

PERANCANGAN SARUNG MAJALAYA UNTUK BUSANA *READY TO WEAR*

Merah Delima Asih Bening Lestari¹, Marissa Cory Agustina Siagian S.Ds.,
M.Sn²

Program Studi Kriya Tekstil Dan Mode, FIK, Universitas Telkom, Bandung

Email: mdelima154@gmail.com, marissasiagian86@gmail.com

ABSTRACT

Now days the production of sarongs in Majalaya is declining and experiencing the accumulation of unsold sarong, this has an impact on production and the selling value of the Majalaya sarong it self. So then this study aims to optimize the utilization of Majalaya woven sarongs to become a fashion product in the form of ready to wear clothing for women, which is considered to be rarely produced by Majalaya sarong industry players. That way, the Majalaya sarong users are expected to be wider and increase the selling value of the Majalaya sarong it self.

The research method that used in this study is the search for primary and secondary data. Where the primary data consists of observations and surveys directly to the Majalaya factory and weaving sarong distributor, conducting interviews with the Majalaya sarong industry players, identifying and classifying sarong fabrics and exploring sketch designs. For secondary data consists of journals, theses, and articles that support the course of this study. The results of this study are ready to wear fashion products for women who have a form of wearing sarongs in general, using earth tone colors.

Keyword: Sarong, Majalaya sarongs, ready to wear, fashion.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sarung memang sudah menjadi bagian dari masyarakat Indonesia sejak masa penjajahan dahulu, yang pada awalnya digunakan sebagai penutup tubuh bagian bawah (Benny, 1998). Kata sarung sendiri berasal dari bahasa Melayu, *Sarong*. Kata *Sarong* berarti kain yang cara pakainya dililitkan di pinggang. Sarung menurut Philip (1968:2015) mengatakan, “ *A loose skirt that is made of a long strip of cloth wrapped around the body and held in place by tucking or rolling at the waist and worn chiefly by men and woman at the malay archipelago and the pacific island*”.

Indonesia memiliki berbagai macam ragam sarung dari Sabang hingga Merauke. Seperti sarung ulos dari Sumatera Utara, sarung tenun poleng dari Bali, sarung tenun Samarinda dari Kalimantan Timur, sarung tenun goyor dari Jawa Tengah, sarung sutera Bugis dari Sulawesi Selatan, dan termasuk sarung tenun Majalaya dari Bandung Jawa Barat. Tiap daerah tersebut mempunyai sentra industri sarung masing-masing,

seperti sentra industri sarung di Lamongan, Jawa Timur, kemudian ada sentra sarung Bugis di Sulawesi Selatan, sentra sarung Samarinda di Kalimantan Timur, dan juga sentra sarung Majalaya di Bandung, Jawa Barat. Menurut (Rismayanti, 2015) kegiatan tekstil di Majalaya sudah ada dari tahun 1920 dan mencapai masa kejayaannya di tahun 1960, karena pada tahun itu Majalaya menghasilkan 40% dari jumlah total produksi kain di Indonesia. Saat ini eksistensi dan produksi sarung majalaya kian menurun dikarenakan berbagai macam faktor seperti ketidakmampuan para pengusaha sarung Majalaya dalam menghadapi persaingan pasar yang sudah semakin modern (Teguh, 2017). Hal ini dibuktikan Pada tanggal 1 November 2015 Pikiran Rakyat Online memuat berita bertajuk “20 Juta Kodi Kain Sarung Majalaya Sulit Terjual” hal ini menjadi puncak keresahan pengusaha sarung Majalaya yang sebenarnya sudah terjadi sejak pertengahan tahun 2015. Banyaknya tumpukan kain sarung yang tidak terjual tersebut dikarenakan *stereotype* masyarakat yang menganggap bahwa sarung

merupakan produk musiman yang hanya laku terjual ketika *event* tertentu saja. Demikian, pemerintah daerah kini berupaya dalam mempromosikan sarung Majalaya ini dikalangan masyarakat dengan melakukan berbagai seminar dan kegiatan atau acara yang berhubungan dengan mengenakan kembali pamor sarung Majalaya agar memiliki nilai jual yang lebih (Teguh, 2017)

Dalam kehidupan sehari-hari, umumnya sarung kerap dimanfaatkan untuk beberapa hal, misalnya sebagai alat untuk menggendong anak, untuk membungkus badan dikala udara dingin, juga sebagai ibadah. Menurut pihak IFC (*Indonesian Fashion Chamber*), dari sisi penggunaan, sarung bisa dikenakan siapapun, kapanpun, dimanapun dan dalam situasi apa pun, baik untuk pria maupun wanita. Sarung adalah sebuah produk rakyat tanpa batasan kelas penggunaan. Saat ini sudah banyak desainer-desainer yang mengubah sarung menjadi satu koleksi busana yang unik dan *fashionable* untuk dipakai (Midiani, 2016). Demikian penulis

selaku mahasiswa *fashion design* juga ingin ikut menaikkan nilai dari sarung khususnya sarung Majalaya menjadi suatu produk busana *ready to wear*, dikarenakan masih kurangnya pemanfaatan sarung Majalaya menjadi busana siap pakai (*ready to wear*) khususnya untuk wanita. Dengan begitu, harapannya, imej sarung meningkat dan bisa masuk ke dalam berbagai pengguna termasuk kaum urban dan menaikkan nilai sarung khususnya sarung Majalaya.

Sarung Majalaya

Kegiatan pertenunan konon sudah ada sejak tahun 1800, saat itu diceritakan masih banyak hutan kapas liar di wilayah tersebut, sehingga penduduk mulai memotong-motong kapas dan memintalnya menggunakan tangan. Saat itu pertenunan masih menggunakan alat tenun tangan sederhana yang disebut *kentreung* (sejenis gedogan). Hingga pada tahun 1922 pemerintah Hindia Belanda mendirikan *Textiel Inrichting Bandoeng* (TIB), dan memperkenalkan mesin ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin). Dengan menggunakan mesin ATBM kegiatan

produksi dapat meningkat hingga lima kali lipat (Oktaviani,2016). Pertama kali mesin ATBM diperkenalkan di sebuah pameran di Majalaya pada tahun 1927 (Warmelo, 1938; Setia, 2005). Teknik pewarnaan pada saat itu juga masih menggunakan pewarna alam (Oktaviani, 2016). Hingga tahun 1937, industri sarung telah berkembang pesat dan menguasai 47% keseluruhan suplai sarung.

Corak sarung majalaya mudah dikenali. Motifnya monoton kotak-kotak atau perpaduan lurik horisintal-vertikal yang biasa disebut “poleng” dalam kosa kata bahasa sunda. Istilah “poleng” tersebut dipinjam untuk menjelaskan teknik permainan warna pada kain sarung yang membentuk coretan garis belang-belang. Motif sarung Majalaya tidak memiliki filosofi seperti motif batik, motif sarung Majalaya merupakan hasil dari variasi warna benang serta struktur anyaman yang mampu dikerjakan oleh peralatan dan mesin yang digunakan pada periode jaman tertentu (Yopi, 2017). Sarung Majalaya umumnya menggunakan benang jenis *polyester* (PE), *Teteron*

Cotton (TC) dan *Rayon* (Asep, 2017).

Tanda awal kejatuhan industri tekstil Majalaya adalah ketika para pengusaha pribumi generasi pertama demi mempertahankan usahanya akhirnya beralih pada produk kain untuk busana di sekitar tahun 1940-1950an (Oktaviani, 2016). Semakin berkembangnya program industrial yang menyebabkan munculnya sentra-sentra industri tekstil di kota-kota lain seperti Bandung, Jakarta, dan diluar Jawa Barat. Hal ini mengakibatkan Majalaya semakin kehilangan pasar, sehingga beberapa pengusaha pribumi akhirnya menyewakan mesin dan pabriknya kepada kaum Tiong Hoa (Teguh, 2017). Hingga saat ini Kegiatan produksi sarung masih berjalan lancar, tidak pesat namun tidak pula menurun. Kebanyakan produksi sarung Majalaya dijual ke luar daerah dan luar negeri (Asep, 2017). Namun sayangnya dikarenakan sarung merupakan produk musiman, maka banyak sekali tumpukan kain sarung yang masih sangat layak pakai tetapi tidak terjual.

Majalaya adalah salah satu cikal bakal mekanisasi industri pertenunan

modern di Indonesia, selama kurun waktu 1930-2000-an telah mengalami perubahan teknologi tekstil. Sejak era 1920, alat tenun tangan yang disebut dengan istilah “kentreung” sudah menjadi bagian dari industri rumah tangga di Majalaya. Kemudian pada tahun 1926 mulai diperkenalkannya Alat Mesin Bukan Tenun oleh *Textile Inrichting Bandoeng* (TBI), yang kemudian dirintisnya industri tenun semi otomatis pada tahun 1930-an. Hingga pada tahun 1935 ketika sudah masuknya listrik di wilayah Majalaya, pengusaha beralih ke Alat Tenun Mesin (ATM) *shuttle* jenis single yang mampu membuat kain dengan lebar 50-60 cm, dikenal dengan istilah mesin *inkle* atau mesin Bandung. Kemudian pada tahun 1950-1960 terjadi penambahan mesin yang di impor yaitu ATM jenis *double* yang dapat membuat kain dengan lebar 125-130 cm. Perkembangan selanjutnya dari tahun 1970 hingga saat ini industri sarung di Majalaya banyak yang menggunakan ATM jenis *Rapier*. Mesin ini sudah bisa memproduksi kain bermotif *dobby*.

Perkembangan warna yang terjadi pada kain sarung Majalaya disebabkan oleh perkembangan teknologi pencelupan di kalangan pengusaha sarung Majalaya. Pada awal tahun 1920, masyarakat Majalaya menggunakan pewarna alam, yaitu pewarna yang didapat di sekitar lingkungan mereka, seperti kunyit, indigo, lumpur, tanah, dan sebagainya. Sehingga hasil warna yang dihasilkan pun terbatas. Pada tahun 1930-an zat warna alami masih bertahan namun sudah mulai mengenal zat pewarna kimiawi yang dibuat dan dijual oleh pedagang Cina. Zat pewarna ini muncul dengan warna yang lebih mencolok dan bervariasi namun tidak tahan lama, dikarenakan kualitas bahannya yang masih rendah. Pada era tahun 1930 sarung masih terbatas menggunakan dua warna dasar saja, hal ini dikarenakan teknik menenun yang masih sederhana. Dengan berkembangnya teknik pencelupan serta mulai masuknya zat warna kimiawi dari Jepang pada periode tahun 1940-1950, warna-warna campuran warna dasar mulai muncul dan menghasilkan variasi warna lain namun penggunaan warna masih

terbatas pada dua warna saja. Baru setelah tahun 1950 berkembang menjadi 4 warna, dan hasil warna yang dihasilkan lebih sangat beragam.

Ready To Wear

Busana *ready to wear* atau dalam bahasa Indonesia siap pakai merupakan busana yang material dan bahan yang digunakan untuk membuat pakaian siap pakai umumnya lebih murah dan tidak dijahit khusus menggunakan tangan melainkan mesin jahit dan dalam jumlah yang banyak dengan beragam ukuran. Harga yang ditawarkan pun terjangkau oleh pasar. Koleksi busana siap pakai ini biasanya terbagi dua atas; koleksi perancang busana dan koleksi konfeksi (Diasti, 2007). *Ready-to-wear* adalah translasi dari bahasa Perancis yaitu *prêt- a-porter* yang memiliki definisi berhubungan dengan pakaian terutama *designer clothing* yang dipasarkan dalam kondisi selesai dan dalam ukuran yang sesuai standar (Apriliza, 2016).

Bagi koleksi perancang busana, pakaian yang dibuat memiliki kualitas yang tinggi, *finishing* yang

rapih dengan potongan dan rancangan yang unik. Koleksi-koleksi ini senantiasa lebih mudah untuk dijadikan sebagai penciptaan trend bagi masyarakat dibandingkan dengan rancangan adibusana dan pakaian buatan konfeksi. Karya siap pakai rancangan perancang busana ini umumnya disertai dengan tema yang mewakili teori atau filsafat tertentu sehingga pakaian seperti ini umumnya tidak membidik langsung pada penjualannya melainkan untuk menerangkan suatu penjelasan (konsep rancangannya). Perancang busana siap pakai ini juga menggelar karyanya pada acara-acara peragaan busana internasional (Diasti, 2007).

Sementara itu, pakaian koleksi siap pakai konfeksi merupakan pakaian yang biasanya dapat kita lihat di toko-toko terdekat. Koleksi konfeksi ini biasanya dipadu-padankan oleh seorang pengarah gaya dan dibuat dengan kualitas bahan yang lebih murah dengan teknik penjahitan yang rendah dan dijual dengan harga yang lebih terjangkau. Umumnya mereka membidik masyarakat umum yang pada dasarnya tidak mencari pandangan baru mengenai mode

melainkan hanyalah sebagai para pengikut *trend mode* (Diasti, 2007).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa survei langsung ke pabrik sarung Majalaya, distributor sarung Majalaya dan ke Kecamatan Majalaya. Melihat dan survey secara langsung tumpukan sarung yang tidak terjual. Wawancara dengan, bapak Teguh di Kantor Kecamatan Majalaya, bapak Viktor selaku anggota IKM tenun sarung di Majalaya, ibu Jumiaty selaku pemilik pabrik sarung AWX Tekstil, bapak Yopi selaku *manager* di pabrik sarung Yoman Tex, dan bapak Asep selaku pemilik distributor sarung Majalaya (PT. Tanultex). Eksplorasi perancangan busana *ready to wear*.

Data sekunder berupa jurnal, tesis, dan artikel. Jurnal Tugas Akhir milik Fajriyatul Lepijiana, mengenai Eksplorasi Kain Sarung Untuk Produk *Fashion*. Tesis milik Oktaviani Endah mengenai Pergeseran Desain Motif Sarung

Majalaya. Artikel jogjatv.com, CNN Indonesia, dan Jabarprov.com.

Industri Tekstil Sarung Majalaya

Majalaya merupakan sentra tenun pertama di Indonesia yang melakukan mekanisasi pertenunan modern sejak tahun 1930, sehingga aspek peralihan teknologi tekstil menjadi hal yang paling berpengaruh dalam perubahan bentuk desain sarung Majalaya. Adanya ilmu pengetahuan dibidang teknologi permesinan dan teknik pewarnaan mendorong peningkatan kualitas produk tekstil yang dihasilkan oleh industri tekstil sarung Majalaya.

Peralihan teknologi tekstil sayangnya tidak diikuti dengan pembangunan infrastruktur dan prasarana penunjang lainnya, seperti mesin-mesin penyempurnaan (*finishing*), instalasi pengolahan limbah cair dan sebagainya. Sebagian pengusaha hingga kini masih mengandalkan sistem subkontrak dengan perusahaan penyedia jasa persiapan maupun penyempurnaan benang dan kain, sedangkan industri kain sarung lain mempunyai pabrik sendiri dalam bidang tersebut. Disamping itu kurangnya kontrol terhadap kualitas

produk disetiap proses produksi sehingga menyebabkan penurunan kualitas dari sarung tersebut.

Kondisi alih teknologi yang telah mencapai titik puncak kejayaan kini berubah menjadi stagnan. Saat ini kondisi mesin-mesin tenun yang ada di Majalaya mayoritas merupakan mesin-mesin tua yang tingkat produktifitas dan efesiensinya rendah. Berdasarkan informasi Agus Ruslan program restrukturisasi mesin tekstil dari Kementerian Perindustrian yang sudah berjalan sejak 2009 belum mendapat respon positif dari pengusaha, karena pengusaha masih merasa enggan untuk melakukan perubahan dalam perusahaan.

Pengusaha di Majalaya sangat berorientasi pada selera pasar. Dengan mendatangi titik-titik penjualan produk sarung, seperti Tanah Abang, Pasar Baru, Tanah Suri, dan lainnya, mereka mampu mengetahui tren yang sedang digemari pasar kemudian mencoba memproduksi jenis poduk yang sama namun dengan bahan baku dan kualitas yang berbeda. Mereka juga memiliki wawasan bahwa setiap daerah memiliki selera warna yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan

desain dan warna disesuaikan dengan selera pasar daerah yang dituju. Menurut Bapak Yopi selaku Manajer PT.Tanultex fungsi divisi perancangan yang ada pada pabrik sarung tenun Majalaya pada umumnya hanya mengembangkan motif dari produk sarung yang sudah ada di pasar, dengan memberi sentuhan berbeda seperti pemberian warna serta bentuk anyaman yang berbeda.

Dalam sebuah artikel Harian Umum Pikiran Rakyat 25 April 1996, Prof. Yudistira Gana memaparkan adanya fenomena bahwa Majalaya mengalami perubahan sosial yang drastis dari masyarakat agraris ke masyarakat industri tanpa melewati fase transisi yakni masyarakat pra-industri. Hal ini mengakibatkan beberapa hal: (1) jiwa industri yang tidak mengakar, (2) mental kuli/buruh sehingga tidak mampu menciptakan desain sendiri, dan (3) kehilangan jati diri karena ketika ingin kembali ke sektor agraris seluruh lahan telah alih fungsi menjadi area industri.

Munculnya pergeseran budaya mental dan etos kerja di kalangan generasi penerus industri tekstil

Majalaya menyebabkan sulitnya mempertahankan perusahaan. Budaya disiplin, jujur, bekerja keras dan taat aturan yang melekat pada generasi pertama di Majalaya semakin lama semakin pudar. Dikarenakan perasaan kekeluargaan yang erat di antara pengusaha pribumi di masa lalu kini semakin terkikis dengan dibangunnya tembok-tembok antar pabrik yang mencirikan individualisme (Yoppy,2018).

Peran media sebagai sarana produksi sarung tenun sangat tinggi, dan dampak penggunaan media ini mampu menjadikan desain motif sarung tertentu dapat menyebar cepat sekali keseluruh daerah di Indonesia dan menjadi tren di kalangan produsen sarung. Melalui media-media ini, para pengusaha terdorong saling mempelajari minat pasar sarung lokal yang cepat sekali berubah. Media-media tersebut berupa, iklan TV, baligho, spanduk, iklan radio, iklan berbayar pada website, brosur, katalog produk, website, akun media sosial media seperti Line, Whatsapp, dan Facebook. Namun sayang media-media pendukung yang telah ada ini

masih kurang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha industri sarung di Majalaya. kurangnya pengetahuan dalam menggunakan sosial media yang baik serta kurangnya skill dalam melakukan *branding* pada produk sarung mereka, menjadikan produk sarung lain lebih unggul.

Tabel 3.4 bahan baku benang yang digunakan sarung Majalaya

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018

Bahan Baku Benang	Kelebihan	Kekurangan
Rayon	a. Lembut dan halus b. Dingin c. Nyaman d. Jatuh e. Mempunyai Daya Serap yang Bagus	a. Mudah kusut b. Tidak bisa menggunakan mesin cuci c. Kurang kuat daya tahan d. Rentan terhadap penyeterikaan jika terlalu lama
Teteron Cotton	a. Tidak mudah	Agak panas

(TC)	<ul style="list-style-type: none"> b. Tahan lama c. Menyerap keringat d. Teksturnya tidak selicin polyester 	<ul style="list-style-type: none"> namun tidak sepanas polyester
Polyester (PE)	<ul style="list-style-type: none"> a. Tahan lama b. Cepat kering c. Tidak mudah kusut d. Tahan terhadap bakteri jamur e. Teksturnya licin 	<ul style="list-style-type: none"> a. Panas b. Tidak menyerap keringat

kain sarung, setiap harinya rata-rata pabrik sarung tenun di Majalaya menghasilkan 300-350 kodi kain sarung (Jumiati, 2018). Sedangkan untuk mesin tenun yang digunakan adalah ATM (Alat Tenun Mesin) jenis *Rapier*. Alat tenun ini sudah bisa menghasilkan motif *dobby* dan motif *jacquard*. Meskipun sudah menggunakan mesin baru, namun mesin-mesin lama masih tetap dan dominan dipakai, dikarenakan kurangnya modal dari para pengusaha untuk menambah mesin baru. Seperti pada umumnya sarung laris dan laku terjual di pasaran pada saat momen tertentu seperti bulan ramadhan maupun hari raya lebaran, karena pada saat itulah banyak para lelaki yang menggunakan sarung untuk beribadah (Jumiati,2018). Lepas dari momen tersebut banyak kain sarung Majalaya yang kurang laku terjual sehingga banyak tertumpuk di gudang, sedangkan produksi terus berjalan. Maka dari itu banyak para pelaku industri sarung Majalaya yang mencoba untuk berkreasi membuat sarung menjadi suatu produk baru agar sarung Majalaya bisa terus terjual dan

Pabrik sarung tenun Majalaya terus memproduksi dalam menghasilkan

bernilai lebih dengan cara membuat baju koko dan celana sarung. Kedua produk ini dibuat dari bahan Rayon dan Poliester, dengan motif dobby dan poleng, sayangnya usaha tersebut masih dirasa kurang membantu dalam menaikkan nilai jual dari sarung Majalaya dikarenakan kedua produk tersebut masih terbatas di kalangan para pengguna, masih termasuk jenis pakaian musiman, bahan yang digunakan kurang nyaman (Poliester) selain itu sarung Majalaya juga kalah bersaing dengan merek sarung lainnya yang memiliki branding yang lebih unggul. Kemudian para pengusaha sarung Majalaya kembali mencoba membuat baju wanita berupa blazer dengan menggunakan bahan poliester dengan motif poleng dan dobby, usaha ini lebih eksis dibandingkan membuat baju koko maupun sarung celana, namun tetap saja tumpukan kain sarung di pabrik Majalaya masih sangat banyak dan sangat disayangkan jika tidak lebih di optimalkan kembali dalam memanfaatkannya. Dari sekian tumpukan kain sarung tersebut yang paling banyak

menumpuk adalah kain motif dobby dan jacquard, yang dimana sebenarnya kedua motif tersebut umumnya menggunakan bahan dengan kualitas yang paling baik yaitu bahan rayon dan teteron cotton. Hal itu dapat terjadi dikarenakan kedua bahan tersebut lebih mahal dibanding bahan poliester, khususnya bahan rayon, dikarenakan target pasar dari pelaku usaha sarung Majalaya adalah kalangan menengah ke bawah maka dari itu jarang yang berminat dengan bahan yang lebih mahal.

Tabel 3.5 Sarung yang tertumpuk tidak terjual

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018

Bahan	Motif	Warna	Jumlah
Rayon	Jacquard, Dobby	Merah, oranye, cokelat, hijau, biru, kuning, putih	120-150 kodi
Teteron Cotton	Dobby, Salur	Hitam, Merah, oranye, coklat	120-150 kodi

		, hijau, biru, kuning	
Poliester	Poleng, Dobby	Merah, oranye, coklat, hijau, biru, kuning, ungu, pink, abu-abu	60kodi

pelindung tubuh dikala dingin. Maka dari itu peneliti ingin mengangkat material kain sarung menjadi busana *ready to wear* (sehari-hari) yang modern untuk wanita, agar penggunaannya menjadi lebih luas dan lebih memiliki nilai jual. Sarung yang dipilih adalah sarung tenun dari Majalaya, dipilihnya sarung Majalaya sebagai material utama dikarenakan Majalaya memiliki sejarah yang panjang tentang pertenunan sarung dan harus dilestarikan, selain itu sarung tenun dari Majalaya memiliki kualitas yang tidak kalah bagus dengan sarung merek terkenal lainnya, namun dijual dengan harga yang jauh lebih murah. Bahan baku yang digunakan, salah satunya adalah bahan Rayon, yang memiliki karakteristik lembut, ringan, jatuh, dingin dan nyaman dipakai. Hal ini dapat menjadi potensi dari sarung tenun Majalaya untuk dikembangkan lagi menjadi suatu produk fashion khususnya busana *ready to wear* yang lebih *modern* dan meningkatkan harga jual serta eksistensi dari sarung Majalaya itu sendiri.

HASIL DAN ANALISIS

Berdasarkan hasil data dari observasi dan juga data literatur, maka selanjutnya dilakukanlah tahap penentuan konsep sebagai acuan dalam merancang busana yang akan dibuat. Pada penelitian ini penulis ingin mengembangkan kembali tekstil tradisional sebagai material utama pembuatan produk fesyen khususnya pada busana *ready to wear*. Sarung yang selama ini umumnya hanya di pakai oleh para kaum pria saja, dan penggunaannya pun kurang dimaksimalkan. Biasanya sarung hanya digunakan sebagai alat untuk ibadah oleh kaum lelaki dan

Bahan sarung yang akan digunakan yaitu bahan Rayon dan *Teteron Cotton*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya kedua bahan ini yang paling banyak tertumpuk. Selain itu kedua bahan ini juga yang paling nyaman untuk digunakan sebagai busana siap pakai/*ready to wear*, karena bahannya lembut, jatuh, dan juga menyerap keringat.

Warna merupakan unsur terpenting yang dapat mempengaruhi karakter psikologi seseorang. Dalam perancangan ini, warna yang digunakan adalah warna-warna *earth tone* atau warna-warna yang mengandung unsur bumi, yang telah dipilih berdasarkan karakter dari target market yang dituju dan warna *trendforcast Fall/Winter 2018-2019*. Dalam buku psikologi warna "Warna, Teori dan Kreatifitas Penggunaannya", (2002), warna-warna *earth tone* mewakili dua karakter warna yaitu natural dan hangat, karena kedua warna ini terdapat dalam warna yang ada pada unsur bumi. Maka dari itu warna ini menggambarkan karakter yang kuat, bijaksana, tenang, dapat diandalkan, dan melambangkan sebuah pondasi serta kekuatan hidup. Seseorang

yang menyukai warna ini biasanya percaya diri, ramah, mandiri, akrab, optimis, menyukai hal yang natural, dapat dipercaya, keseriusan, dan kreatif.

Dalam konsep perancangan ini bentuk busana yang akan dibuat adalah busana *ready to wear* wanita yang terinspirasi dari bentuk-bentuk cara penggunaan sarung yang umum dipakai di Indonesia dan direpresentasikan kedalam model baju dengan desain yang lebih *modern*. Hal ini agar mencirikan produk sarung Majalaya dari *brand* pembanding lainnya. Sehingga bentuk busana yang akan dibuat terdiri dari:

- a. *Top : crop top, blouse*
- b. *Dress: middle long dress*
- c. *Outer : Wrap skirt, side tie vest*
- d. *Bottom : skirt, kulot*

Dipilihnya busana *ready to wear* untuk wanita karena berdasarkan hasil observasi lapangan/penelitian sebelumnya pemanfaatan sarung sebagai busana *ready to wear* yang masih jarang khususnya dikalangan wanita, selain itu produk busana untuk wanita juga terlihat lebih memiliki nilai jual terbukti dari minat pasar yang lebih menyukai

produk blazer dari sarung untuk wanita yang dibuat oleh pelaku industri sarung Majalaya.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi terhadap *brand* pembanding yang membuat produk busana ready to wear yang juga menggunakan bahan sarung sebagai material utamanya. Beberapa *brand* pembanding ini dijadikan sebagai acuan dikarenakan produk akhir berupa busana yang dibuat dan juga target market yang dituju serupa. Berikut ini adalah beberapa *brand* pembanding yang memiliki karakter serupa dengan topik penelitian:

a. Kenangan Manis

Kenangan Manis merupakan brand lokal busana *ready to wear* asal Indonesia, yang didirikan oleh Yufie Karta Atmaja sejak tahun 2016. Kenangan Manis adalah *local brand* yang juga memakai sarung tenun dari Majalaya sebagai material utama pada produknya. Kenangan Manis memiliki ciri khas produk dengan warna *monochrome* dengan desain yang asimetris, dan detail dekonstruktif yang menekankan bentuk serta desain yang melanggar aturan struktural

normal tapi tetap artistik. Saat ini produk dari Kenangan Manis masih dipasarkan melalui *online store* (media sosial).

b. Saroengan

Saroengan merupakan brand lokal asal Indonesia yang berbasis di Jakarta. Brand lokal yang memiliki slogan *Sarung Not Only Men Can Have It Let Women To Feel It*, didirikan oleh Caki Zoehra pada tahun 2015 ini menggunakan bahan sarung sebagai produk busananya. Saroengan memiliki ciri busana berbentuk Kaftan dengan menggunakan warna-warna yang cerah, serta penggunaan warna *monochrome*. Saat ini produk dari Saroengan dipasarkan melalui *online store* (media sosial) dan juga *offline store* yang berada di Galery Bilang Bilang, Gandaria City, Jakarta.

Kesimpulan dari hasil analisa *brand* pembanding dengan produk yang peneliti buat adalah, bahwasanya ketiga produk ini menggunakan bahan sarung, salah satunya sama-sama

menggunakan sarung tenun Majalaya, yang membedakan adalah produk yang peneliti buat menggunakan *full* material sarung tenun Majalaya, tidak *mix* menggunakan bahan lain, untuk desainnya sendiri memiliki ciri khas yaitu mengangkat tema kairifan lokal, dimana bentuk baju merepresentasikan bentuk-bentuk cara pemakaian sarung di Indonesia pada umumnya menjadi lebih *modern*.



Gambar 1 Imageboard Penelitian

Sumber : Data Pribadi, 2018

Latar pada *image board* perancangan ini terdapat bentuk bangunan yang melambangkan modernitas namun tetap dengan sisi natural dan tidak berlebihan. Dengan pemilihan gambar-gambar bentuk pemakaian sarung selama ini yang ada di Indonesia sebagai inspirasi bentuk

baju. Disini kesan *earth element* ingin ditonjolkan, begitu pula dengan warna-warna *earth tone* yang peneliti pilih berdasarkan warn *trend forecast Fall Winter 2018/2019* (weconnectfashion.com, 2018).



Gambar 2 Lifestyleboard Penelitian

Sumber : Data Pribadi, 2018

Lifestyle yang dituju pada perancangan produk ini adalah konsumen yang memiliki karakter feminin edgy, mandiri, *down to earth*, cerdas, kreatif, berani, dan supel. Memiliki minat pada fesyen dan travel. Genre film yang disukai adalah film fiksi ilmiah, biografi, psikologi, dan romance comedy. Genre musik yang disukai adalah pop, dan indie soul. Seseorang yang sering menghadiri acara launching produk fashion, menghadiri fashion show, berfoto OOTD (outfit of the day), hang-out di cafe, morning person, dan memiliki healthy lifestyle. Tempat – tempat yang

dituju oleh konsumen saat melakukan *travelling* adalah tempat dengan nuansa alam seperti pantai dan pegunungan atau bahkan tempat bernuansa *modern* seperti perkotaan dan tempat dengan gaya arsitektur yang *modern*. Konsumen ini juga memiliki ketertarikan terhadap buku – buku mengenai tren. Segala aspek dan hal yang termasuk ke dalam minat serta ketertarikan konsumen, dituangkan ke dalam sosial media pribadi.

Tabel 3.6 Penggunaan sarung secara umum

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018

Gambar	Deskripsi
	<p>Pemakaian sarung dibawah pinggang sudah ada sejak masyarakat mengenal cara menenun. Penggunaan sarung sudah menjadi ciri khas dari warga Indonesia khususnya lelaki untuk membedakan dirinya dengan kaum penjajah.</p>

	<p>Kemudian sarung berkembang dikalangan apara santri, sehingga hingga kini pemakaian sarung dibawah pinggang lekat dengan alat untuk beribadah.</p>
	<p>Semenjak masyarakat Indonesia mengenal pertenenan pemakaian sarung berkembang dari sebagai penutup tubuh hingga sebagai pelengkap berbusana, salah satunya menyelempangkan sarung pada bagian depan baju. Dipopulerkan oleh pakaian adat masyarkat betawi. Kemudian hingga saat ini pemakaian sarung dengan cara</p>

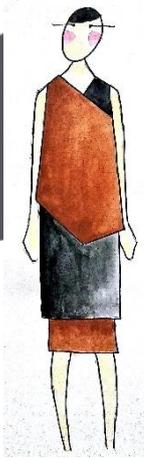
	<p>menyelempang ini populer juga digunakan oleh para lelaki yang melakukan ronda/berjaga malam.</p>		<p>dimana sarung termasuk kedalam atribut baju silat mereka. Kemudian legenda si Pitung juga ikut mempopulerkan cara pemakaian sarung seperti ini.</p>
	<p>Cara pemakaian sarung seperti ini juga dipopulerkan oleh baju adat sehari-hari masyarakat betawi khususnya lelaki. Sorban ataupun sarung menjadi atribut keseharian pria betawi, yang dimana cara pemakaiannya dilipat kemudian diletakkan pada pundak atau dikalungkan di bagian leher pria betawi.</p>		<p>Biasanya cara pemakaian sarung yang seperti ini pada masa penjajahan digunakan untuk masyarakat wanita kalangan bawah yang dimana menggunakannya sebagai penutup badan, dikarenakan harga kebaya yang lebih mahal saat itu. Hingga saat ini cara pemakaian sarung yang diikatkan pada bagian bawah ketiak hanya</p>
	<p>Cara pemakaian sarung seperti ini dipopulerkan oleh para petarung pencak silat yang</p>		<p>diikatkan pada bagian bawah ketiak hanya</p>

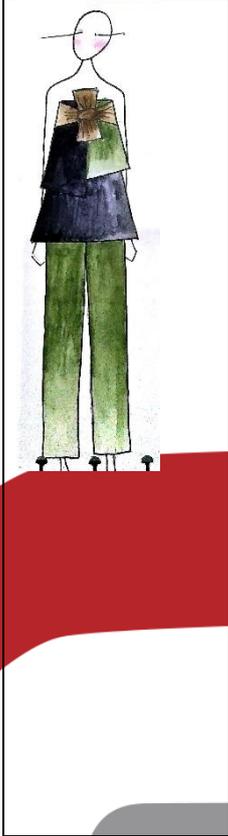
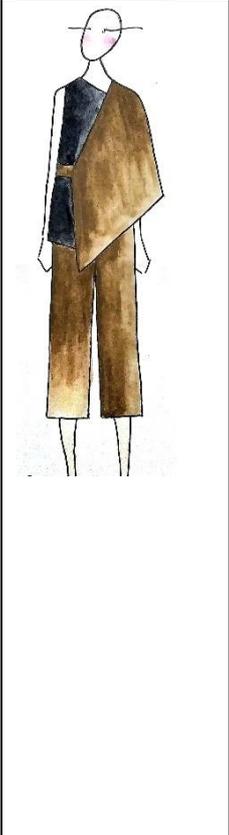
	digunakan sebagai penutup badan ketika mandi di sungai.
--	---

Berikut adalah hasil dari eksplorasi perancangan sketsa yang telah dibuat.

Tabel 3.7 Sketsa Terpilih

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018

Looks	deskripsi		Menggunakan bahan rayon dan teteron cotton.
	<p>Model <i>two pieces</i> dengan atasan berbentuk <i>crop top</i>, dimana sebenarnya terbagi menjadi 2 bagian, bagian dalam dan bagian luar. Bagian luar berbentuk seperti rompi dengan ikat tali di samping. Disertai rok model berlapis. Dengan Menggunakan motif Jacquard dan Dobby.</p>		<p>Model <i>two pieces</i> dengan atasan berbentuk <i>blouse</i> disertai <i>outer skirt</i> yang cara pemakaiannya dengan diikat, serta celana model kulot panjang. Menggunakan motif Jacquard dan Dobby. Menggunakan bahan rayon dan teteron cotton.</p>
			<p>Model <i>two pieces</i> dengan baju bagian dalam berbentuk <i>basic long dress</i> potongan lurus, dan luaran sebagai variasi dengan potongan asimetris. Menggunakan</p>

	<p>motif Jacquard dan Dobby. Menggunakan bahan rayon dan teteron cotton.</p>		<p>Model two pieces, dimana terdapat ikatan pada bagian depan baju dan juga model layering pada bagian depan baju. Menggunakan motif Jacquard dan Dobby. Menggunakan bahan rayon dan teteron cotton.</p>
	<p>Model two pieces, terdapat bagian luar sarung yang diselempangkan dan ikat pada bagian samping dengan celana berbentuk kulot. Menggunakan motif Jacquard dan Dobby. Menggunakan bahan rayon dan teteron cotton.</p>		

Hasil Produk Akhir



Gambar 5 Hasil Produk Akhir

Sumber : Dokumen Pribadi, 2018



Kesimpulan untuk kesemua produk adalah warna dan motif yang diterapkan adalah warna-warna *earth tone* yang menggambarkan ciri khas dari kepribadian target market yang dituju, berdasarkan buku psikologi warna, warna *earth tone* melambangkan kebijaksanaan, kepercayaan, hangat, etnik namun tetap modern. Motif yang digunakan adalah motif jacquard dan motif dobby dengan jenis bahan *rayon* dan *teteron cotton*, yang dimana kedua motif sarung ini memiliki jumlah paling banyak dalam tumpukan sarung yang tidak terjual. Untuk bentuk perancangan busananya sendiri dipilihnya bentuk penggunaan sarung secara umum yang ada di Indonesia dan dibuat kembali menjadi suatu busana yang modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka kesimpulan yang di dapat adalah:

- a. Pemilihan busana *ready to wear* untuk wanita dirasa paling tepat dalam memanfaatkan kain sarung tenun Majalaya, dikarenakan masih jarang nya produk busana *ready to wear* untuk wanita berbahan dasar sarung, khususnya sarung Majalaya. Selain itu dengan dipilihnya busana *ready to wear* maka akan merubah sedikit banyaknya citra dari sarung Majalaya sebagai produk musiman menjadi produk yang siap pakai sehingga dapat diproduksi massal, dan penggunaanya juga lebih meluas. Dengan begitu akan mengurangi diam/matinya jalan dari produksi sarung tenun Majalaya. sehingga penumpukan sarung akan lebih berkurang.
- b. Dipilihnya sarung Majalaya berbahan Rayon dan TC menjadi produk busana *ready to wear* wanita, dikarenakan kedua bahan ini paling banyak menumpuk atau tidak laku terjual karena harganya yang lebih mahal dari bahan PE, serta memiliki karakter material

yang paling nyaman untuk dipakai, dan dimanfaatkan menjadi busana sehari-hari (*ready to wear*). Pemilihan warna dan motif pada desain busana *ready to wear* ini juga menyesuaikan dengan warna yang tersedia dari sisa tumpukan kain sarung yang tidak terjual, di sesuaikan pula dengan karakteristik dari target market pengguna yang di tuju. Bentuk baju terinspirasi dari bentuk penggunaan sarung pada umumnya, dan dibuat menjadi busana yang lebih *modern*.

REFERENSI

- Abduh, M. (2016, 5 12). Priyo Oktaviano. *Wollipop*.
- Diasti, R. (2007). Dunia Rancang Busana, Seni Modern, dan Pengaruh Antara Seni dan Mode. *Jurnal Tugas Akhir Institut Teknologi Bandung*.
- Indra, R. (2017). 'Sarung is My New Denim', Aksi Desainer Populerkan Sarung . *CNN Indonesia*.
- Lepijiana, F. (2007). Eksplorasi Kain Sarung Untuk Produk Fashion. *Tugas Akhir Program Studi Kriya Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Teknologi Bandung*.

- Oktaviani, E. (2016). Pergeseran Desai Motif Sarung Majalaya Periode 1930-2000. *Thesis Magister Desain Institut Teknologi Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain*, 63-66.
- REP-NR. (2016). Sarung Unggulan Jabar Ngagaya. *JabarProv*.
- Rismayanti, R. (2015). Keberadaan Industri Tenun Tradisional Pada Era Modern Di Wilayah Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1.
- RSD. (2017, 11 4). Sarung Is My New Denim. *Urban Looks Magazine*.
- Triyanto. (2010). Pengembangan Modul Mata Kuliah Aksesoris Busana Program Studi Pendidikan Teknik Busana.
- TV, J. (2017). IFC Fashion Movement: Sarung is My New Denim. *Jogja tv*.

