vintage*, *military* dan *workwear*.

Target Market

Menentukan arah strategi pemasaran dan desain produk agar sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan gaya hidup calon konsumen yang paling potensial.

(Tabel 1 *Target market*)

Demografis: 1. Usia: Kemungkinan besar berada pada kelompok dewasa, berusia sekitar 25-40 tahun. Kisaran ini mencakup dewasa muda sampai profesional yang tertarik dalam bidang motor <i>custom</i> atau motor tua, dan gaya pakaian <i>vintage</i>. 2. Jenis kelamin: Mayoritas target pasar adalah laki-laki, tapi dapat juga dikenakan oleh perempuan yang tertarik dalam motor custom dan tua. 3. Pendidikan: Individu di segmen ini cenderung memiliki pendidikan tinggi, mayoritas pada kalangan perguruan tinggi. 4. Pekerjaan: Cenderung ke pekerjaan spesialisasi dalam hal tertentu seperti mekanik motor ada pula dalam bidang kreatif seperti desainer, seniman, fotografer dan videografer. 5. Pendapatan: <i>Middle-to-high</i>.
Psikografis: 1. <i>Lifestyle</i>: Mengadopsi gaya <i>Japanese-american</i> dan <i>vintage</i> dalam kehidupan sehari-hari, memprioritaskan gaya hidup yang lambat dan sangat mengapresiasi <i>craftsmanship</i> dari sebuah barang. Mayoritas mengeluarkan uang mereka ke dalam hobi seperti pakaian dan atau motor tua.
2. <i>Interests</i>: Selain tertarik dalam skena motor tua dan <i>custom</i> individu juga mempunyai ketertarikan dalam bidang desain yang eksklusif terutama dalam pakaian dan musik. 3. <i>Values</i>: Kelompok ini sangat menghargai ekspresi diri dan daya tarik estetika. Sangat mengapresiasi kualitas dan detail kecil dalam sebuah barang dan tertarik pada pengalaman yang emosional dan artistik.
Geografis: 1. Area urban: Terkonsentrasi pada daerah perkotaan besar seperti Jakarta dan Bandung. dan juga daerah yang mempunyai ranah artistik yang kuat seperti Yogyakarta. 2. Iklim atau cuaca: berfokus pada iklim tropis dengan tingkat kelembaban yang tinggi, mengacu pada pemilihan material dalam jaket agar nyaman digunakan di iklim tersebut.

(sumber: dokumentasi penulis)

Kriteria material

Sebagai acuan untuk memilih bahan yang sesuai dengan kebutuhan fungsional, estetika, kenyamanan, serta identitas produk agar hasil perancangan optimal dan relevan dengan tujuan desain

Tabel 3 Kriteria material (Sumber : dokumentasi pribadi, 2025)

1	<i>Raw Denim</i>	
2	<i>Heavy Canvas</i>	
3	<i>Leather</i>	

Warna

Warna memegang peran penting dalam konsep visual Japanese–Americana dan menjadi identitas desain produk COMRADES MC. Biru indigo dari denim menjadi dasar utama, dipadukan dengan jahitan oranye sebagai kontras klasik. Sentuhan *rose gold* pada kancing *brass* memberi kesan elegan namun kokoh, sementara label kulit putih tulang di saku menambah keseimbangan visual. Kombinasi warna ini mencerminkan nilai *heritage*, budaya, dan detail yang teliti dalam setiap produk.

Art

COMRADES MC memiliki beberapa elemen visual khas, salah satunya ilustrasi logo “3663” yang akan diterapkan pada label kulit di saku jaket. Angka “3663” merepresentasikan jalan hidup dan warisan spiritual maupun kreatif dari mending Tegap Oktaviansyah, sebagai simbol kelahiran kembali—baik secara ide maupun semangat—yang dihidupkan kembali lewat reaktivasi brand COMRADES MC.



Gambar 2 Logo 3663 (Sumber : data pribadi, 2025)

Sketsa

Tabel 4 Sketsa (Sumber : data pribadi, 2025)

NO	GAMBAR	KETERANGAN
----	--------	------------

1.		Sketsa ini mengadopsi siluet <i>Military Jacket</i> dengan pola panjang jaket melebihi pinggang, kerah kotak, 4 kantong depan dengan 2 kantong miring di bagian atas depan. Jaket tipe ini biasa menggunakan material <i>ripstop</i>.
2.		Sketsa ini mengadopsi siluet <i>Chore Jacket</i> dengan pola yang menyesuaikan. Bagian bawah jaket dibuat melingkar dan panjang jaket tidak terlalu panjang, Jaket tipe ini biasa menggunakan material Denim atau kanvas.
3.		Sketsa ini mengadopsi siluet <i>Work Jacket</i> dengan pola yang menyesuaikan. Bagian bawah jaket dibuat melingkar dan panjang jaket tidak terlalu panjang, terdapat 2 kantong didepan dengan ukuran yang besar. Jaket tipe ini biasa dibuat dengan material Denim/Kanvas.

Foto Produk



Gambar 4 Foto produk (Sumber : data pribadi, 2025)

KESIMPULAN

Melalui proses perancangan yang telah dilalui, dapat disimpulkan bahwa produk "Foreman Jacket" berhasil merepresentasikan nilai estetika khas gaya *Japanese-Americana*, khususnya melalui interpretasi *chore jacket* berbahan *raw denim*. Proses ini mencakup studi historis terhadap pakaian kerja, eksplorasi bentuk dan material, pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, analisis konsep visual, hingga validasi terhadap brand COMRADES MC melalui pengujian langsung produk. Hasil akhirnya adalah jaket yang tidak hanya tangguh dan fungsional, tetapi juga memiliki nilai visual yang autentik serta relevan dengan gaya hidup klasik yang tak lekang oleh waktu. Sebagai langkah pengembangan selanjutnya, disarankan untuk memperluas variasi ukuran agar lebih inklusif, meningkatkan presisi dan kerapihan detail jahitan—terutama dengan penggunaan benang berukuran lebih besar—serta menambahkan opsi bahan dengan tingkat kelenturan yang berbeda. Eksplorasi warna yang tetap mempertahankan karakter vintage juga layak dipertimbangkan. Selain itu, uji coba produk dalam skala yang lebih besar dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai kenyamanan dan ketahanan produk dalam penggunaan jangka panjang. Diharapkan desain ini dapat menjadi fondasi bagi pengembangan lini produk yang secara konsisten mengangkat nilai-nilai kerja keras dan estetika klasik dalam konteks *Japanese- Americana*.

DAFTAR PUSTAKA

- A Gentleman's Row. (n.d.). *What is Japanese Americana style?* Gentleman's Row. <https://a-gentlemans-row.com/what-is-japanese-americanastyle>
- Albers, J. (2011). *Interaction of color* [PDF document]. <https://lookingatlooking.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/01/albersinteractionofcolor.pdf>
- Analog Shift. (n.d.). *M-1965 field jacket history*. Analog Shift. https://www.analogshift.com/blogs/transmissions/m-1965-field-jackethistory?srsId=AfmBOopVXKftSaWThgCubK5fEDuehkX5tL5_JaJdyODv1Tg-VNulzUni
- Baymard Institute. (n.d.). *User-centered design*. <https://baymard.com/learn/user-centered-design>
- BDGAStore. (n.d.). *Japanese Ametora*. BDGA Store. <https://bdgastore.com/blogs/blogdega/japanese-ametora>
- Cold Tea Collective. (n.d.). *Japanese Americana: Get ready*. Cold Tea Collective. <https://coldteacollective.com/japanese-americana-get-ready/>
- Kustompedia. (2024). *Jenis-jenis kancing*. Kustompedia. <https://blog.kustompedia.com/jenis-jenis-kancing/>
- Maze. (2021). *User-centered design: A complete guide*. <https://maze.co/blog/user-centered-design/>
- Nextapp. (n.d.). *User-centered design glossary*. <https://www.nextapp.co/glossary/guides/user-centered-design>
- Paramita, T. (2021). *Desain berpusat pengguna (Bab 3)*. <https://repository.unika.ac.id/21458/4/14.D1.0023%20TEDDY%20PARAMITA%207.3%20-%20BAB%20III.pdf>
- Penulis. (2021). *Studi tentang desain pengguna (Bab 3)*. https://repository.upi.edu/96774/4/S_IND_1908720_Chapter_3.pdf
- Products of Design. (n.d.). *What is storytelling in design?* Products of Design. <https://productsofdesign.sva.edu/blog/what-is-storytelling-in-design#:~:text=Storytelling%20in%20design%20involves%20u sing, struggles%2C%20hopes%2C%20and%20desires.>
- RideApart. (2018, June 11). *Incredible creations: Indonesia's Vespa culture*. RideApart. <https://www.rideapart.com/news/358745/incredible-creations-indonesias-vespa-culture/>

- RideApart. (2020, October 5). *Treasure Custom Garage: Bali, Indonesia*. RideApart. <https://www.rideapart.com/news/660507/treasure-customgarage-bali-indonesia/>
- RideApart. (n.d.). *Japan*. RideApart. <https://www.rideapart.com/search/?q=japan+&f=all>
- Speedhunters. (2022, July 15). *Art of Speed: A celebration of Malaysian custom culture*. Speedhunters. <https://www.speedhunters.com/2022/07/art-of-speed-a-celebration-of-malaysian-custom-culture/>
- Tenue Denim. (n.d.). *The history of the chore coat*. Tenue Denim. https://tenuedenimes.com/blogs/news/the-history-of-the-chore-coat?srsId=AfmBOoq4BRg_nHJzYxnKWkGEkFR2k-P5iAOFoqxZU-OYKQOrte0vTksE
- Wellen Project. (n.d.). *Jenis resleting*. <https://wellenproject.com/jenis-resleting/>
- Wheels Guru. (2024, January 15). *Custom motorcycle culture: A global perspective in 2024*. WheelsGuru. <https://www.wheelsguru.com/popular/custom-motorcycle-culture-a-global-perspective-in-2024/>
- Widyatama University. (2021). *The impact of custom motorcycle culture on Indonesian youth: A study of local trends and global influences* (Unpublished master's thesis). Widyatama University Repository. <https://repository.widyatama.ac.id/server/api/core/bitstreams/7e7d70d5-d5b6-41b6-a162-105786ecaac8/content>
- Yunidar, D., & Abdul Majid, A. Z. (2018). What drives the riders to personalizing activity toward their motorbike? In *Proceedings of the 3rd International Conference on Creative Media, Design and Technology (REKA 2018)* (pp. 175–178). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/reka-18.2018.39>