

PENGEMBANGAN MOTIF PADA BUSANA ACTIVEWEAR ZUMBA UNTUK WANITA DI KOTA BANDUNG

Tria Febriani Putri, S.Sn., Widia Nur Utami Bastaman M.Ds.

Universitas Telkom, Bandung 40257, Indonesia

Email: tryfebrianiip@yahoo.com, widianur@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

The trend of a healthy lifestyle is developing in Bandung, as evidenced by various healthy food outlets. Based on the observations, Bandung people who are mostly actors of a healthy lifestyle are office workers, especially women. With the dense daily activities, office workers realize the importance of adopting a healthy lifestyle by consuming healthy foods coupled with exercise. Zumba is one of the most popular sports because it is healthy and also a fun sport. Zumba offers vibrant accompaniment of movements and music—on the characteristics of Zumba worn bright colors and patterns activewear. The authors see an opportunity to designing motifs as an essential aspect of Zumba's activewear clothing. The method used in this research is qualitative, namely literature study, observation, interviews, and motif processing experiments. The data collection aims to find information about the development of Zumba, Zumba activewear fashion trends, and the character of female office workers in Bandung who are interested in Zumba. Then will be analyzed to become the design basis for the motif processing experiment. The study concluded that Bandung female office workers who like Zumba prefer basic and neutral colors and simple motif such as geometric. It is opposite to the typical Zumba activewear in general. The design of this motif aims to provide design references for designers, business people, and the wider community, especially those who live in the city of Bandung or target the market in the city of Bandung.

Keywords: Zumba, Motif, Healthy Lifestyle, Bandung

ABSTRAK

Saat ini tren gaya hidup sehat sedang berkembang di Bandung, terbukti dengan hadirnya berbagai gerai makanan sehat. Berdasarkan hasil observasi, pelaku gaya hidup sehat di Bandung adalah para pekerja kantoran, khususnya wanita. Dengan padatnya aktivitas sehari-hari, para pekerja kantoran menyadari pentingnya menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi makanan sehat yang dibarengi dengan olahraga. Zumba merupakan salah satu olah raga yang paling digemari oleh para pekerja kantoran, karena menyehatkan dan menyenangkan. Zumba menawarkan gerak dan musik yang dinamis serta kekhasan pada pakaiannya, yang warna-warna cerah dan bermotif. Penulis melihat peluang untuk mendesain motif pada pakaian Zumba, mengingat motif adalah aspek penting dari pakaian Zumba itu sendiri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan eksperimen pengolahan motif. Pengumpulan data bertujuan untuk mengetahui informasi perkembangan Zumba, tren *fashion* pakaian olahraga Zumba, dan karakter pekerja kantoran wanita di Bandung yang berminat dengan Zumba. Data kemudian akan dianalisa untuk menjadi dasar perancangan pengolahan motif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa wanita pekerja kantoran Bandung yang menyukai Zumba lebih menyukai warna dasar dan netral serta motif yang sederhana seperti geometris. Berbeda dengan pakaian olahraga Zumba pada umumnya. Rancangan motif ini bertujuan untuk memberikan referensi desain bagi para desainer, pebisnis, dan masyarakat luas khususnya yang berdomisili di kota Bandung atau membidik pasar di kota Bandung.

Kata Kunci: Zumba, Motif, Gaya Hidup Sehat, Bandung

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Tren gaya hidup sehat saat ini sedang berkembang di kota-kota besar di Indonesia, berdasarkan survey Nielsen's *New Global Health and Ingredients-Sentiment Survey* pada tahun 2016, dinyatakan bahwa masyarakat menginginkan gaya hidup sehat yang disertai dengan pola makan yang sehat. Delapan dari 10 responden menyatakan sudah membatasi makanan tertentu atau mengikuti pola diet tertentu dalam kesehariannya. Tujuannya tidak lain untuk mengatasi berbagai keluhan kesehatan (Priherdityo, 2016). Di tahun yang sama, seruan untuk gaya hidup sehat pun mulai digaungkan oleh pemerintah kota Bandung melalui program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat atau disingkat menjadi Gernas. Wakil Wali Kota Bandung saat itu, M. Oded Danial, menyebutkan bahwa gaya hidup sehat sudah harus mulai disadari oleh masyarakat Bandung, mengingat penyebab tertinggi kematian di kota Bandung bukan disebabkan oleh penyakit menular, melainkan karena penyakit yang disebabkan karena kurang baiknya gaya hidup masyarakat, seperti *stroke* atau penyakit kardiovaskular (Rakyat, 2016).

Pada tahun 2018, berdasarkan riset AIA *Healthy Living Index* 2018, dinyatakan bahwa terjadi peningkatan skor hidup sehat di Indonesia dari skor 58 pada tahun 2016, dan meningkat menjadi 62 dalam dua tahun setelahnya (PT AIA Financial, 2018). Di Indonesia, makanan organik pun mulai dikenal di kota-kota besar

salah satunya seperti di Bandung. Keadaan tersebut tumbuh sejalan dengan tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan makanan sehat, walaupun harganya cukup mahal. Harga yang masih tinggi disebabkan karena masih terbatas macam dan ragam produk organik di pasaran (Muljaningsih, 2011). Sejalan dengan observasi yang penulis lakukan pada tahun 2020, tren gaya hidup sehat telah mendorong lahirnya beragam gerai makanan sehat di kota Bandung, diantara adalah Toko *Organic*, *Serasa Salad Bar*, serta *Burgreens*.

Gaya hidup sehat tidak saja mempengaruhi ranah kuliner, namun juga menjadi pendorong utama lahirnya beberapa studio olahraga di Bandung seperti *Amity Studio*, *Eighty5 Studio*, serta *Sierra Studio*, yang berlokasi tidak jauh dari lokasi-lokasi gerai makanan sehat tersebut. Salah satu pelaku gaya hidup sehat di Bandung saat ini adalah para pekerja kantoran yang memiliki aktivitas padat dalam kesehariannya.

Kehadiran studio olahraga atau komunitas olahraga berkembang seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat terutama kaum urban untuk melakukan gaya hidup sehat (Gumilar, Kusmayadi, & Zulfan, 2018). Salah satu jenis olahraga yang diminati para pekerja kantoran tersebut adalah Zumba. Zumba menawarkan gerakan yang khas, yang merupakan gabungan dari tarian *Salsa*, *Rumba*, dan *Merengue* dengan iringan lagu yang bertempo cepat (Luettgen, Foster, Doberstein, Mikat, & Porcari, 2012).

Zumba banyak diminati oleh para pegawai kantor karena menawarkan suasana olahraga yang menyenangkan namun tetap seperti tujuan utamanya, yaitu dapat membakar kalori dengan waktu yang cepat. Olahraga ini dianggap cocok untuk mengimbangi kegiatan para pekerja kantor yang padat. Setelah seharian penuh bekerja, Zumba dapat menjadi penyegar dari kejenuhan bekerja dan tetap memberikan manfaat pada kesehatan. Umumnya para pekerja kantor melakukan olahraga Zumba sepulang jam kerja yaitu pada pukul 18.00-19.00.

Ciri khas lainnya dari Zumba adalah busana yang digunakan, yang umumnya memiliki warna cerah dan bermotif (*brightly-colored and patterned clothing*). Busana dalam Zumba adalah hal yang penting (Giang, 2013). Hal ini menjadi salah satu identitas yang paling mudah dikenali dari Zumba.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, penulis melihat adanya peluang untuk mengembangkan motif untuk diaplikasikan pada busana *activewear* wanita agar dapat menunjang kebutuhan para pelaku gaya hidup sehat sekaligus memberikan identitas sebagai penyuka Zumba. Seperti yang disampaikan Barnard dalam bukunya, bahwa produk fesyen dapat menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi seseorang (Hendariningrum & Susilo, 2008). Selain itu, sejauh observasi yang telah

dilakukan penulis, belum adanya produk lokal yang memfasilitasi kegiatan olahraga Zumba, sehingga peluang untuk pengembangannya terutama di kota Bandung cukup menjanjikan.

Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang motif untuk diterapkan pada pakaian *activewear* Zumba yang sesuai dengan karakter pelaku gaya hidup sehat di Bandung?

Batasan Perancangan

Agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih fokus dan mendalam, maka batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan riset mengenai tren gaya hidup sehat di Bandung
2. Fokus mengobservasi wanita pelaku gaya hidup sehat di Bandung yang aktif mengikuti Zumba yang merupakan pegawai kantor
3. Perancangan dibatasi pada perancangan motif untuk diaplikasikan pada pakaian *activewear* Zumba

Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang motif untuk diaplikasikan pada pakaian *activewear* Zumba, mengingat motif adalah unsur yang penting dalam pakaian *activewear* Zumba. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan alternatif desain motif baru untuk pakaian *activewear* Zumba khususnya bagi pelaku gaya hidup sehat di Bandung.

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan proses sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Mendapatkan informasi dari berbagai literatur baik buku, jurnal, artikel dan situs internet yang memiliki relevansi yang kuat dengan sejarah dan perkembangan gaya hidup sehat, olahraga Zumba, serta perkembangan gaya hidup di kota Bandung itu sendiri.

2. Observasi Lapangan dan Wawancara

Melakukan observasi lapangan dan wawancara kepada para pelaku gaya hidup sehat terutama yang aktif mengikuti olahraga Zumba serta kepada instruktur Zumba atau *Zumba Instructor Network* (ZIN), dengan tujuan mengumpulkan data-data primer langsung dari para pelaku gaya hidup sehat di Kota Bandung. Serta memahami perkembangannya dari masa ke masa, kebutuhan pakaian *activewear* yang mendukung, serta tren *activewear* yang digemari. Selain itu penulis pun melakukan observasi secara langsung pada studio Zumba untuk memahami gaya hidup para penyuka olahraga Zumba.

3. Eksperimen

Eksperimen motif dilakukan berdasarkan konsep perancangan hasil analisa data studi literatur, observasi, dan wawancara.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil Studi Literatur

a. Gaya Hidup Sehat

Menurut teori dari Plummer (1983), gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang berperilaku dan berinteraksi dengan lingkungannya (Kaparang, 2013). Gaya hidup sehat merupakan sikap seseorang untuk menjaga kesehatan yang menyeluruh pada tubuh agar tetap sehat dengan mengonsumsi makanan sehat dan berolahraga, untuk mencegah menghindari resiko dari penyakit. Menerapkan gaya hidup sehat memiliki manfaat kesehatan yang baik dan akan meningkatkan kualitas hidup dan memberikan pengaruh positif. Gaya hidup sehat menggambarkan pola perilaku seseorang dalam kesehariannya yang mengarah pada upaya *m e m e l i h a r a* kondisi fisik, mental, dan sosial untuk tetap berada dalam keadaan positif. Gaya hidup sehat mencakup kebiasaan tidur, makan, serta bagaimana mengelola stress (Siaputra, Emmiati, Wibisono, & Widjaja, 2015).

b. Motif

Motif merupakan komponen seni yang diberikan tambahan sebagai hiasan atau memperindah suatu produk agar lebih

menarik secara estetik dan memiliki nilai jual dan menjadi identitas dalam suatu pola atau desain (Amalia & Bastaman, 2020). Menurut Knight (2011), teknik pengolahan motif perlu diperhatikan dalam proses perancangan, agar motif dapat terlihat sama dan sesuai dengan fungsinya.

Arah pada motif meliputi arah cetak langsung (*directional prints*) yang terdiri dari cetak satu arah (*one-way print*) dan cetak dua arah (*two-ways print*). Serta cetak tidak langsung yaitu cetak miring (*tossed print*) dan cetak empat arah (*four-way print*) (Rosmawati & Rosandini, 2019). Lalu motif menurut jenisnya terdiri dari motif geometris, natural seperti bunga (*floral*) dan hewan, serta kebaruan (*novelty*). Sedangkan untuk jenis repetisi motif terdiri dari *square repeat*, *half-drop repeat*, dan *brick repeat*. *Square repeat* adalah pola repetisi seperti blok, mengulang ke samping dan ke bawah sama rata. *Half-drop repeat* adalah pola pengulangan ke bawah, yang mana berselang-seling penempatannya antara kolom ganjil dan genap. Penempatan motif dibuat naik atau turun dari motif di sampingnya dan dilakukan mengulang secara terus menerus secara berselang-seling. Terakhir, *brick repeat* adalah pola pengulangan ke samping, yang mana berselang-seling penempatannya antar baris ganjil dan genap. Penempatan motif dibuat tidak sejajar dari motif di atasnya dan

dilakukan mengulang secara terus menerus secara berselang-seling seperti susunan batu bata pada tembok (Rosmawati & Rosandini, 2019).

c. Zumba

Olahraga Zumba digemari karena mampu membakar kalori dengan cepat serta mengencangkan otot, namun dengan cara yang menyenangkan. Selain itu olahraga Zumba yang diiringi dengan musik dan tarian yang berenergi sehingga meningkatkan hormon endorfin dalam tubuh agar membantu proses pembakaran kalori dengan lebih cepat. Menurut Jane Fonda, melakukan olahraga dengan musik terasa lebih mudah karena pada dasarnya manusia memiliki jiwa seni dan musik, sehingga rasa sakit dan lelah terasa hilang dan terlupakan (Sahudi, 2015).

Zumba sudah ada sejak tahun 2001 yang diciptakan oleh Alberto Beto Perez, pelatih *fitness* asal berasal dari Columbia, Amerika Selatan. Gerakan Zumba merupakan gerak tarian senam aerobik yang masuk pada kategori *dance fitness*. Zumba memiliki kombinasi antara gerakan cepat dan lambat serta mengharuskan seluruh anggota badan bergerak secara ritmis membuat zumba mampu membantu tubuh membakar timbunan lemak. Zumba mengkombinasikan dengan musik dan tarian Amerika Latin. Zumba merupakan kombinasi latihan dasar

dari *Salsa*, *Samba*, *Cumbia*, *Reggeaton*, *Merengue*, dan tarian Amerika Latin lainnya yang menggunakan dasar gerakan aerobik, serta tarian lainnya seperti *hip-hop*, tari perut, dan lainnya (Sukma, 2016).

d. *Activewear*

Activewear adalah pakaian untuk olahraga di luar ruangan atau di dalam ruangan dan juga dapat digunakan untuk berekreasi. Jenis busana yang mendukung aktivitas keolahragaan maupun aktifitas keseharian dari penggunaanya (Larissa & Arini Arumsari, 2017).

d. Bandung

Kota Bandung adalah kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat juga sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat.

Bandung merupakan kota dengan pemandangan yang indah karena dikelilingi oleh pegunungan dengan letak geografis yang berada di tengah provinsi Jawa Barat, serta berada di ketinggian ± 768 m di atas permukaan laut. Kota Bandung mendapat peringkat sebagai kota kreatif yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk beraktivitas, berkreasi, dan berinovasi. Bandung menjadi proyek percontohan kota kreatif se-Asia Pasifik karena masyarakatnya yang yang terbuka dan toleran sehingga dinamis dalam mengadaptasi perubahan (Fitriyana, 2012)

Hasil Observasi Lapangan

a. Hasil Observasi Lapangan di Gerai Makanan Sehat Bandung

Untuk memperoleh data lapangan, penulis melakukan observasi lapangan dengan mendatangi gerai-gerai makanan sehat di Bandung yaitu diantaranya Toko *Organic*, *Serasa Salad Bar*, dan *Burgreens*, sebagai tempat yang menjadi titik awal perkembangan tren gaya hidup sehat di Bandung. Harapannya dengan mendatangi ketiga tempat ini, penulis mendapat gambaran *target market* yang tepat dan memahami kebutuhannya.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan umumnya suasana toko yang ditawarkan adalah suasana *homey*, sederhana, lengkap dengan mural yang menjelaskan bagaimana bahan baku atau produk tersebut dihasilkan serta mendukung gerakan mendukung produk atau produsen lokal. Konsumen dari gerai-gerai tersebut mayoritas wanita berumur 27 tahun - 40 tahun yang merupakan pekerja kantor atau ibu rumah tangga. Selain itu, produk yang ditawarkan pun merupakan makanan sehat diantaranya salad, *smoothies bowl*, *juice*, serta produk organik mentah untuk diolah menjadi makanan. Pakaian yang digunakan oleh konsumen mayoritas berpakaian *daily wear* dengan warna *basic*. Umumnya pelanggan ketiga gerai makanan sehat tersebut rutin mengikuti kelas Zumba di Amity Studio. Oleh karena

itu, observasi selanjutnya akan dilakukan di Amity Studio.

- b. Hasil Observasi Lapangan di Amity Studio
- Amity Studio berlokasi di Jalan Gandapura No. 55, Bandung, tidak jauh dari pusat gerai makanan sehat Bandung yang berada di Jalan Progo dan Jalan Cilaki Bandung. Amity Studio, dipilih berdasarkan hasil observasi penulis sebagai salah satu tempat yang menyelenggarakan kelas Zumba regular dan umumnya banyak diminati oleh pegawai kantor serta pelanggan gerai makan sehat yang telah diobservasi penulis sebelumnya. Observasi pada Amity Studio dilakukan dengan tujuan untuk melihat suasana Amity Studio dan karakter konsumen dari Amity Studio.

Saat mengunjungi lokasi observasi, penulis melihat dari sisi *ambience* bahwa Amity Studio nyaman, bersih, namun hanya memiliki satu studio dengan ruangan yang besar. Selain itu banyak fasilitas yang terdapat pada Amity Studio, yaitu studio olahraga yang besar yang dipadukan dengan kaca, ada berbagai jenis macam alat-alat pembantu untuk olahraga (*yoga brick block, barble, TRX Rope, exercise ball*, dan lainnya), toilet (dengan fasilitas *shower room* untuk mandi, loker tas, sampo dan sabun), ruang tunggu, air minum gratis, restoran, rak sepatu, serta terdapat tempat menjual pakaian hingga alat olahraga seperti barbel, sepatu, *sport bra, legging*, dan lainnya.

Konsumen dari Amity Studio sangat beragam, mulai dari anak sekolah SMA hingga lanjut usia, dengan kisaran umur 18 tahun – 50 tahun. Tetapi umumnya didominasi oleh usia produktif 27 tahun – 35 tahun dengan pekerjaan sebagai bankir, perusahaan IT, dan perusahaan di bidang kreatif. Pelaku gaya hidup sehat ini memiliki minat terhadap gaya hidup sehat dengan mengonsumsi makanan sehat, juga melakukan aktivitas fisik rutin seperti Zumba, *aerobic*, dan *pound fit* yang dapat dikategorikan sebagai *High Intensity Interval Training* (HIIT). Selain pelaku gaya hidup sehat, mereka juga peduli terhadap kondisi lingkungan, serta menggunakan produk-produk *eco-friendly, sustainable*, dan organik. Dalam berbusana umumnya memilih *basic items*, warna yang digunakan netral (putih, hitam, coklat, krem, dan lainnya), *daily look* yang nyaman dan *loose*.

Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara bersama instruktur Zumba atau biasa disebut ZIN (*Zumba Instructor Network*) di Amity Studio, yaitu dengan ZIN Rini dan ZIN Aisyah pada bulan Januari 2020, agar dapat mengetahui mengenai olahraga Zumba yang lebih mendalam serta menambah informasi tentang olahraga Zumba yang tidak dapat ditemukan pada jurnal, tesis, dan lainnya. Dari keduanya diketahui bahwa olahraga Zumba lebih menyenangkan dan membuat semangat jika dibandingkan dengan olahraga lainnya, karena diiringi musik populer dan memiliki berbagai

variasi gerakan yang beragam.

Zumba identik dengan *dance*, maka dari itu pakaian Zumba yang warna-warni mengekspresikan keceriaan dan kesenangan. Pakaian Zumba juga tidak memiliki ketentuan khusus, asalkan nyaman dipakai, fleksibel, dan tidak diharuskan menggunakan pakaian dari *brand* Zumba. Pakaian dari Zumba merupakan *style* dari berbagai macam gerakan seperti latin, *Salsa*, *Merengue*, dan *Hip-hop* dan Zumba telah diikuti didunia dengan berbagai macam ras dan warna kulit, maka dari itu alasan Zumba identik dengan warna-warni adalah sebagai representasi berbagai ras dan etnik di seluruh dunia, yang kemudian menjadi bersatu dengan logo Zumba yang berbentuk hati yang artinya satu kesatuan yang dirangkul dalam Zumba, tidak memiliki perbedaan. Maka dari itu warna-warni merupakan identitas atau identik dengan Zumba. Pakaian olahraga Zumba tidak memiliki ketentuan khusus, yang pasti nyaman, longgar, dan menyerap keringat.

Analisa Perancangan

Berdasarkan hasil observasi dan diperkuat dengan data hasil wawancara, pembuatan perancangan motif untuk produk *activewear* Zumba memiliki peluang yang besar, karena produk dari *brand* Zumba cukup sulit didapatkan serta harganya pun cukup tinggi. Selain itu, unsur penting lainnya yang sangat mencirikan Zumba adalah pakaian yang bermotif. Sehingga pada penelitian ini, akan difokuskan pada perancangan motif yang tepat untuk diterapkan pada busana *activewear* Zumba khususnya

bagi pelaku gaya hidup sehat di Bandung. Untuk pakaian *activewear* Zumba identik dengan penggunaan warna-warna cerah, nyentrik, tabrak warna, dan *colourful* juga penuh dengan motif. Namun, pelaku olahraga Zumba di Bandung mayoritas menggunakan warna *basic*, jarang menggunakan warna-warna cerah, serta memilih motif geometris klasik. maka dari itu penulis membuat *moodboard* dengan warna-warna dan motif yang sesuai dengan kegemaran pelaku olahraga di Bandung.

Penentuan *Target Market*

Target market yang dituju pada penelitian ini merupakan wanita yang menerapkan gaya hidup sehat di Bandung. Serta memiliki minat terhadap gaya hidup sehat dengan mengonsumsi makanan sehat, juga melakukan aktivitas fisik seperti Zumba, *Aerobic*, dan *Pound Fit* yang dapat dikategorikan sebagai *High Intensity Interval Training* (HIIT). Selain itu, merupakan pribadi yang peduli terhadap kondisi lingkungan, serta menggunakan produk-produk *eco-friendly*, *sustainable*, dan organik, yang disimpulkan seperti di bawah ini:

- a. a. Segmentasi Demografis
 - Jenis Kelamin : Wanita
 - Umur : 27 tahun – 35 tahun (usia produktif)
 - Pekerjaan : Pekerja kantoran
 - Status Sosial: menengah ke atas dengan pendapatan Rp.7.000.000/bulan ke atas
- b. Segmentasi Geografis

Wanita pekerja kantoran yang berdomisili di

Kota Bandung.

c. Segmentasi Psikografis

Wanita yang memiliki semangat tinggi, ceria, dan memperhatikan kesehatan fisik dan psikis diantara padatnya pekerjaan dan rutinitas sehari-hari. Dalam kesehariannya menerapkan pola hidup sehat, teratur dan berkualitas, serta mengikuti tren makanan sehat terkini. Memilih jenis olahraga *High Intensity Interval Training* (HIIT) yang menyenangkan sekaligus menyehatkan.

Eksperimen

Tahap eksperimen dimulai dengan membuat *moodboard* yang sesuai dengan hasil analisa perancangan untuk kemudian dijadikan inspirasi dalam perancangan stilasi. Motif geometris dengan perpaduan warna netral mengingatkan pada ragam hias arsitektural *Art Deco*. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Yanyan Sunarya, bahwa berbagai peristiwa sejarah, keadaan alam dan tata nilai sosial- budaya sudah sejak lama menjadi inspirasi dalam perancangan motif bagi masyarakat Bandung. Ragam hias tersebut lugas atau apa adanya, dan merupakan abstraksi (penyederhanaan) dan stilasi (penggayaan) dari berbagai bentuk yang berasal dari alam, flora, fauna, benda, maupun aneka peristiwa (Sunarya, 2018). Masyarakat Bandung familiar dengan bangunan *Art Deco* yang banyak berdiri di Bandung, sehingga secara tidak langsung masyarakat Bandung pun akrab dengan karakter geometris yang ditampilkan pada ragam hias arsitektural *Art Deco* tersebut.

Konsep dari *moodboard* ini bertema “Nécaz”. Nécaz merupakan singkatan dari “Neo Classical Zumba” yang menceritakan tentang gaya *Art Deco* yang masuk dalam kategori *Neo Classical* yang memiliki karakter utama berbentuk geometris dan kesederhanaan. Serta menggunakan warna-warna netral dengan bentuk motif sederhana yang



Gambar 1. Inspirasi Motif Art Deco Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020

geometris sebagai pemberi aksent.



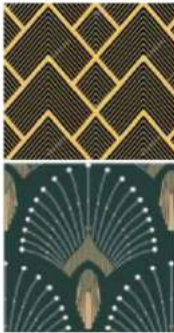
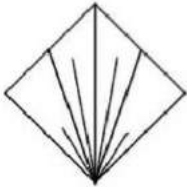

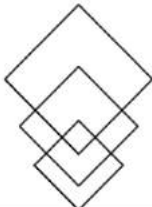
Setelah *moodboard* selesai disusun, tahap berikutnya adalah tahap eksperimen. Tahap eksperimen terbagi atas empat tahap yaitu:






- Eksperimen Awal: Stilasi
- Eksperimen Lanjutan 1: Pembuatan Komposisi
- Pemilihan warna sesuai *moodboard*
- Eksperimen Lanjutan 2: Pembuatan Komposisi Berwarna





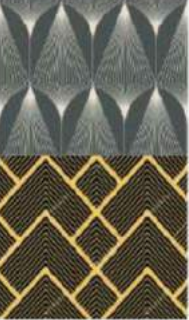
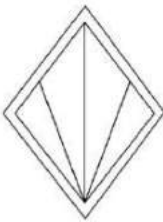
Keempat tahapan tersebut, selengkapnya akan dijelaskan selanjutnya. Tahap pertama yaitu





membuat stilasi motif berdasarkan *moodboard* yang telah disusun, hasil eskperimen awal menghasilkan 10 buah motif stilasi yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Eskperimen Awal Stilasi

No	Inspirasi	Modul Stilasi
1		
<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis, Bentuk (Setengah Lingkaran), • Prinsip Desain: Irama, Pola, dan Pengulangan • Software: Adobe Illustrator 2020 		
2		
<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis, Bentuk (Kotak), Warna • Prinsip Desain: Proporsi, Pola, dan Pengulangan • Software: Adobe Illustrator 2020 		
3		


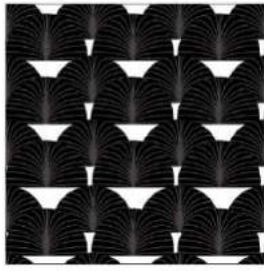
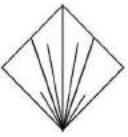
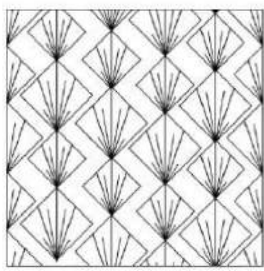
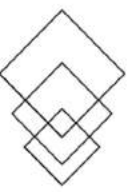
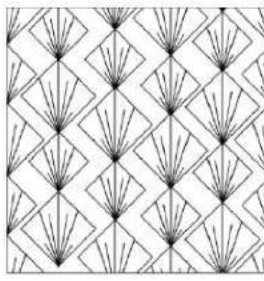
		
<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Bentuk (Kotak) dan Warna • Prinsip Desain: Irama, Proporsi, Pola, dan Pengulangan • Software: Adobe Illustrator 2020 		
4		
<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis, Bentuk (Oval), Warna • Prinsip Desain: Irama, Proporsi, Pola, dan Pengulangan • Software: Adobe Illustrator 2020 		
5		
<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis dan Warna • Prinsip Desain: Irama, Proporsi, Pola, dan Pengulangan 		


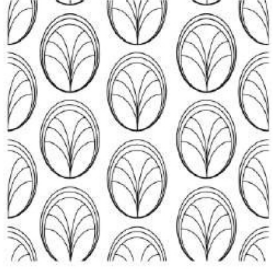

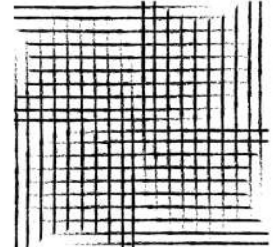

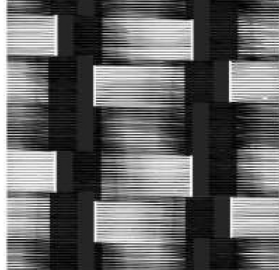

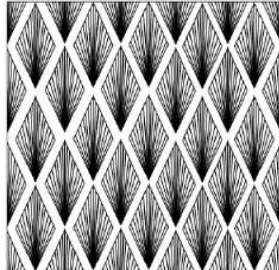
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Software: Adobe Illustrator 2020</i> 		
6	 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis, Bentuk (Kotak), Warna • Prinsip Desain: Pola, dan Pengulangan • <i>Software: Adobe Illustrator 2020</i>
7	 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis, Bentuk (Kotak), Warna • Prinsip Desain: Irama, Proporsi, Pola, dan Pengulangan • <i>Software: Adobe Illustrator 2020</i>
8	 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Garis, Bentuk (Kotak), Warna • Prinsip Desain: Proporsi, Pola, dan Pengulangan • <i>Software: Adobe Illustrator 2020</i>

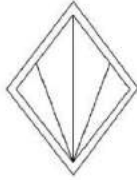
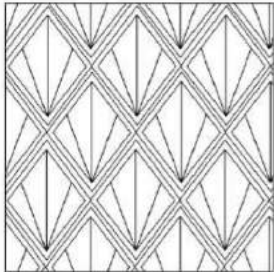



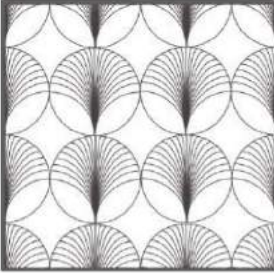
9	 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen Desain: Bentuk (Kotak), Warna • Prinsip Desain: Irama, Proporsi, Pola, dan Pengulangan • <i>Software: Adobe Illustrator 2020</i>
10	 	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen: Garis, Bentuk (Lingk), Warna • Prinsip: Proporsi, Pola, dan Pengulangan • <i>Software: Adobe Illustrator 2020</i>

Tahap kedua yaitu eksperimen lanjutan 1 yaitu pengembangan komposisi dari stilasi yang telah dirancang sebelumnya, selengkapnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Eksperimen Pengolahan Komposisi Stilasi Motif

No	Modul Stilasi	Hasil Komposisi
1		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Break Repeat</i> • Software: <i>Adobe Illustrator 2020</i> 		
2		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Half-Drop Repeat</i> • Software: <i>Adobe Illustrator 2020</i> 		
3		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Half-Drop Repeat</i> • Software: <i>Adobe Illustrator 2020</i> 		






4		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Half-Drop Repeat</i> • Software: <i>Adobe Illustrator 2020</i> 		
5		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Square Repeat</i> • Software: <i>Adobe Illustrator 2020</i> 		
6		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Half-Drop Repeat</i> • Software: <i>Adobe Illustrator 2020</i> 		
7		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Brick Repeat</i> 		


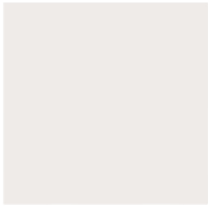
<ul style="list-style-type: none"> • Software: Adobe Illustrator 2020 		
8		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Half-Drop Repeat</i> • Software: Adobe Illustrator 2020 		
9		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Brick Repeat</i> • Software: Adobe Illustrator 2020 		
8		
<ul style="list-style-type: none"> • Teknik: <i>Square Repeat</i> • Software: Adobe Illustrator 2020 		

Setelah tahap eksperimen lanjutan 1 pembuatan komposisi motif selesai, tahap selanjutnya adalah pemilihan warna motif yang sesuai dengan *moodboard* yang telah disusun

sebelumnya. Pemilihan warna inipun diharapkan dapat memudahkan pengembangan penelitian selanjutnya jika akan diaplikasikan pada produk siap pakai. Selengkapnya hasil pemilihan warna ditampilkan pada tabel 3

Tabel 3. Pemilihan Warna untuk Komposisi Motif


No	Warna	Kode Warna
1		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 44, 45, 44 • CMYK : 70, 63, 64, 64 • KODE : #2C2D2C
2		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 22, 45, 44 • CMYK : 91, 74, 51, 55 • KODE : #162A3B
3		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 50, 71, 72 • CMYK : 78, 56, 58, 42 • KODE : #324748
4		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 66, 108, 120 • CMYK : 78, 47, 43, 14 • KODE : #426C78
5		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 136, 109, 71 • CMYK : 41, 50, 78, 20 • KODE : #886D47






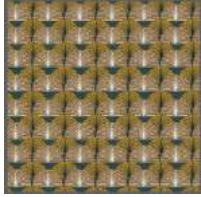






6		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 169, 128, 45 • CMYK : 1, 46, 100, 10 • KODE : #A9802D
7		<ul style="list-style-type: none"> • RGB : 37, 233, 231 • CMYK : 6, 6, 6, 0 • KODE : #EDE9E7

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020

Tahapan terakhir yaitu eksperimen lanjutan 2 yaitu perancangan komposisi motif berwarna merujuk pada hasil pemilihan warna pada tabel 3. Selengkapnya komposisi motif berwarna dapat dilihat pada tabel 4.

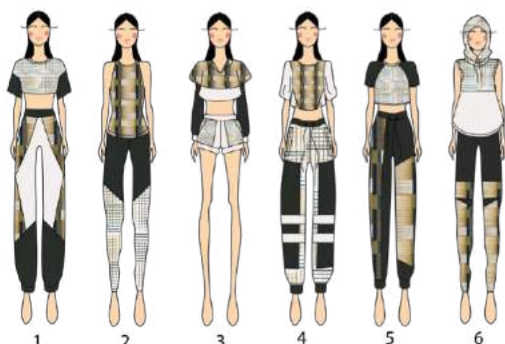
Tabel 4. Hasil Eksperimen Pengolahan Komposisi Motif Berwarna

No	Modul Komposisi Berwarna	Komposisi Berwarna yang Telah Diripitasi
		
		



Berdasarkan hasil eksperimen komposisi berwarna pada tabel 4, berikut ini adalah gambaran penerapan atau pengaplikasian motif di dalam desain perancangan:



Gambar 2. Sketa Desain Pengaplikasian Motif pada Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Adanya potensi untuk memanfaatkan fenomena tren gaya hidup sehat di kota Bandung pada perancangan motif untuk produk *activewear*. Umumnya para pekerja kantoran yang menjadi salah satu peminat tren gaya hidup sehat ini. Mereka sadar betul untuk menjaga asupan gizi yang baik dibarengi dengan olahraga agar dapat

menjalani keseharian dengan rutinitas yang padat. Salah satu jenis olahraga yang diminati adalah Zumba. Zumba menawarkan bentuk olahraga yang *fun* sehingga dapat dianggap sebagai salah satu cara untuk *refreshing* namun tetap menyehatkan.

2. Salah satu ciri khas dari Zumba adalah pakaiannya yang didominasi oleh warna yang cerah serta dikombinasikan dengan motif *full print*. Namun, pakaian *activewear brand* Zumba tidak mudah didapatkan di Indonesia dan cukup mahal, sehingga peluang untuk perancangan produk *activewear* Zumba lokal cukup besar. Namun pada penelitian ini, penulis hanya fokus untuk merancang motif yang dapat diaplikasikan pakaian *activewear* Zumba khususnya bagi penyuka gaya hidup sehat di kota Bandung.
3. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, disimpulkan bahwa penyuka olahraga Zumba di Bandung umumnya menyukai warna pakaian yang netral seperti hitam, putih, krem, hijau tua, coklat, dan lainnya. Serta lebih sering menggunakan motif-motif yang sederhana seperti bentuk geometris. Berbanding terbalik dengan karakter *activewear* Zumba pada umumnya, sehingga semakin menarik untuk diteliti lebih dalam.
4. Berdasarkan hasil simpulan, penulis meyakini lingkungan geografis sekitar Bandung yang berupa pegunungan dengan iklim yang sejuk menjadi salah satu aspek yang memperkuat pertimbangan pemilihan warna serta motif

yang didominasi oleh warna *earth tone* atau warna-warna *basic* dan netral. Namun dengan karakteristik masyarakat Bandung yang terbuka dan dinamis terhadap tren-tren baru dan perubahan, penambahan aksen warna di luar kombinasi warna *earth tone* masih dapat diterima dengan baik.

Dalam penelitian ini fokus penelitian masih dibatasi pada perancangan motif saja. Masih sangat terbuka lebar untuk mengkaji dan mengembangkan penelitian ke arah yang lebih luas, seperti penerapan tren motif saat ini serta aplikasi ke arah produk siap pakai. Selain itu *target market* yang disasar pada penelitian ini merupakan pegawai kantoran di kota Bandung, penulis meyakini penelitian ini dapat dikaji untuk berbagai *target market* lain. Ragam jenis Zumba yang variatif pun membuka peluang untuk diteliti lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Amalia, R., & Bastaman, W. N. U. (2020). Perancangan Motif Untuk Diaplikasikan Pada Aksesoris Fashion Sebagai Merchandise Untuk Yayasan Mataharikecil. *Fashion Design*, 7(2), 3803.
- Fitriyana, F. (2012). Pengembangan Bandung kota kreatif melalui kekuatan kolaboratif komunitas. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota B SAPPK*, 1(1), 1–8.
- Giang, V. (2013). How Zumba Became The Largest Fitness Brand In The World. Retrieved from <http://www.businessinsider.com/how-zumba-became-the-largest-fitness-brand-in-the-world-2012-12>
- Gumilar, G., Kusmayadi, I. M., & Zulfan, I. (2018). Komunitas Olah Raga untuk Kaum Urban Bandung: Membangun Jaringan Komunikasi Melalui Media Sosial. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 158–169. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.22>
- Hendariningrum, R., & Susilo, E. M. (2008). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42>
- Kaparang, O. M. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Acta Diurna*, 2(2).
- Larissa, T., & Arini Arumsari. (2017). Atrat: jurnal seni rupa. *ATRAT: Visual Art & Design Journal*, 5(3). Retrieved from <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/347/0>
- Luettgen, M., Foster, C., Doberstein, S., Mikat, R., & Porcari, J. (2012). Zumba ®: Is the “fitness-party” a good workout? *Journal of Sports Science and Medicine*, 11(2), 357–358.
- Muljaningsih, S. (2011). Preferensi Konsumen dan Produsen Produk Organik di Indonesia. *WACANA, Jurnal Sosial*

- Dan Humaniora*, 14(4), 1–5. Retrieved from <http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/266>
- Priherdityo, E. (2016). Survey masyarakat Indonesia mulai sadar makanan sehat. *Cnnindonesia.Com*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160909050532-255-157172/survei-masyarakat-indonesia-mulai-sadar-makanan-sehat>
- PT AIA FINANCIAL. (2018). Riset AIA Healthy Living Index Ungkap Tingkat Kepuasan Masyarakat Asia Pasifik Terhadap Kesehatan Menurun. *Aia*, 3. Retrieved from <http://www.aia-financial.co.id/id/about-aia/info-media/press-releases/2018/riset-aia-healthy-living-index-ungkap-tingkat-kepuasan-masyarakat-asia-pasifik-terhadap-kesehatan-menurun.html>
- Rosmawati, & Rosandini, M. (2019). *Pengembangan Motif Batik Mbako untuk Produk Busana Pria*. 6(2), 2074–2081.
- Sahudi, S. bin. (2015). Persepsi Peserta Aerobik dari Kompetensi Instruktur Aerobik Universitas Negeri Semarang di Kecamatan Gunungpati Tahun 2013. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(5), 1792–1798. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/pe-shr>
- Siaputra, H., Emmiati, A., Wibisono, E. F., & Widjaja, A. (2015). Pola Perilaku Hidup Sehat Pra Lansia dalam Mengonsumsi Makanan Sehari-Hari di Maureen Studio. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(1), 131–140.
- Sukma, A. T. (2016). *Efek Zumba Terhadap Penurunan Tebal Lemak Bawah Kulit dan Berat Badan Member of Fitness dan Aerobic*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sunarya, Y. Y. (2018). Adaptasi Unsur Estetik Sunda pada Wujud Ragam Hias Batik Sunda. *Journal of Visual Art and Design*, 10(1), 27–51. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2018.10.1.3>
- Koran**
- Rakyat, P. (2016, November 11). *Tanamkan Pola Hidup Sehat, Pemkot Bandung Sosialisasikan Germas*. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01267374/tanamkan-pola-hidup-sehat-pemkot-bandung-sosialisasikan-germas-384490%0AKESEHATAN>
- Survei**
- PT AIA Financial (2018). Riset AIA Healthy Living Index Ungkap Tingkat Kepuasan Masyarakat Asia Pasifik Terhadap Kesehatan Menurun. *Aia*, 3. Retrieved from <http://www.aia-financial.co.id/id/about-aia/info-media/press-releases/2018/riset-aia-healthy-living-index-ungkap-tingkat-kepuasan-masyarakat-asia-pasifik-terhadap-kesehatan-menurun.html>