

PERANCANGAN BUSANA *ACTIVEWEAR* WANITA DENGAN INSPIRASI MOTIF TENUN MENGGUNAKAN TEKNIK REKALATAR

Amalina Isyaturrodiyah¹, Widia Nur Utami²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

amalainaisa@student.telkomuniversity.ac.id¹, widianur@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Indonesia memiliki banyak pegunungan yang tersebar di berbagai pulau, membuat para pendaki memiliki banyak pilihan gunung untuk mereka datangi. Banyaknya pegunungan juga menciptakan komunitas pecinta alam di masyarakat. Sebelumnya aktifitas pendakian atau hiking diminati oleh kaum pria namun seiring berjalannya waktu, wanita mulai menaruh minat pada aktifitas ini dan membuat *hikers* wanita semakin banyak. *Hikers* wanita kebanyakan biasanya cenderung memiliki kepribadian yang aktif, senang berpetualang atau berkegiatan di alam dan juga menyukai pakaian yang praktis, tidak jarang pula yang menyukai kebudayaan Indonesia. Perkembangan minat wanita menjadi *hikers* mempengaruhi keinginan pakaian *activewear* di pasaran membuat adanya peluang perancangan *activewear* yang lebih beragam. Pada penelitian ini penulis menerapkan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi literatur, wawancara pada narasumber yang berasal dari komunitas pecinta alam dan narasumber yang pernah memiliki pengalaman merancang *activewear* juga melalui observasi tidak langsung dari artikel di internet atau media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah dapat membuat rancangan pakaian *activewear* yang memiliki unsur dari kain tenun yang sudah di komposisi ulang menjadi motif baru dan di aplikasikan pada pakaian menggunakan teknik *digital printing* yang menghasilkan produk akhir dua set pakaian *activewear* dengan sentuhan etnik dari motif kain tenun didalamnya.

Kata Kunci: *Activewear*, *Hikers* wanita, Komunitas Pecinta Alam

Abstract

Indonesia has many mountains spread across various islands, making hikers have many choices of mountains for them to visit. The number of mountains also creates a community of nature lovers in the people. Previously climbing or hiking activities were in demand by men but over time, women began to take an interest in this activity and made more and more female hikers. Most female hikers usually tend to have an active personality, like adventure or activities in nature and also like practical clothes, not infrequently those who like Indonesian culture. The development of women's interest in becoming hikers affects the desire for *activewear* in the market, creating more diverse *activewear* design opportunities. In this study, the author applies a qualitative method by collecting data through literature studies, interviews with resource persons who come from the nature lover community and resource persons who have experience designing *activewear* as well as through indirect observations from articles on the internet or social media. The purpose of this research is to be able to design *activewear* clothing that has elements of woven fabrics that have been recomposed into new motifs and applied to clothing using digital printing techniques which produce two sets of *activewear* clothing with an ethnic touch of woven fabric motifs in it.

Keywords: *Activewear*, Women hikers, Nature Lover Community

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak pegunungan yang tersebar diberbagai pulau, banyaknya pegunungan menciptakan penggemar kegiatan mendaki gunung atau *hiking*. Mendaki gunung atau *hiking* adalah sebuah kegiatan alam atau olahraga rekreasi yang semakin diminati di masa sekarang, contohnya

kegiatan *hiking* dilakukan oleh komunitas pecinta alam, komunitas pecinta alam memiliki kesamaan dalam kecintaan mereka kepada alam, mereka akan langsung bergerak dalam menjaga dan melestarikan lingkungan (Pasaribu, 2017; Quagga, 2020: 95). Dalam sebuah komunitas pecinta alam, anggota melakukan banyak hal yang berbau kegiatan alam, seperti *hiking*, penanaman tanaman, *camping*, dan lain

lain. Komunitas pecinta alam dan komunitas *hiking* pun sangat banyak di Indonesia.

Dalam komunitas pecinta alam sebelumnya anggota yang mendominasi adalah anggota pria, karena kiprah pendaki perempuan masih kalah cemerlang dibandingkan dengan pendaki laki-laki, dikarenakan munculnya pendaki laki-laki lebih dahulu dari pada pendaki perempuan (Fitriyanto, 2018). Namun seiring berjalannya waktu pendaki perempuan semakin bertambah dan semakin banyak yang menjadi anggota komunitas pecinta alam. Setelah melakukan observasi melalui media sosial para wanita yang berasal dari komunitas pecinta alam para pendaki wanita memiliki kepribadian yang aktif, mereka gemar melakukan petualangan dan tidak sedikit juga yang menggemari kebudayaan Indonesia seperti kain tenun, mereka juga menyukai pakaian yang sederhana dan praktis. Ketertarikan para pecinta alam pada kebudayaan terbentuk karena sesungguhnya masyarakat memiliki hubungan spritual, budaya, sosial dan ekonomi dengan wilayah tradisionalnya (Kanisius, 2012), saat mereka berpergian ke alam atau gunung di berbagai kota mereka menemukan budaya baru dan kemudian tertarik pada budaya yang ada.

Adanya *hikers* wanita yang memiliki karakter tersebut menjadi peluang untuk membuat produk fesyen yang diperuntukkan untuk wanita yang gemar berpetualang, aktif dan menyukai hal berbau etnik. Tujuan dari penelitian ini adalah pembuatan pakaian yang dapat menunjang kegiatan aktif dalam keseharian yang tidak hanya mementingkan fungsi namun juga estetika, memiliki potongan, model juga motif yang beragam. Pakaian *activewear* yang bisa dikenakan dalam keseharian saat di rumah, untuk berjalan jalan atau juga bekerja, kegiatan aktif dan juga saat melakukan kegiatan di alam. Dilengkapi dengan sentuhan etnik pada pakaian yang akan diambil dari motif kain tenun dan dirancang ulang sehingga bisa menjadi motif baru dan diterapkan dengan teknik rekalarat untuk menambahkan varian desain pada pasar.

IDENTIFIKASI MASALAH

Dari latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya potensi pengembangan motif yang terinspirasi dari kain etnik tenun Indonesia.
2. Adanya potensi pengembangan perancangan desain *activewear* untuk *hikers* wanita.
3. Adanya potensi pengaplikasian motif yang terinspirasi dari kain etnik tenun pada perancangan desain *activewear* dengan teknik *digital printing*.

BATASAN MASALAH

Agar penelitian yang dilaksanakan lebih terfokuskan maka diberikan beberapa batasan masalah yaitu:

1. Penelitian ini dibuat untuk wanita yang memiliki kepribadian aktif, senang berpetualang, berkegiatan di alam khususnya hiking dan menggemari budaya etnik. Mereka juga pernah menjadi anggota atau masih menjadi anggota komunitas pecinta alam.
2. Menggunakan motif yang diambil dari etnik Indonesia yaitu kain tenun.
3. Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan observasi juga wawancara pada komunitas pecinta alam yang berasal dari Bandung.
4. Penelitian dibuat menggunakan data tahun 2020-2021.

METODE PENELITIAN

Metode penulis yang dilakukan pada Laporan Tugas Akhir kali ini adalah kualitatif, adapun hal yang dilakukan saat mengumpulkan data penelitian diantaranya:

1. Studi Literatur

Penulis melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber berupa buku, jurnal dan beberapa dokumen dan informasi dari internet untuk memperoleh dan memahami data mengenai *activewear*, motif, teknik *digital printing*, kelompok pecinta alam dan juga *hiking* yang diperuntukkan untuk membantu penelitian ini.

2. Observasi

Penulis melakukan observasi dengan observasi melalui internet untuk memahami perkembangan dari data yang digunakan dalam penelitian dan

media sosial beberapa narasumber *Instagram* untuk mencari pembanding dan karakter yang tepat untuk diteliti juga keseharian narasumber juga kelompok komunitas pecinta alam yang berada di Bandung kemudian juga observasi dilakukan untuk mengetahui *activewear* di pasaran Indonesia melalui internet.

3. Wawancara

Penulis melakukan wawancara pada anggota dari komunitas pecinta alam di Bandung dilakukan dengan wawancara online menggunakan aplikasi *WhatsApp* dan juga *Zoom Meeting* untuk memperoleh data acuan awal seperti tipe *style* yang akan digunakan, keseharian narasumber sebagai anggota komunitas pecinta alam, kegiatan dalam komunitas pecinta alam dan pembagian tipe *target market*, kemudian untuk mengetahui kegiatan dalam komunitas pecinta alam dan juga *activewear* dari pandangan narasumber yang sudah pernah membuat produk *activewear*.

4. Eksplorasi

Penulis melakukan eksplorasi untuk membuat desain motif etnik yang didapat dari motif tenun yang sudah ada di Indonesia untuk dibuat stilasi nya kemudian di komposisikan untuk menjadi motif yang akan diterapkan pada produk akhir penelitian dengan menggunakan teknik *digital printing*.

STUDI PUSTAKA

1. Activewear

Activewear di awal tahun 2000an ditelusuri asal-usulnya kembali ke pakaian olahraga berperforma tinggi yang dirancang untuk mendaki gunung, berlayar, dan mendaki yang menjadi populer di kalangan pemuda perkotaan selama tahun 1970-an. *Activewear* sering dianggap sebagai gaya kontemporer, yaitu kombinasi *street clothes*, *travel accessories*, dan *sportswear*. Gaya berpakaian ini ditandai dengan pakaian yang tebal dan longgar. Ketika gaya sadar tubuh tahun 1990-an mulai berlaku, pakaian aktif secara bertahap menjadi lebih disesuaikan dan bentuknya, namun terus sesuai dengan minat rekreasi aktif penduduk perkotaan (Steel; Yip & Lando, 2005;2020). *Activewear* sendiri secara luas didefinisikan sebagai pakaian yang dirancang untuk transisi dari pakaian santai ke pakaian santai siang hari

atau malam hari (Yip & Lando, 2020). Menurut Kamus Oxford, *activewear* adalah kata benda dan didefinisikan sebagai "pakaian santai dan nyaman yang cocok untuk *sport* atau *exercise*" (Simpson; Yip & Lando, 2017;2020).

Beberapa jenis *activewear* yang lebih populer termasuk *legging*, baju olahraga, kemeja *golf* dan tenis, celana pendek sepeda, dan *unitard*. Jenis pakaian yang berbeda ini dianggap sebagai pakaian aktif karena dirancang khusus untuk memberikan kinerja atau fungsi yang telah ditentukan sebelumnya kepada penggunanya, melebihi dan di atas fungsi normalnya (Gupta; Yip & Lando, 2011; 2020). *Activewear* juga semakin menjadi bagian dari *streetwear* dan *office wear* (Cohen; Yip & Lando, 2014;2020) dan sekarang dianggap seperti pakaian kasual dan gaya hidup (Yip & Lando, 2020).

2. Komunitas Pecinta Alam

Kelompok pecinta alam adalah suatu kelompok yang anggotanya memiliki kecintaan terhadap alam dan secara langsung bergerak dalam bidang lingkungan untuk membantu dalam menjaga kelestarian lingkungan (Pasaribu, 2017). Awal mula munculnya pecinta alam di Indonesia memang tidak diketahui secara pasti sejarahnya. Namun, berbagai sumber menjelaskan istilah pecinta alam pertama kali diperkenalkan oleh Soe Hok Gie salah satu pendiri Mapala Universitas Indonesia pada tahun 1975 dan Mapala UI tercatat sebagai organisasi pecinta alam pertama di Indonesia. Setelah itu, sekitar tahun 1980an, perkembangan kelompok-kelompok pecinta alam mulai bermunculan di tanah air yang terhitung pesat kemunculannya (Andini, 2017).

3. Tenun

Tenun merupakan kain tradisional yang khas di hampir seluruh daerah di Indonesia, mulai dari Sumatera, Jawa, Banten, Kalimantan, Bali, Sulawesi, Nusa Tenggara hingga Papua. Di setiap daerah, tenun memiliki makna, nilai sejarah, dan teknik yang tinggi dari segi warna, motif, jenis bahan, serta benang yang digunakan (Maftukha dkk, 2017). Pertenunan adalah persilangan antara dua benang yang terjalin saling tegak lurus satu sama lainnya, yang disebut benang lusi dan

benang pakan, yang akhirnya menghasilkan lembaran kain. Benang lusi adalah benang yang arahnya vertikal atau mengikuti panjang kain, sedangkan benang pakan adalah benang yang arahnya horisontal atau mengikuti lebar kain (Budyono, 2008).

4. Teknik *Digital Printing*

Digital textile adalah apa saja yang dapat dicetak secara digital di atas media kain atau tekstil. Secara teknis ada etika mencetak di atas kain tersebut; secara langsung (*direct printing*) mencetak di atas kain dan secara tidak langsung (*indirect printing*) dengan menggunakan media perantara, dalam hal ini biasanya berupa kertas transfer (*transfer paper*) (digitalprintingindonesia, 2013).

HASIL DAN ANALISIS

Eksplorasi Awal I

Eksplorasi awal yang dilakukan setelah membuat moodboard dan memilih motif tenun yang akan digunakan adalah stilasi. Tenun yang digunakan untuk menjadi acuan adalah Tenun Siak, berikut hasil stilasi yang sudah dilakukan.



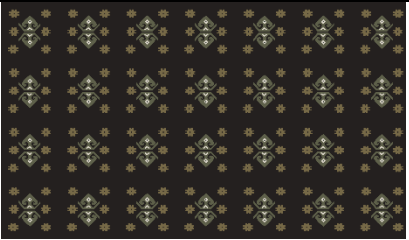





Gambar 1. Tenun Siak

Tabel 1. Stilasi

No	Hasil Stilasi
1.	

2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

9.		16.	
10.		17.	
11.		18.	
12.		19.	
13.		20.	
14.		<div>Eksplorasi Awal II</div> <p>Dari eksplorasi awal yang sudah dibuat, eksplorasi masuk ke tahap lanjutan yaitu eksplorasi 2 yang melakukan eksplorasi pewarnaan dengan menggunakan warna dari Tenun Lurik Tulu Watu dan pembuatan komposisi motif. Berikut hasil motif yang sudah di komposisi.</p>	
15.		Tabel 2. Motif Komposisi	

No	Hasil Motif Komposisi
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	



Konsep Perancangan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, juga pengumpulan data, berikut hasil rancangan konsep dalam bentuk *moodboard*.



Gambar 4. Moodboard

Target market yang akan dituju dari penelitian ini dan perancangan *activewear* adalah wanita yang pernah tergabung atau masih tergabung dalam komunitas pecinta alam, memiliki kepribadian aktif, senang berpetualang, berkegiatan di alam khususnya *hiking* dan menggemari budaya etnik.

Berikut pembatasan klasifikasi *target market* yang sudah didapat dari hasil observasi melalui media sosial dan juga wawancara dari anggota komunitas pecinta alam:

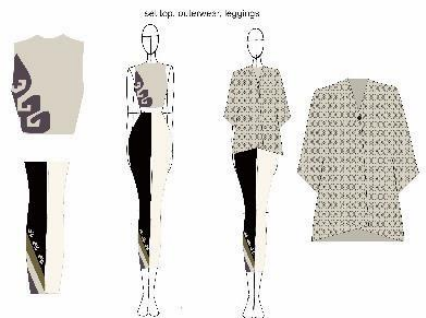
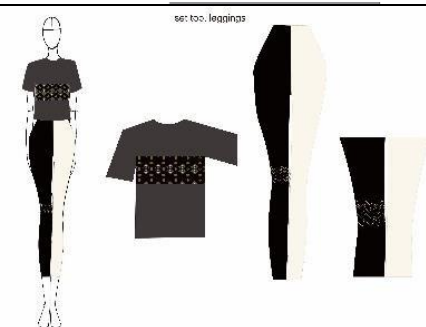

1. Demografis
 - Wanita
 - 20-27 Tahun
 - Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Pekerja Kantor
2. Geografis

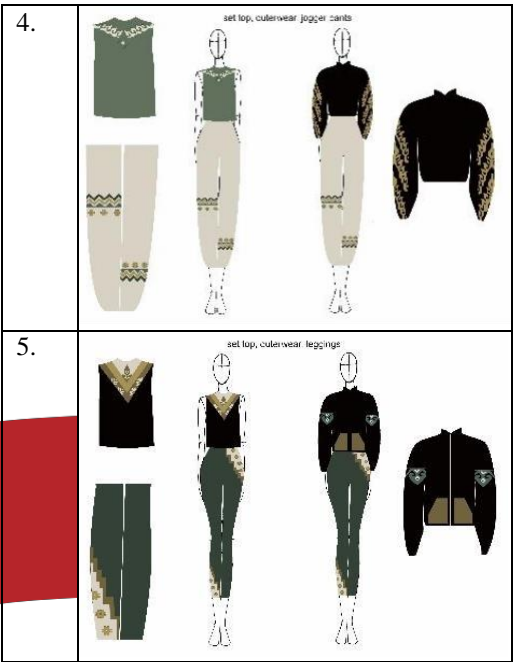
- Berdomisili di kota besar.
3. Psikografis
- Aktif
 - Senang berpetualang
 - Senang berkegiatan di alam, terutama *hiking*
 - Menyukai hal berbau etnik

Eksplorasi Lanjutan

Dari eksplorasi satu dan dua yang sudah dilakukan, dilakukan eksplorasi lanjutan untuk pembuatan desain produk dan juga penempatan motif yang akan digunakan.

Tabel 3. Sketsa Desain

No	Sketsa Desain
1.	
2.	
3.	



Eksplorasi Terpilih

Dari eksplorasi yang sudah dilakukan, terpilih dua desain yang sesuai dengan target market juga moodboard yang sudah dibuat.



Gambar 2. Desain Satu dan Dua

Sketsa Produk

Sketsa yang sudah dipilih mengalami tahap revisi untuk menyeimbangi kemampuan penjahit dan ketersediaan bahan.



Gambar 3. Revisi Desain Satu dan Dua

Produk Akhir dan Merchandise

Berikut visualisasi produk yaitu *activewear* wanita serta *merchandise* yang sudah dibuat.



Gambar 5. Visualisasi Desain 1



Gambar 6. Visualisasi Desain 2

Berikut visualisasi *merchandise* yang sudah dibuat.



Gambar 7. Visualisasi Merchandise

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis mendapatkan kesimpulan bahwa:

1. Proses mengembangkan motif baru yang diambil dari kain etnik Indonesia yaitu tenun diawali dari pemilihan tenun, pada penelitian ini kain tenun yang dipilih adalah tenun Siak yang berasal dari Siak, Provinsi Riau. Tenun tersebut dipilih karena memiliki motif flora yang bisa

- menggambarkan kecintaan pada alam. Setelah kain tenun terpilih motif yang ada pada kain tenun tersebut dibuat stilasinya untuk kemudian dibuat komposisi untuk menjadi sebuah motif baru.
2. Setelah melakukan pencarian data menggunakan metode studi literatur dengan mengkaji data yang didapat dari buku, jurnal, artikel dan juga skripsi, metode observasi dengan mencari tahu tentang *activewear* di pasaran Indonesia melalui internet, dan dengan metode wawancara dengan mewawancarai narasumber yang pernah membuat produk *activewear*. Perancangan *activewear* yang cocok untuk *hikers* wanita adalah pakaian yang nyaman dan praktis, penggunaan bahan stretch dan dingin dapat meningkatkan kenyamanan saat digunakan pada kegiatan *hiking* ringan seperti *hill walking* atau *family camp*.
 3. Penerapan motif menggunakan teknik *digital printing* dipilih setelah melakukan observasi melalui internet maupun media sosial brand-brand *activewear* yang ada di Indonesia. Pembuatan stilasi dari kain etnik tenun yang kemudian dibuat komposisi motif baru untuk kemudian dilakukan pencetakan menggunakan teknik *digital printing* sebelum akhirnya kain dimasukkan ke vendor jahit untuk dijadikan produk akhir *activewear*.
 4. Setelah dilakukan observasi pada beberapa anggota komunitas pecinta alam dan juga *public figure* penggemar *hiking* dapat disimpulkan bahwa target market yang dituju adalah wanita, berumur 20-27 tahun yang menggemari *hiking* ringan dan aktif di media sosial, pekerjaan sebagai pekerja kantoran, ibu rumah tangga dan mahasiswa.

tentang perilaku komunitas pendaki Gunung Bandung di Jalan Babakan Jeruk 1 No. 47, Kota Bandung. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

[5] Maftukha, N., Yustiono, Y., & Adriati, I. (2017). Visualisasi Tenun Baduy. *Journal of Visual Art and Design*, 9(2), 51-66.

[6] Budiyono, dkk. (2008). Kriya Tekstil untuk SMK Jilid 1. Departemen Pendidikan Nasional.

[7] Digitalprintingindonesia. (2013) Lebih Jauh Mengenai *Digital Textile*. (www.digitalprintingindonesia.com diakses pada 6 Januari 2021, jam 15:00 WIB).

REFERENSI

- [1] Quagga, E. K. P. A. (2020). Pembentukan Perilaku Tanggung Jawab Lingkungan melalui Keikutsertaan Siswa SMA dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Kelompok Pecinta Alam.
- [2] Fitriyanto, Romadhon Bagus. (2018) Sensation Seeking Pada Perempuan Pendaki Gunung. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [3] Yip, J., & Lando, A. F. (2020). *Introduction to activewear. Latest Material and Technological Developments for Activewear*.
- [4] Andini, A. S. G. (2017). Pola interaksi komunitas pendaki Gunung Bandung dalam meningkatkan perilaku solidaritas: Penelitian