

PENGEMBANGAN PRODUK *BRAND* GEDOG LOWO MELALUI IMPLEMENTASI *STORYTELLING* 'RIWAYAT KAPAS' DENGAN TEKNIK *SURFACE TEXTILE DESIGN*

Hasna Nazihah Ahmad¹, Fajar Ciptandi² dan Shella Wardhani Putri³

^{1,2,3} Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257

hasnanzh@student.telkomuniversity.ac.id, fajarciptandi@telkomuniversity.ac.id,

shellawardhani@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Jenis kain tradisional di Indonesia sangat beragam, salah satunya yaitu kain tenun *gedog*. Kain tenun *gedog* merupakan kain tradisional asal Kabupaten Tuban, Jawa Timur, yang pada awalnya kurang dikenal, namun dengan adanya fenomena diangkatnya batik tenun *gedog* Tuban sebagai ikon pada acara Hari Batik Nasional tahun 2024, kini tenun *gedog* mulai ramai mendapat atensi dari pecinta *fashion* dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan ke dalam bentuk produk *fashion*. Di sisi lain, terdapat *brand* penghasil kain tenun *gedog* di kecamatan Kerek yang secara konsisten menghasilkan tenun *gedog* dengan corak motif hasil inovasi, namun masih menghasilkan dalam bentuk lembaran kain saja, sehingga produknya berpotensi untuk dikembangkan ke dalam bentuk produk *fashion* menggunakan konsep perancangan yang sesuai dengan karakteristik *brand*. Dengan begitu, penelitian ini bertujuan untuk membuat perancangan pengembangan produk *brand* Gedog Lowo menjadi produk *fashion*. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif melalui studi literatur, observasi, wawancara dan juga eksplorasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perancangan produk *fashion* tenun *gedog* yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik *brand* Gedog Lowo.

Kata kunci: tenun *gedog*, *brand* Gedog Lowo, produk *fashion* tenun *gedog*

Abstract: There are various types of traditional fabrics in Indonesia, one of which is *gedog* woven fabric. *Gedog* woven fabric is a traditional fabric from Tuban Regency, East Java, which was initially less well known, but with the phenomenon of the appointment of Tuban *gedog* woven batik as an icon at the National Batik Day event in 2024, now *gedog* woven has begun to receive attention from fashion lovers and has great potential to be developed into fashion products. On the other hand, there is a brand producing *gedog* woven fabric in Kerek sub-district that consistently produces *gedog* woven fabric with innovative motifs, but still produces it in the form of cloth sheets only, so its products have the potential to be developed into fashion products using design concepts that are in accordance with brand characteristics. Therefore, this research aims to design the product development of the Gedog Lowo brand into fashion products. The research was conducted using qualitative methods through literature study, observation, interviews and exploration. This research is expected to provide the design of *gedog* weaving fashion products that are in accordance with the needs and characteristics of the Gedog Lowo brand.

Keywords: *gedog* weaving, Gedog Lowo brand, *gedog* weaving fashion products

PENDAHULUAN

Artikel Jenis kain tradisional di Indonesia sangat beragam, salah satunya yaitu kain tenun *gedog*. Kain tenun *gedog* merupakan kain tradisional asal Kabupaten Tuban, Jawa Timur, yang dibuat secara manual menggunakan alat tenun yang disebut *gedogan*. Tradisi membuat kain di Tuban sudah ada sejak lama, yakni sejak abad ke-14 dan masih dilakukan hingga kini (Emir dan Wattimena, 2018). Di Tuban, persebaran perajin tenun *gedog* tidak merata dan hanya terdapat di Kecamatan Kerek (Ciptandi, 2022). Diketahui bahwa kain tenun yang dihasilkan oleh para perajin di Kerek, memiliki ciri khas tersendiri karena seluruh proses pembuatannya yang masih dilakukan secara manual. Bahan baku yang digunakan pun mereka hasilkan secara mandiri, yakni kapas. Dimulai dari menanam bibit kapas, hingga menjadi selebar kain tenun *gedog*. Semua tahapan tersebut masyarakat Kerek lakukan tanpa melibatkan pihak dari luar daerah mereka dan hal tersebut yang menjadi keunikan juga nilai tinggi dari tradisi menenun di Kerek (Bramantijo et al, 2020).

Diketahui karena proses pembuatan batik tenun *gedog* yang berbeda dari kain batik pada umumnya, sehingga Yayasan Batik Indonesia mengangkat batik tenun *gedog* Tuban sebagai ikon pada acara Hari Batik Nasional tahun 2024. Merespon fenomena batik tenun *gedog* yang dijadikan sebagai ikon Hari Batik Nasional 2024, Fajar Ciptandi selaku *owner* dari salah satu *brand* penghasil tenun *gedog* yakni Gedog Lowo, mengatakan bahwa sebelum hal tersebut terjadi, tenun *gedog* kurang banyak dikenal. Namun kini, batik *gedog* Tuban semakin dikenal oleh khalayak banyak dan ramai mendapat atensi tersendiri dari para pecinta *fashion*. Sehingga adanya potensi untuk mengembangkan lembaran kain tenun *gedog* pada produk *fashion*.

Di sisi lain, saat ini di Kecamatan Kerek, kabupaten Tuban terdapat sebuah *brand* bernama Gedog Lowo yang telah lama aktif dalam menciptakan inovasi pembaruan pada motif serta tekstur kain tenun *gedog*, namun sejauh ini pengembangannya masih terbatas pada lembaran kain saja. Padahal jika merespon dari fenomena naiknya kain tenun *gedog* Tuban pada tahun 2024, dengan membuat

pengembangan tenun *gedog* pada produk yang lebih aplikatif seperti pada produk *fashion*, dapat menjadi peluang besar bagi *brand* Gedog Lowo agar dapat berdaya saing dengan brand serupa. Hal tersebut seperti yang telah dilakukan oleh *brand* Sukkha Citta, yang menggunakan kain tenun *gedog* pada koleksi produk *ready to wear deluxe* mereka dan *brand* Da'poza yang meluncurkan koleksi produk tas hasil kolaborasi dengan YBI dengan berbahan batik tenun *gedog*. Beberapa peneliti terdahulu juga telah melakukan pengembangan serupa pada produk *fashion*, yakni Agustin (2019), dengan melakukan sebuah pengembangan tenun *gedog* menjadi produk *fashion* busana wanita casual dengan mengaplikasikan teknik sulam menggunakan motif ganggeng sebagai inspirasi motif yang banyak mempresentasikan kota Tuban, dan juga oleh Firdausi (2020) yang mengolah teknik *hand tufting* pada media tenun *gedog* dan dikembangkan pada produk *fashion* busana pria *ready to wear deluxe* dengan suasana Tuban sebagai inspirasi motif.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, terdapat permasalahan belum adanya pengembangan produk tenun *gedog* Gedog Lowo menjadi produk aplikatif *fashion* dan dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui jenis produk dan konsep perancangan yang sesuai untuk *brand* Gedog Lowo. Sehingga pada penelitian ini, akan dilakukan pengembangan dari produk tenun *gedog brand* Gedog Lowo berupa penerapan pada produk *fashion* yang sesuai dengan karakteristik dan *brand identity* Gedog Lowo tanpa menghilangkan identitas tradisi di Kerek. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menghasilkan pengembangan variasi produk *fashion* untuk *brand* Gedog Lowo.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu metode yang mengedepankan hasil analisis melalui pemaparan data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Hal tersebut diawali dengan melakukan pengumpulan data terlebih dahulu melalui

observasi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung atau secara *online*. Observasi secara langsung dilakukan ke daerah penghasil kain tenun *gedog* dan tempat lahirnya *brand* Gedog Lowo, yakni desa Kerek, kabupaten Tuban, Jawa Timur. Observasi secara langsung dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai tradisi dari tenun *gedog* dan perkembangannya hingga saat ini. Kemudian observasi secara *online* pun dilakukan melalui laman media sosial *brand* Gedog Lowo untuk mengetahui karakteristik dan *brand identity* dari Gedog Lowo. Selama proses observasi di desa Kerek berlangsung, wawancara pun dilakukan kepada 4 narasumber berbeda yakni kepada *owner brand* Gedog Lowo dan perwakilan *brand* di Kerek, 2 petani kapas Kerek, dan perajin tenun *gedog senior* di Kerek. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan juga masalah yang sedang dihadapi oleh *brand* Gedog Lowo, proses pembuatan kain tenun *gedog*, jenis-jenis motif, perkembangan tenun *gedog*, dan batasan dalam pengolahan tenun *gedog*. Selain itu, metode pengumpulan data melalui studi literatur juga dilakukan melalui berbagai sumber buku dan jurnal mengenai tekstil, *storytelling*, produk *fashion*, dan teknik tekstil untuk menjadi landasan teori dan dasar pendukung dari penelitian ini. Selain itu, perbandingan data dari brand-brand yang telah menghasilkan produk *fashion* menggunakan tenun *gedog* pun dilakukan Brand pembanding?

HASIL DAN DISKUSI

Hasil pada penelitian ini dirancang melewati beberapa tahapan analisis untuk mendapatkan urutan jawaban berdasarkan rumusan masalah dengan hasil luaran yakni; jenis produk *fashion* dan siluet produk, konsep perancangan berdasarkan *brand identity* Gedog Lowo, dan juga penerapan konsep pada produk dengan teknik *surface textile design*.

Pengembangan Kain Tenun Gedog Menjadi Produk Fashion yang Sesuai

Untuk mengetahui preferensi produk *fashion* apa yang tepat untuk dikembangkan menggunakan kain tenun *gedog*, tentunya sebelumnya perlu dilakukan analisis terhadap data studi pustaka, data sekunder mengenai karakteristik kain tenun

gedog dan brand-brand pembanding yang telah menghasilkan produk tas khususnya menggunakan bahan tenun *gedog*, dan juga menganalisis data primer untuk mendapatkan siluet produk yang sesuai.

Hasil dari analisis tersebut dipaparkan pada gambar 1.

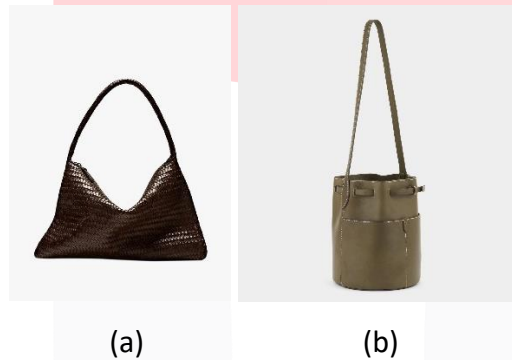
Gambar 1 Kesimpulan analisis data untuk preferensi bentuk dan siluet produk berbahan tenun *gedog*

No.	Sumber Data	Data
Analisis Data (jenis produk)		
1.	Studi Pustaka	• Tas merupakan wadah untuk menyimpan dan membawa sesuatu, dengan tren penggunaan bahan berkelanjutan • Sampel tenunan katun berada di list teratas dengan hasil untuk fungsi daya guna ulang, ketahanan benturan, dan kapasitas menahan beban (Muthu. et al, 2013).
2.	Data Sekunder	• Kain tenun <i>gedog</i> memiliki karakteristik tidak serapat kain hasil pabrik, kainnya tebal namun tidak merata, warnanya kusam, cenderung kasar dan kaku. • Masih sedikit <i>brand</i> yang mengembangkan kain tenun <i>gedog</i> menjadi produk tas. • Diantara pengembangannya belum ada yang mengaplikasikan teknik <i>surface textile design</i> yang menyampaikan nilai filosofi tradisi.
Analisis Data (siluet tas)		
3.	Data Primer	• Walaupun <i>Gedog Lowo</i> merupakan <i>brand</i> yang identik dengan nilai tradisi, namun juga terbuka

		dengan perkembangan zaman dan terbuka untuk mengadopsi siluet modern agar dapat bersaing.
4.	Data Sekunder	• Terdapat prediksi tren siluet tas tahun 2025/2026 yang dapat diadopsi oleh <i>brand</i> Gedog Lowo yakni siluet <i>slouchy bags</i> dan <i>bucket bags</i> • Berdasarkan referensi data dari kontruksi tas <i>slouchy</i> dan <i>bucket bags</i> yang telah dihasilkan oleh <i>brand</i> Thread dan Mansur Gavriel, siluet tersebut dapat diadopsi oleh brand Gedog Lowo karena memerlukan jenis bahan yang sesuai dengan karakteristik kain tenun <i>gedog</i>.
Kesimpulan Analisis		



Dapat disimpulkan bahwa **rekomendasi pengembangan produk yang tepat dengan menggunakan kain tenun *gedog* untuk *brand* Gedog Lowo adalah tas dengan siluet *Slouchy* dan *Back to Bucket***. Hal tersebut berdasarkan pertimbangan dari karakteristik kain tenun yang cenderung kasar, lalu berdasarkan sumber yang menilai bahwa kain tenunan kapas memiliki fungsi daya guna ulang dan ketahanan tinggi. Selain itu perkembangan zaman merupakan sebuah keniscayaan, sehingga *brand* Gedog Lowo pun harus bisa bersaing dalam kondisi tersebut dan dapat relevan dengan tren yang dapat diadopsi saat ini.



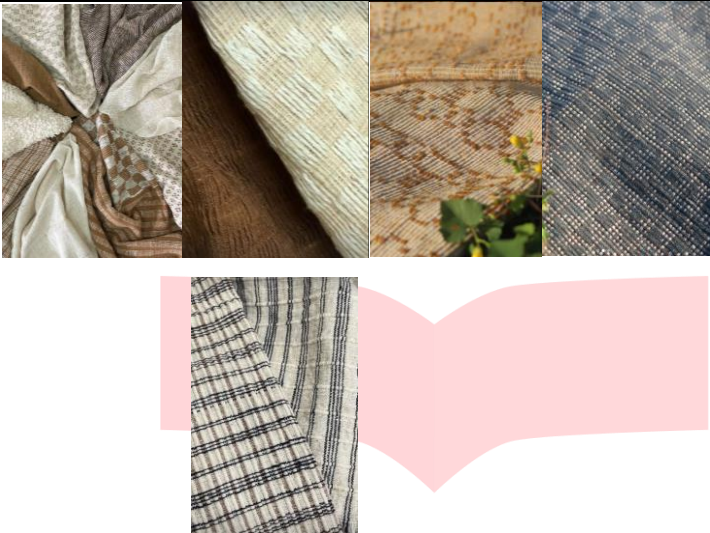
*(a) Slouchy Silhouette (b) Back to Bucket

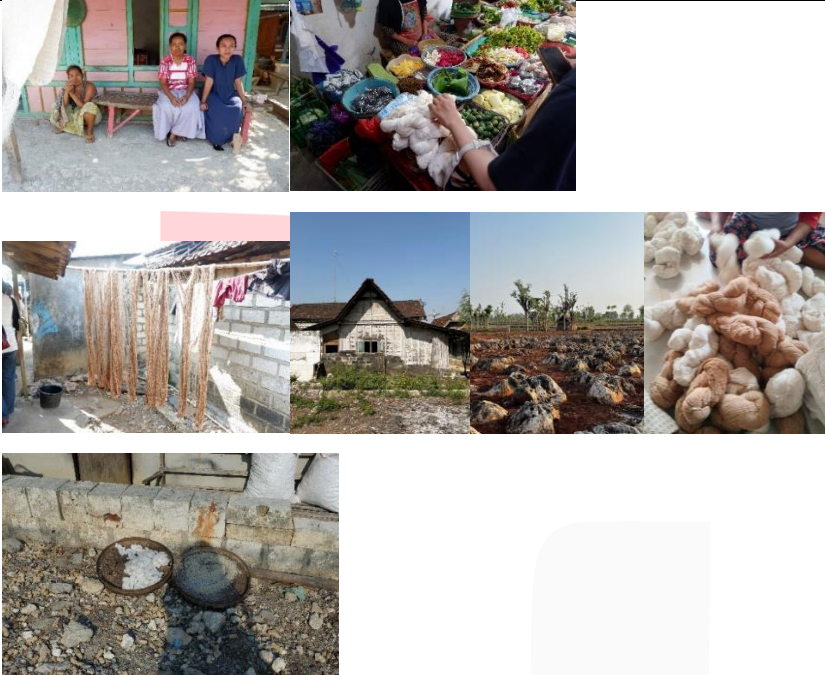
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Gagasan Pengembangan Produk Berdasarkan *Brand Identity* Gedog Lowo

Dalam membuat konsep pengembangan produk untuk *brand* Gedog Lowo, tentunya sebelumnya perlu dilakukan pendalaman terhadap *brand identity* dan karakteristik dari *brand*. Berdasarkan hasil dari data observasi dan wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa dalam perjalanan pengembangan *brand* Gedog Lowo terdapat pola-pola yang menjadi kecenderungan, yang pertama secara visual seperti warna, tekstur, dan motif yang sering muncul, lalu secara filosofi atau narasi cerita-cerita yang seringkali dideskripsikan dan nuansa yang dihasilkan.

Gambar 2 Analisis *brand identity* Gedog Lowo

Data Analisis		Keyword
Visual		
Warna		
Motif		
Tekstur		
Analisis	• Warna yang digunakan oleh Gedog Lowo baik pada lembaran kain yang dihasilkan maupun pada pengelolaan konten media sosial merupakan warna coklat, putih gading, dan biru indigo. Penggunaan warna pada kain kebanyakan berasal dari zat pewarna alami sehingga memiliki warna yang sedikit kusam dan memberikan kesan natural juga alami.	Natural, kebumian
	• Tekstur yang sering muncul dan digunakan pada lembaran kain juga berasal dari nilai-nilai alami pada unsur budaya di Kerek, seperti dari kontur ladang kapas di Tuban, sehingga kebanyakan teksturnya seperti tekstur gumpalan benang yang mencuat	Rustic

	secara teratur ataupun gelombang kain dengan motif cenderung memiliki pola geometris seperti garis-garis, kotak-kotak.	
Value		
Filosofi		
Analisis	Gedog Lowo selalu menyelipkan narasi cerita, baik pada motif kain maupun pada laman media sosial dalam melakukan <i>branding</i>. Narasi cerita tersebut berasal dari unsur-unsur budaya di Kerek, yang banyak menggambarkan suasana kampung dan pedesaan, juga detail-detail dari proses pembuatan kain tenun <i>gedog</i> yang mungkin jarang terlihat atau disadari.	Rustic, Filosofis

	• Nilai filosofi yang diangkat pada kain tidak selalu berdasarkan suatu nilai yang terlihat besar dan mendalam, namun dapat juga berasal dari kebiasaan sederhana masyarakat Kerek, contohnya seperti penggambaran sisa nasi pada daun pisang yang digunakan oleh para petani di ladang untuk membawa bekal, yang digambarkan pada lembaran kain tenun <i>gedog</i> melalui gumpalan benang <i>tukel</i> putih.	Keindahan dalam kesederhanaan
Kesimpulan Analisis		
Dapat disimpulkan bahwa nuansa yang ada pada <i>brand identity</i> Gedog Lowo adalah kesan yang cenderung kepada nuansa <i>earthtone</i> atau kebumian, <i>rustic</i>, dan selalu menghargai keindahan dalam kesederhanaan juga ‘ketidak-sempurnaan’ pada identitas tradisi dan unsur budaya di Kerek.		

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Analisis Data untuk Gagasan Pengembangan Konsep Perancangan Produk untuk *Brand Gedog Lowo*

Seperti yang dapat diketahui berdasarkan pemaparan sebelumnya bahwa Gedog Lowo merupakan *brand* yang terbentuk atas dorongan untuk mempertahankan eksistensi dari wastra tradisional khas Tuban, sehingga memiliki *brand identity* yang erat dengan nilai filosofi berdasarkan kultur lingkungan dari tradisi menenun di Kerek. Selain itu, Gedog Lowo juga memiliki visi untuk mempertahankan nilai-nilai tradisi di Kerek sehingga menginginkan produk yang dapat menyampaikan nilai filosofi tersebut, namun penyampaian sebuah cerita tradisi tidak dapat dilakukan hanya melalui visual saja dan perlu didukung dengan narasi.

Berdasarkan data studi pustaka dan analisis *brand* pembanding, diketahui bahwa *storytelling* secara visual melalui media dapat meningkatkan daya tarik pada sebuah produk, dengan membuat suatu individu lebih mudah untuk paham dan menghargai suatu nilai budaya yang disampaikan. Hal tersebut seperti yang sudah diterapkan oleh brand Sukkha Citta, dimana pada setiap koleksi yang dikeluarkan selalu memiliki konsep yang mengangkat fenomena tertentu, sehingga setiap produk yang ditawarkan memiliki desain sesuai dengan cerita yang diangkat dan diterapkan menggunakan teknik *surface textile design* yang dipandu oleh setiap fenomena yang diangkat.

Sehingga, dapat dinilai bahwa konsep perancangan yang sesuai dengan karakteristik dan *brand identity* untuk *brand* Gedog Lowo adalah dengan menyampaikan sebuah nilai filosofi dengan inspirasi unsur budaya di Kerek, melalui implementasi *storytelling* secara visual pada produk. Visualisasi dengan inspirasi budaya di Kerek tersebut akan diaplikasikan menggunakan teknik *surface textile design*.

Analisis Data untuk Gagasan Pengembangan Konsep *Storytelling* Berdasarkan Nilai Tradisi di Kerek

Berdasarkan data sekunder, data observasi, dan wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa kapas merupakan satu-satunya bahan baku dalam pembuatan kain tenun gedog. Bahan baku kapas yang digunakan oleh para perajin di Kerek tidak didapatkan dari tempat lain ataupun memasok dari luar daerah, melainkan mereka tanam sendiri secara mandiri di pekarangan-pekarangan rumah mereka, ataupun di ladang penanaman kapas di Kerek.

Tanaman kapas sudah dicintai sejak ditanam, karena petani kapas menanamnya dengan harapan dapat berguna dan membawa sukacita saat tibanya waktu panen di musim kemarau nanti. Karena kapas-kapas berharga yang telah dipanen nantinya akan menjadi banyak manfaat dan terlibat dalam rangkaian proses

yang panjang, dimulai dari pemintalan benang, nglikasi, dan menenun hingga menjadi selemba kain tenun gedog.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kapas merupakan akar dari tradisi dan memiliki peran penting bagi keberlangsungan tradisi menenun di Kerek dan sesuai untuk dijadikan sebagai nilai filosofi yang akan diangkat sebagai inspirasi pada tema perancangan.

Konsep *Storytelling* “Riwayat Kapas”

Sehingga, dari analisis data berdasarkan kumpulan data sekunder, observasi hingga wawancara mengenai kapas, ditentukan tema *storytelling* bertajuk “Riwayat Kapas” yang dapat diuraikan ke dalam narasi sebagai berikut.

“Di Kerek, sebuah wilayah di Tuban, Jawa Timur, kapas bukan sekedar tanaman. Ia adalah simbol kehidupan, leluhur, dan kesinambungan nilai-nilai budaya. Kapas tumbuh tak sekedar jadi benang. Setiap helaian benang hasil pintalan dari kapas yang dicintai sejak ditanam oleh para petani, merupakan cermin kesabaran dan ketekunan. Kapas, setelah dipetik dan diolah, menjelma menjadi kain yang digunakan dalam upacara adat, pernikahan, hingga ritual keagamaan. Semua tahapan proses dilakukan dengan penuh rasa hormat dan penghargaan terhadap alam serta leluhur. Masyarakat Kerek menjaga warisan ini dengan sepenuh hati. Mereka tahu bahwa dalam sehelai kain tenun, tersimpan jiwa sebuah tradisi—jiwa dari Kerek itu sendiri. Ia adalah akar dari keberlangsungan sebuah tradisi di Kerek”.

Berdasarkan narasi *storytelling* dengan tema “Riwayat Kapas”, dapat dibuat sebuah moodboard yang akan memandu pengembangan produk secara visual pada gambar 3.

Gambar 3 Moodboard



Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Tema “Riwayat Kapas” akan merepresentasikan pentingnya peran dan keberadaan kapas bagi keberlangsungan tradisi menenun di Kerek, melalui penggambaran peran kapas yang bercabang sebagai akar, proses pengolahan kapas, penggambaran ladang kapas, dan tentunya buah kapas. Pada tema “Riwayat Kapas” akan mengadopsi kesan *rustic* yang sesuai dengan karakteristik dari *brand* Gedog Lowo.

Penerapan Konsep pada Produk *Fashion* Tenun Gedog yang Sesuai untuk *Brand* Gedog Lowo Menggunakan Teknik *Surface Textile Design*

Hasil data berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap *brand* semisal yang telah mengembangkan produk *fashion* menggunakan implementasi *storytelling*, menunjukkan bahwa untuk mendapatkan komposisi yang tepat dalam menyampaikan sebuah *storytelling* melalui teknik *surface textile design* pada suatu produk, yakni:

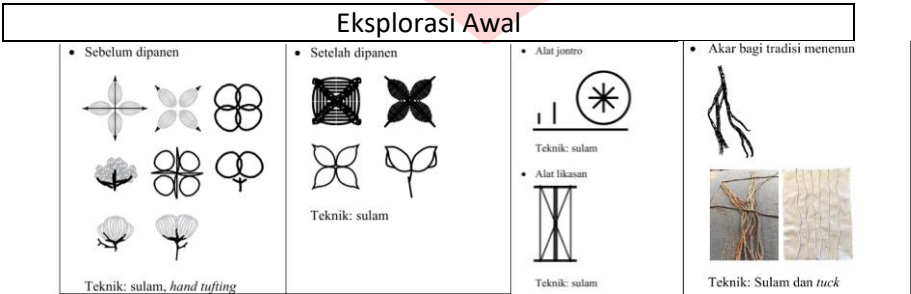
- Perlu ditentukan terlebih dulu modul individual berdasarkan *key-point* apa saja yang ingin dimasukkan dari tema yang sudah ditentukan
- Dapat menggabungkan beberapa modul-modul visual untuk membangun *storytelling* agar terlihat harmonis dan terlihat bercerita.

c. Selain itu, gaya modul visual dapat berupa stilasi secara langsung, stilasi yang dimodifikasi, ataupun modul tidak secara harfiah, dan memiliki kesesuaian dengan *brand identity*.

Hasil Eksplorasi

Proses eksplorasi dilakukan berdasarkan hasil analisis terhadap data *brand semisal* yang telah mengembangkan produk *fashion* menggunakan implementasi *storytelling sebelumnya*. Pada eksplorasi awal bertujuan untuk mendapatkan modul individual berdasarkan *key-point* apa saja yang ingin dimasukkan dari tema yang sudah ditentukan.

Gambar 4 Eksplorasi Awal



Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Kemudian pada eksplorasi lanjutan, bertujuan untuk mengetahui potensi teknik dan karakteristik yang dapat dihasilkan.

Gambar 5 Eksplorasi lanjutan

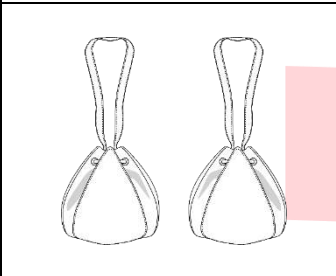
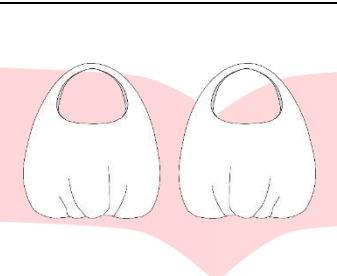
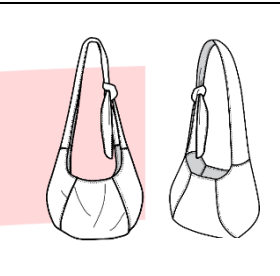


Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Selanjutnya dilakukan proses eksplorasi untuk mendapatkan siluet produk tas yang sesuai dengan hasil pada analisis bentuk produk sebelumnya yakni *slouchy* dan

bucket bags, yang disesuaikan dengan konsep perancangan *storytelling* ‘Riwayat Kapas’.

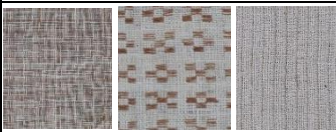
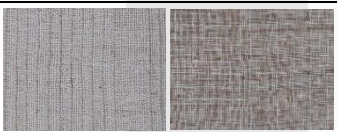
Gambar 6 Eksplorasi siluet produk

Eksplorasi Siluet Produk		
1	2	3
		
		
Menyemai	Menuai Buah Upaya	Berdaya Guna

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Berdasarkan siluet produk tas yang sudah didapat, selanjutnya dilakukan proses pembuatan sketsa produk dengan penerapan komposisi teknik terpilih sesuai dengan konsep *storytelling* ‘Riwayat Kapas’.

Gambar 7 Eksplorasi siluet produk

Sketsa Produk		
1	2	3
		
		
Menyemai	Menuai Buah Upaya	Berdaya Guna

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Visualisasi Produk

Berikut merupakan visualisasi produk pada penelitian ini:

1. Produk Menyemai

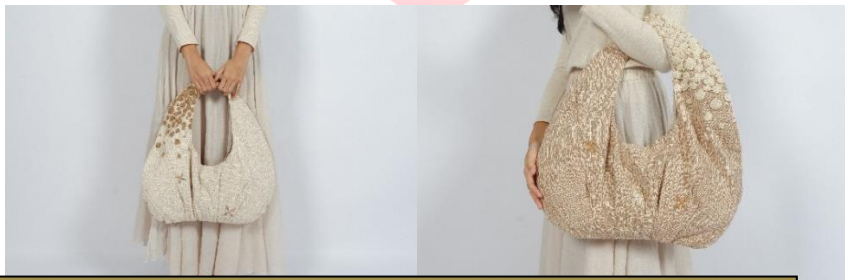


Proses penyemaian benih kapas dirawat dengan teliti oleh para petani di Kerek sejak ditanam, dengan harapan dapat tumbuh dan menjadi berkah serta memberi

Gambar 8 Visualisasi produk 1

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

2. Produk Menuai Buah Upaya



Perasaan sukacita membuncah bagi para petani dan pengrajin Kerek ketika tiba saatnya waktu panen. Kapas putih telah jatuh, bonggol kapas telah kering, dan kini tanaman kapas siap untuk menghasilkan kembali.

Gambar 9 Visualisasi produk 2

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

3. Produk Berdaya Guna



Kapas, setelah dipetik dan diolah, menjelma menjadi kain yang digunakan dalam upacara adat, pernikahan, hingga ritual keagamaan. Semua tahapan proses dilakukan dengan penuh rasa hormat dan penghargaan terhadap alam serta leluhur. Ia adalah akar dari keberlangsungan sebuah tradisi di Kerek.

Gambar 10 Visualisasi produk 3

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Feedback Brand Mitra

Setelah menghasilkan pengembangan pada produk lembaran kain untuk *brand* Gedog Lowo, tentunya dibutuhkan tanggapan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pada *brand* dan memiliki kesesuaian dengan citra *brand*. Berikut merupakan *feedback* yang diberikan oleh *brand* kepada peneliti terhadap koleksi produk tas dengan konsep perancangan ‘Riwayat Kapas’ yang telah dihasilkan, yang dapat menjadi bahan evaluasi untuk penelitian kedepannya:

1. Secara konsep *storytelling* dirasa sudah sesuai, mengingat bahwa *brand* Gedog Lowo selalu konsisten mengangkat identitas lokal dan juga potensi-potensi lokal yang menjadi sumber inspirasi.
2. Teknik eksplorasi *surface textile design* telah berhasil memberikan penguatan terhadap konsep *storytelling* yang dipilih oleh *designer*. Selain itu teknik yg dipilih juga dikembangkan secara pas sehingga tidak merusak identitas kain tenun *gedog*.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengembangan Produk *Brand* Gedog Lowo Melalui Implementasi Storytelling ‘Riwayat Kapas’ dengan Teknik *Surface Textile Design*”, adalah sebagai berikut:

1. Kain tenun gedog sebagai produk dari *brand* Gedog Lowo yang awalnya hanya berupa lembaran kain, telah dikembangkan menjadi produk aplikatif yang sesuai dan optimal yakni sebagai produk *fashion* tas.
2. Telah dikembangkan konsep perancangan produk yang sesuai dengan *brand identity* dari Gedog Lowo, yakni dengan menggunakan implementasi *storytelling* secara visual berdasarkan identitas tradisi di Kerek yakni kapas, dengan judul konsep 'Riwayat Kapas'.
3. Telah diterapkan konsep perancangan 'Riwayat Kapas' pada desain produk tas secara visual menggunakan ragam teknik *surface textile design* dengan komposisi sesuai poin visual dari identitas tradisi kapas di Kerek.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kendala yang dialami sehingga terdapat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh peneliti selanjutnya:

1. Terkait desain pada koleksi produk tas 'Riwayat Kapas' untuk *brand* Gedog Lowo, memiliki tujuan utama yang perlu dikejar yaitu kesan *rustic* sesuai dengan *identity* pada *brand*. Namun pada desain tas 'Menuai Buah Upaya', terdapat penggunaan aksesoris kancing magnet yang terlihat pada bagian luar tas sehingga mengurangi kesan *rustic* tersebut dan lebih condong kepada modernitas, dan hal tersebut disarankan untuk dihilangkan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, O. K., & Elsayed, N. A. (2019). Fabric manipulation as a fashion inspiration source for children clothes. *International Design Journal*, 9(4), 79-91.
- Anjani, S. D., & Sekar, A. Y. (2025). Application of Embellishment Techniques to Fashion Products with Pekalongan Buketan Batik Inspiration. *KnE Social Sciences*, 10(1), 46-54.
- Bramantijo, B., Hidayat, M. J., & Arifin, M. (2020). KETERSEDIAAN LAWE LOWO DALAM MENJAGA KEBERLANGSUNGAN TRADISI TENUN GEDHOG DI KEREK, TUBAN.
- Buck, Melissa. Przybylek, S. (2023). Fabric manipulation techniques, <https://study.com/academy/lesson/fabric-manipulation-techniques.html>.
- Cary, Alice, Madeline Fass, dan Laura Jackson. (2025). The Top Spring 2025 Handbag Trends, From Belted Styles to Slouch Silhouettes: [Vogue.com](https://www.vogue.com).

- Chang, T. Y., Chen, K. H., & Huang, K. L. (2012). Shaping a Case in Cultural Product Design for City Marketing: Product storytelling for the former Tainan State Magistrate.
- Ciptandi, Fajar. (2022). Ekspresi Tuban. Gramedia Pustaka Utama.
- Dahlström, A. (2019). Storytelling in design: defining, designing, and selling multidevice products. O'Reilly Media.
- Dewantari, S., Ciptandi, F., & Febriani, R. (2023). PENGEMBANGAN PRODUK GEDOG LOWO DENGAN GAYA KHAS MASYARAKAT TUBAN. *eProceedings of Art & Design*, 10(3).
- Emir, T., & Wattimena, S. (2018). Pesona kain indonesia: tenun gedog tuban. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, R., Khan, S. M., Khalid, M., Basaree, R. O., & Anwar, R. (2015). Textile designs embellishments: rethink design models for fish scales texture pattern study. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 491-499.
- Gould, Wendy Rose. (2025). 8 Handbag Trends You're About to See Everywhere In 2025: *realsimple.com*.
- Marlianti, M., & Handayani, W. (2017). Klasifikasi teknik stitching sulaman sebagai surface design tekstil. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 5(1).
- Momongan, Selfy. (2024). Mengenal Gedog Tuban, Batik Tenun yang Jadi Ikon di Hari Batik Nasional 2024: Kumparan.
- Muthu, S. S., Li, Y., Hu, J. Y., Mok, P. Y., Mao, Y. F., Li, Q. H., & Wu, X. X. (2013). Assessment of eco-functional properties of shopping bags: Development of a novel eco-functional tester. *International journal of clothing science and technology*, 25(3), 208-225.
- Nasution, A. H., & Kartajaya, H. (2018). Inovasi. Penerbit Andi.
- Nawab, Y., Hamdani, S. T. A., & Shaker, K. (Eds.). (2017). Structural textile design: interlacing and interlooping. CRC Press.
- Nazmi, I. N., & Ciptandi, F. (2019). Eksplorasi Teknik Sulam Menggunakan Benang Tukul Pada Kain Tenun Gedog. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Nisa, Siti Nur Mukaromatun. (2024). Jadi Ikon Hari Batik Nasional 2 Oktober 2024: Ini Fakta Menarik Seputar Batik Gedog Tuban: Jawa Pos.
- Rani, B., Yadav, S., & Rose, N. M. (2019). Macramé craft: A potential source of income generation. *International Journal of Education and Management Studies*, 9(1), 33-37.
- Rexroat, Madison. (2024). These Are the Hottest Bag Trends Dominating 2024: *Elle.com*.
- Ribeiro, L., Miguel, R., Pereira, M., Lucas, J., & Trindade, I. (2012). Evolution of fashion accessories: bags design and the use of woven fabrics. *Global International Fashion eu/files_download/GFC2012. Conference*. <http://gfc-conference>.
- Rida Alvi, Z. J., Khan, N. H., & Hayat, G. A. (2024). Darts, Pleats, and Gathers. *Garment Sizing and Pattern Making*, 127.
- Roesanto, Q. L., & Ciptandi, F. (2018). Pengaplikasian Material Thermoplastic Rubber Sebagai Produk Aksesoris Fesyen. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 6(3).
- Serrat, O. (2008). Storytelling.

Subagiyo, P. Y. (2008). Tekstil tradisional. Bekasi. Studio Primastra.

Penyusun, T., Noerati, S. T., Gunawan, M. T., SiT, S., Muhammad Ichwan, A. T., & Eng, M. S. TEKNOLOGI TEKSTIL.

Suliyanthini, D. (2017). Ilmu Tekstil. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.

Wolfe, Alexis dan Meg Donohue. (2025). Spring Will Be Ruled by These 8 Bag Trends: Elle.com.

