

PERANCANGAN READY-TO-WEAR UNTUK ANAK MUDA DENGAN BATIK PHOENIX KONTEMPORER PADA BRAND DRL

Dianita Ratnasari, Marini Yunita Tanzil, B.Com.Des, M.Fashion, Yoanita Kartika Sari Tahalele, B.A., M.A
Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia dianitaratnasari.dr@gmail.com
marini.yunita@ciputra.ac.id yoanita.tahalele@ciputra.ac.id

ABSTRACT

Batik is an Indonesian cultural heritage that has been recognized by UNESCO, batik in Indonesia has diverse motives and in each region has unique and different characteristics. The batik technique was originally handmade batik which was processed using canting and wax, as well as the process of using human labor, because of that it has more value and high price. But as the times evolve, various batik techniques emerge which process is faster, by using mechanical power so that it can be sold at a cheap price, the technique is of various kinds, one of which is stamp batik. This modern batik technique makes it possible to make motifs that are more modern and most commonly found on the market. Therefore, batik also requires the development of motifs so that it can compete with other batik techniques, moreover handmade batik is an original technique that must be preserved. Batik in the past was quite in demand in the field of fashion, but with the rapid development of the world with the influence of technology and culture from outside which also influenced fashion trends. Because of that batik began to lag behind, because it was considered too formal, old-fashioned, so that young people are less interested. Therefore the development of batik needs to be done so that it can continue to compete with other fashion trends, and so batik is not forgotten because it is inferior to other developing trends. Therefore the research was conducted with interview techniques and surveys of experts and extreme users, and it is known that batik can develop through motifs and designs. And from the results of research on the target market can also be known colors and designs that are preferred. From these results obtained ideas to design batik with contemporary motif designs, as well as modern styles that follow fashion trends.

Keywords: Ready-to-wear, fashion design, contemporary batik, phoenix.

ABSTRAK

Batik adalah warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO, batik di Indonesia motifnya beragam dan pada setiap wilayah memiliki ciri khas yang unik dan berbeda. Teknik batik pada awalnya adalah batik tulis yang diproses menggunakan canting dan malam, serta penggerjaannya menggunakan tenaga manusia, sehingga memiliki nilai lebih dan harga yang cukup tinggi. Namun seiring berkembangnya jaman muncul bermacam-macam teknik batik yang prosesnya lebih cepat yaitu, dengan menggunakan tenaga mesin sehingga dapat dijual dengan harga yang murah, teknik tersebut beragam macamnya, salah satunya adalah batik cap. Teknik batik modern ini memungkinkan pembuatan motif yang lebih *modern* dan paling banyak ditemui di pasaran. Maka dari itu, batik tulis juga memerlukan pengembangan motif sehingga dapat bersaing dengan batik teknik lainnya, apalagi batik tulis adalah teknik asli yang harus dilestarikan. Batik pada jaman ini cukup diminati dalam bidang fesyen, namun dengan perkembangan dunia yang pesat dengan pengaruh teknologi dan budaya dari luar yang ikut mempengaruhi tren fesyen. Karena itu batik pun mulai tertinggal, karena dianggap terlalu formal, kuno, sehingga anak muda kurang peminatnya. Karenanya pengembangan batik perlu dilakukan sehingga dapat tetap bersaing dengan tren fesyen lainnya, dan dengan begitu batik tidak terlupakan karena kalah dengan tren lain yang sedang berkembang. Maka dari itu dilakukan penelitian dengan teknik wawancara dan survei *expert* dan *extreme users*, dan diketahui bahwa batik dapat berkembang melalui motif dan desain. Dan dari hasil penelitian terhadap target market juga dapat diketahui warna dan desain yang disukai. Dari hasil-hasil tersebut didapatkan ide untuk merancang Batik dengan desain motif kontemporer, serta gaya *modern* yang mengikuti tren fesyen.

Kata Kunci: Ready-to-wear, desain fesyen, batik kontemporer, phoenix.

Latar Belakang Perancangan

Batik adalah warisan budaya yang dimiliki oleh Indonesia sejak lama. Batik pun sudah diakui sebagai warisan budaya oleh UNESCO. Dan untuk melestarikan batik salah satu upaya yang telah dilakukan adalah membuat hari Batik nasional, dengan hal ini diharapkan akan mengingatkan kita pada warisan kebudayaan Indonesia yang telah diakui oleh dunia (Gardjito, 2015). Batik di Indonesia telah dikenal sejak zaman Kerajaan Majapahit dan dari situ berkembang ke kerajaan lainnya. Awalnya batik yang ada dan dikenal pada masa itu merupakan batik tulis, yang pembuatannya menggunakan teknik canting, yang kemudian berkembanglah macam-macam teknik batik seperti batik cap, batik cetak dan banyak lagi. Dan pada jaman kini, batik memiliki berbagai ragam motif, warna dan pada setiap wilayah dan daerah hampir memiliki motif batik yang berbeda-beda sesuai dengan keunikan wilayahnya. Batik selain merupakan budaya juga dapat disebut *fashion*, karena pemakaianya sebagai sandang, yaitu pakaian. Batik yang pada jaman dulu sering digunakan dan merupakan pakaian yang cukup populer, namun seiring berkembangnya jaman, industri fesyen pun ikut berkembang mengikuti tren yang ada. Perkembangan jaman diikuti banyak orang, terutama kaum milenial. Kaum milenial adalah pengikut tren terbaru dan terbanyak, hal-hal baru pasti diketahuinya, dipakai dan diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Apalagi dengan perkembangan teknologi yang canggih, terutama telepon genggam yang mempermudah

untuk mengetahui tren dunia yang terbaru. Dengan banyaknya pengaruh luar yang dianggap keren bagi kaum millennial, batik pun mulai dilupakan.

Permasalahan ini muncul dan disebabkan akibat batik kelihatan kuno dan ketinggalan jaman. Pada masyarakat *modern*, tekstil-teksil tradisional tampak sudah sangat jarang dipakai pada kehidupan sehari-hari, sehingga penggunaan tekstil tradisional ini terbatas pada acara-acara formal yang mengandung unsur kebudayaan seperti acara pernikahan (Rahma, 2014). Padahal pada jaman ini dan bagi kaum milenial yang terpenting adalah gaya dan tren yang berkembang mengikuti jaman. Menurut Prasanti (2013), membenarkan bahwa batik dinilai terlalu formal, kaku, dan kurang menarik untuk dikenali. Dan dalam jurnalnya ia menulis bahwa eksplorasi motif bisa menjadi salah satu kunci pengembangan batik. Selain dari motif, bisa digabungkan dengan trend fashion terkini, dari warna, motif, hingga *style* baju. Selain itu motif batik yang sudah didekonstruksi juga dapat diaplikasikan ke dalam baju dengan gaya modern sehingga dapat menarik perhatian dan tidak terkesan kuno (p. 01). Jika para pengrajin dan desainer dapat mengembangkan batik dengan melakukan inovasi seperti diatas maka batik pun pasti dapat digemari kembali oleh kaum milenial.

Selain itu dengan cara ini kita dapat menjaga batik sebagai warisan budaya kita dengan terus mengembangkannya agar tidak hilang dan

terlupakan. batik *phoenix* sendiri merupakan batik peranakan yang berasal dari Demak, motifnya sendiri seharusnya terdiri dari burung *Phoenix*, yang jika dilihat bagi anak muda terlalu kuno, dan berkesan kusam, padahal, makna *Phoenix* sendiri cukup sesuai dengan jiwa anak muda. Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas ini, dapat dinyatakan *brand* DRL dengan produknya yang merupakan batik dengan motif kontemporer dan gaya anak muda, serta mengikuti tren fesyen telah memenuhi kebutuhan kaum milenial.

Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang ready to wear untuk anak muda dengan batik *phoenix* kontemporer pada *brand* DRL?

Tujuan Perancangan

Menciptakan *ready to wear* untuk anak muda dengan batik *phoenix* kontemporer.

Batasan Perancangan

Bagian ini mengungkapkan batasan dari hasil perancangan yang akan anda hasilkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi, khususnya untuk konteks masalah yang lebih luas. Paparan ini dimaksudkan agar perancangan yang dihasilkan dari kegiatan perancangan ini disikapi hati-hati oleh pemakai sesuai dengan asumsi yang menjadi pijakannya dan kondisi pendukung yang perlu tersedia dalam memanfaatkannya. Hal yang umum yang menjadi batasan perancangan adalah:

- a. Batasan ilmu: Ilmu desain fesyen.
- b. Batasan material: Menggunakan material utama katun primisima, kain jeans.
- c. Batasan pasar:
 - a. Geografis: Surabaya, Jakarta.
 - b. Demografis: Wanita usia 20-30 tahun, kelas menengah ke atas.
- c. Psikografis: Berdasarkan teori VALS, perancangan ditujukan kepada *Thinkers, Experiences*.
- d. Batasan waktu: 6 bulan.

Metode Pengumpulan Data

Metode sebagai kegiatan ilmiah yang berhubungan dengan cara kerja dalam memahami suatu subjek maupun objek penelitian dalam upaya menemukan jawaban secara ilmiah & keabsahannya dari sesuatu yang diteliti (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan data dilakukan dua metode pengumpulan data primer dan data sekunder.

Metode Pengumpulan Data Primer

Penelitian Kualitatif

- Observasi
Observasi terhadap *brand* kompetitor untuk mengetahui perkembangan pakaian batik, dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Secara tidak langsung melalui media sosial, website, dan secara langsung dengan datang ke toko.
- Wawancara
Dilakukan kepada 6 *expert* dan 12 *extreme*

users, baik secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara tidak langsung melalui media sosial, dan secara langsung dilakukan dengan pertemuan langsung.

Penelitian Kuantitatif

Penyebaran kuisioner kepada 100 orang responden yang akan menjadi calon *target market* yang dituju.

Metode Pengumpulan Data Sekunder Metode pengumpulan data sekunder diperoleh dan didapat dari studi literatur yaitu buku, jurnal, dan artikel.

Busana Wanita

Menurut Karlyle pemakaian busana dapat menunjukkan identitas dari pemakainya, oleh karena itu wajar jika banyak kalangan yang sangat peduli dengan pakaianya, dan hal ini menjadi salah satu alasan perkembangan pesat busana wanita. Busana wanita sendiri dapat digolongkan menjadi 5 berdasarkan kesempatan pemakaiannya, yaitu:

- a. Busana Kasual: Busana yang digunakan pada saat sedang bersantai maupun berekreasi, terbuat dari bahan yang dapat menyerap keringat, desain simple, praktis, namun tetap *stylish*.
- b. Busana Kerja: Busana kerja adalah busana yang dipakai saat sedang bekerja. Desain busana kerja biasanya diharuskan untuk rapi dan terlihat formal.
- c. Busana Olahraga: Busana yang dipakai saat

berolahraga, biasanya terbuat dari bahan yang menyerap keringat, elastis.

- d. Busana Pesta: Busana yang dipakai saat pesta. Desain dari busana ini biasanya terkesan mewah, *glamour*, dengan warna yang berani, dan bahan menyesuaikan waktu pemakaian.
- e. Busana Rumah: Busana yang dipakai didalam rumah, mengutamakan kenyamanan, praktis, desain sederhana.

Ready-To-Wear

Busana Ready to Wear adalah busana siap pakai, yang tersedia dalam beberapa macam ukuran sesuai *standard clothing size* dan diproduksi dalam kuantitas yang banyak. Busana ini mempermudah konsumen sehingga tidak perlu melakukan *fitting* dan memilih ukurannya sendiri. Namun tidak seperti busana dijual secara massal dan dengan harga yang murah. Modelnya sendiri terdiri dari berbagai macam dari kaos hingga *dress*, semua jenis pakaian dapat dibuat dalam bentuk *ready to wear*. Dan tidak jarang diketemui pakaian *ready to wear* yang memiliki kualitas bagus dan dengan harga yang cukup mahal.

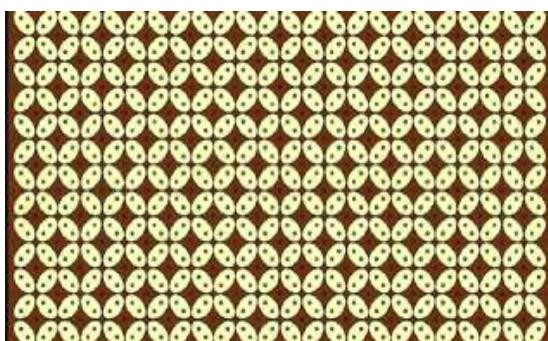
Salah satunya adalah pakaian bergaya *streetwear* atau yang biasanya disebut fashion jalanan, yang tumbuh dan berkembang dengan mengadopsi berbagai kebudayaan jalanan di dalamnya (Feisol, 2018). Salah satunya Jepang yang mengadopsi budaya *streetwear* dan mengkombinasinya dengan budaya mereka,

menjadi tren fesyen *streetwear* mereka sendiri (Nurhayati, 2012). Tren fesyen *streetwear* kini telah merambah ke merk pakaian terkenal dan dikemas dalam busana yang lebih berkualitas. Apalagi dengan peminat yang cukup banyak terutama anak muda, karena style yang bervariasi, dapat di *mix match* dan bebas sehingga dapat mengekspresikan diri dan identitas seorang individu. Menurut Feisol (2018), *streetwear* merupakan sarana untuk menunjukkan identitas diri dan merefleksikan status sosial serta menampilkan kebanggaan dan integritas sebagai seorang individu. Gaya *streetwear* saat ini mulai divariasikan dengan padu padan yang unik, seperti memadukan gaya *feminine* dan *sporty*. Dan setiap tahunnya gaya dan padu padan *streetwear* makin bertambah, melalui siluet, bahan dan warna yang unik dan tentunya dengan kualitas yang bagus.

Sejarah Batik Kawung

Batik merupakan salah satu warisan budaya yang dimiliki oleh Indonesia sejak lama, segala sesuatu yang berkaitan dengan pembuatan, motif dan kebudayaan di dalam batik telah diakui sebagai warisan oleh UNESCO (Gardjito, 2015). Batik juga merupakan ekspresi budaya yang memiliki makna simbolis dan nilai estetika yang tinggi bagi masyarakat Indonesia. Keunikan yang indah membentuk karakter bangsa yang membedakan dengan bangsa lain sehingga dapat menjadi jati diri bangsa (Marpaung, 2016). Motif Kawung juga termasuk motif tertua yang ada di Indonesia (Khotimah, 2018). Nama,

warna, dan bentuk motifnya sendiri berasal dari serangga kwangwung(kumbang), bewarna cokelat cerah, yang bentuknya melingkar. Selain itu ada yang mengatakan bahwa motif kawung terinspirasi dari buah kolang-kaling. Bentuk kolang kaling yang dibelah akan membentuk bagian yang simetris, maka dari termasuk kelompok motif ceplok, yaitu pola geometris yang repetitive tersusun dari pola berbentuk lingkaran. Batik ini sudah ada sejak abad ke 9, dan mulai berkembang jaman Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat, yaitu tahun 1755 pada abad ke-18. Dan batik ini merupakan salah satu Batik larangan yang hanya boleh dipakai oleh anggota kerajaan. Proses pembuatan yang lama dan membutuhkan ketekunan, dianggap sebagai salah satu bentuk pengabdian terhadap sang raja, maka dari itu hanya dipakai oleh anggota kerajaan. Pemakaian motif batik menjadi penanda status atau kelas sosial dari kalangan kerajaan. Namun seiring berkembangnya jaman penggunaan batik Kawung semakin meluas di kalangan masyarakat umum. Makna batik kawung, kebijaksanaan, kebersihan hati, persatuan.



Gambar 1. Batik Kawung Sumber: cnbcindonesia.com, 2019

Filosofi Bahan Batik

Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus menggunakan canting dan malam, batik tidak hanya dianggap sebagai karya seni saja, namun juga memiliki filosofi yang tersirat dalam motifnya. Terutama dalam budaya Jawa, batik memiliki makna yang dalam dalam siklus kehidupan manusia. (Wulandari, 2011). Hal ini dikarenakan motif pada kain batik tersebut tercipta berdasarkan keyakinan masyarakat asal kain batik tersebut. Adanya filosofi serta makna tersendiri pada kain batik membuat kain ini tak sekedar kain yang digunakan untuk menutup tubuh, namun memiliki arti yang mendalam bagi manusia. (Khotimah, 2018). Dibawah ini adalah penggunaan batik dalam suatu acara beserta maknanya. Menurut Carlo (2017), jenis batik dapat dibedakan berdasarkan penggunaannya dalam siklus kehidupan.

- a. Batik untuk Upacara Kelahiran dan Perawatan Ari-ari
Motif batik yang digunakan adalah Batik Parang Kusuma, Batik Kawung, Batik Trumput Gurdha, Batik Wahyu Tumurun, Batik Semen Rama.
- b. Batik untuk Menggendong Bayi
Motif kain batik yang digunakan adalah batik parang rusak (parang tumurun), Semen Sawat Manak, Nitik Cakar Ayam, Panji Pura/Slimun dan selendang Paturan.
- c. Batik untuk Acara Tedhak Sithen
Upacara ketika anak berusia 7-8 bulan pertama kali menginjak tanah, yang melambangkan tanah sebagai tempat sumber kehidupan manusia. Motif batik

yang digunakan adalah batik motif parang klithik, gringsing dan kawung.

- d. Batik untuk Acara Kitanan dan Tetesan
Batik yang digunakan untuk acara Khitanan (upacara sunatan anak laki-laki) adalah, Parang Parikesit, Parang Gondosuli, Parang peniti, Udan Liris, Parang Tuding. Untuk acara tetesan (upacara sunatan anak perempuan) batik yang digunakan untuk acara ini adalah gringsing bintang, grinsing lindra, ceplok sri gendari, ceplok keci, dan gringsing gurdha.
- e. Tarapan
Upacara tarapan adalah upacara yang diadakan untuk anak perempuan yang mendapat haid untuk pertama kali. Dalam prosesinya anak akan dipakaikan batik motif parang cantel atau parang kusuma.
- f. Perkawinan
Mulai dari acara pelamaran hingga pernikahan pasangan akan memakai kain batik.
- g. Batik dalam Kematian
Dalam budaya jawa, kain batik juga digunakan sebagai selubung atau penutup jenazah. Jenis batik yang digunakan adalah batik kawung atau slobog.

Filosofi Phoenix



Gambar 2. Phoenix
Sumber: smystery.wordpress.com, 2008

Phoenix atau nama lainnya dalam mitologi China, yang *Fenghuang*. *Fenghuang* sendiri berasal dari kata “feng” bermakna *phoenix* jantan dan “huang” adalah *phoenix* betina, sehingga *fenghuang* merupakan simbol persatuan antara laki-laki dan perempuan (Agmasari, 2014).

Fenghuang adalah makhluk yang paling dihormati kedua setelah naga, dan digunakan untuk mewakili ratu dan perempuan. *Phoenix* adalah pemimpin burung. Burung *phoenix* muncul pertama kali, dan digunakan sebagai motif ragam hias pada masa Kaisar Huang Ti 2698 SM - 2598 SM.

Dalam tradisi budaya Cina, *phoenix* dan naga sering disandingkan dalam lukisan, ragam hias bangunan, porselen, dan motif dalam kain atau pakaian (Collier, 2011). *Phoenix* digambarkan memiliki kepala seperti burung pelikan, berleher seperti ular, berekor sisik ikan, bermahkota burung merak, bertulang punggung mirip naga, berkulit sekeras kura-kura. Ia hanya muncul pada saat sebuah negara mengalami malapetaka, dan diyakini akan memperbaiki keadaan dan mendamaikan suasana (Japardi, 2018).

Selain itu, *Phoenix* juga disebut sebagai burung api, karena tubuhnya terbuat dari api dan memiliki usia yang panjang lebih dari 500 tahun, dan saat ia meninggalkan dunia dengan cara terbakar, dari sisa-sisa abunya akan muncul kehidupan baru, yaitu seekor anak *Phoenix*.

Maka dari itu, *Phoenix* sering dijadikan simbol kebangkitan, keabadian, dan kelahiran kembali. Selain itu, karena masuknya budaya China ke Indonesia, memicu munculnya Batik Lokcan yang berasal dari Kota Lasem, Rembang, Jawa Tengah. Menurut Riani (2018), ditempat itulah awal mula kerajaan Islam pertama di tanah Jawa yang didirikan oleh Raden Patah.

Sebagai pelabuhan pedagang Demak sering disinggahi oleh pedagang dari berbagai tempat dan negara, salah satunya negeri China. Maka dari itu, batik daerah tersebut banyak dipengaruhi budaya China, motif batiknya terdiri dari burung hong, kilin, naga yang banyak ditemukan dalam mitologi bangsa China (Harususilo, 2018).



Gambar 3. Batik Lasem
Sumber: infobatik.id/batik-lok-can/, n.d

Tren Fesyen

Berikut merupakan beberapa *fashion trend* yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini:

Tren Warna Fall/Winter 2020/2021



Gambar 4. Tren Warna
Sumber: Ispo.com, 2018

Tren Warna Fall/Winter 2020/2021 digunakan sebagai warna yang diaplikasikan kedalam desain. Warna-warna musim ini memiliki warna yang tenang hingga tajam. Palet warna Core terlihat sederhana, dan cerah. Dari jauh terlihat pudar namun tenang tapi kuat (Ispo, 2018).

Tren Material

Berikut dibawah ini adalah tren kain untuk Fall/Winter 2020/2021, menurut Pop Fashion (2020):

a. Katun

Perkembangan manusia yang pesat mengarah pada konsumsi cepat dan kepunahan sumber daya global. Untuk menyelamatkan sumber daya kita menjadi

langka salah satu caranya adalah menggunakan kain organik alami dengan tekstur ringan dan lembut, yang dapat melindungi lingkungan. Dari permasalahan ini muncullah trend kain organik seperti katun.

b. Casual Denim

Denim selalu hadir setiap tahunnya, dan tidak pernah lepas dari pilihan untuk mendapatkan gaya yang kasual.

Konsumen Bisnis

Konsumen bisnis yang dituju adalah anak muda. Saat ini mulai banyaknya anak muda yang meminati busana batik dengan gaya *modern* dan mengikuti tren fesyen terbaru, menurut Akbar (2016). Dengan perpaduan pengaruh budaya luar dipadukan dengan batik akan menciptakan kesan modern yang kemudian akan menjadi tren dikalangan anak muda. Selain itu mengkombinasikan gaya tradisional dan *modern* dalam satu pakaian akan membuat pakaian tersebut terlihat lebih kasual dan cocok dipakai anak muda. Sejalan dengan semakin tingginya apresiasi generasi muda terhadap batik dan rancangan gaya yang berbeda dan unik, yang disebut batik kontemporer, pastinya akan membuat daya tarik tersendiri bagi para generasi muda (beritasatu.com, 2019).

Brand

Brand menurut Kartajaya (2010) dapat diartikan sebagai: "Aset yang menciptakan nilai bagi

pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas" (Kurniawan, 2020). Untuk menciptakan *branding* yang kuat dan menonjol, strategi pemasaran memegang peran yang sangat penting supaya *brand* yang diciptakan dapat menonjol di antara *brand* pesaing serta mengkomunikasikan *brand values* dengan baik dan tepat sasaran (Tanzil et al, 2021).

Brand DRL

DRL adalah nama *brand Ready to Wear* untuk wanita. Nama *brand* DRL diangkat dan diambil dari inisial nama penulis, Dianita Ratnasari Lauw. Brand ini mengangkat gaya kontemporer yang sesuai dengan tren fesyen terkini. Untuk koleksi pertamanya *brand* DRL memperkenalkan koleksinya yang mengangkat batik yang merupakan warisan budaya, dengan gaya yang mengikuti *fashion trend*, dan gaya *edgy* yang cocok dengan generasi muda.

Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Subjek penelitian dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu *expert* dan *extreme users*. *Expert* dalam penelitian ini sendiri adalah orang-orang yang memiliki pengalaman dalam bidang bisnis, *workshop*, pengrajin batik, *fashion designer*, *fashion stylish*, *pattern maker*. Sedangkan *Extreme users* dalam penelitian ini adalah wanita dengan kisaran umur 20-30 tahun yang kesehariannya adalah kuliah, kerja *part-time/full time*, *hangout*, dan memiliki ketertarikan lebih terhadap batik. Selain itu juga dilakukan survei

dengan responden sebanyak 100 orang wanita yang bertempat tinggal di kota besar seperti, Jakarta, Surabaya dan kota-kota lainnya. Dan juga dilakukan observasi online terhadap tiga kompetitor yaitu, Bateeq, Oemah Etnik, dan Populo Batik.

Berdasarkan hasil survei, dan *interview* terhadap *expert* dan *extreme users*, diketahui bahwa batik yang sudah ada masih dianggap terlalu formal, dan kuno, baik dari segi *style*, dan desain motif. Dari survei terlihat bahwa pemakaian batik dalam sehari-hari masih kurang, dan hanya dipakai saat ada acara formal, kerja ataupun sekolah, hal ini memperkuat teori bahwa batik bagi anak muda masih terlalu formal ataupun kuno. Motif batik yang banyak diminati anak muda adalah motif kontemporer yang berkesan *modern*, dengan peletakan hanya pada beberapa sisi, tidak penuh dengan motif. Warna yang dipilih cenderung masih netral dengan warna pendukung yang *bold*. Dari segi harga mulai dari Rp 300.000 hingga Rp 1.500.000, namun hal ini juga bergantung terhadap sedikit banyaknya penggunaan motif. Agar tidak terlihat monoton, batik juga bisa digabungkan dengan bahan lain, seperti jeans yang juga merupakan bahan yang diminati oleh anak muda, dan digabungkan dengan gaya yang lebih *modern*. Dan motifnya sendiri disarankan memakai motif repetitif, agar mempermudah peletakan motif terhadap pola.

Dari segi kompetitor sendiri, mereka banyak

menggunakan motif repetitif, dengan peletakan motif yang hanya sebagian saja atau di beberapa sisi saja dan motif tersebut sudah diolah menjadi motif baru dan dengan warna-warna netral, *soft*, hingga warna *bold*. Siluet yang dipakai beragam mulai dari, A, H, dan I. Dan penggabungan dengan kain lain juga sering ditemui. Selain itu *style* dan detail yang mereka gunakan juga berpengaruh dari *fashion trend*. Busana-busana yang banyak digunakan beragam, mulai dari kemeja, kaos, celana, rok dan banyak lagi, apalagi karena mengikuti tren, dan sudah lebih *modern* sehingga lebih bebas dan beragam. Harga yang ditawarkan berkisar dari Rp 300.000,- hingga Rp 2.500.000,-

Perancangan Fesyen Ready-To-Wear

Moodboard

The Phoenix's Flame adalah judul koleksi dari brand DRL yang menggunakan bahan batik sebagai material utamanya. Konsep dari koleksi ini sendiri adalah menciptakan pakaian batik yang cocok untuk anak muda, dengan cara membuat motif baru dengan menggabungkan motif phoenix dengan kawung. *Phoenix* sendiri dipilih karena memiliki arti semangat yang berapi-api yang dianggap sesuai dan cocok dengan jati diri anak muda yang selalu bangkit kembali saat menghadapi kesulitan. Dari *style* pakaiannya sendiri menerapkan konsep *ready to wear* dengan kesan *streetwear* yang digemari anak muda. Selain itu dari koleksi ini juga menggabungkan kesan Jepang, yaitu memakai unsur kimono

dan obi yang diaplikasi ke dalam desain. Warna yang dipakai merupakan warna dari *colour trend* 2020/2021.



The Phoenix's Flame

Combining 2 elements, traditional and modern, batik packaged with the motif of the Phoenix and Kawung. The Kawung motif is redesigned with additional design elements, curved lines to connect it. The pattern means young people who never give up on the ups and downs of life. The colors used are inspired by urban night life, the night sky, yellow taxi, pink and light blue colored lights. And with additional details like, obi/obi cut out.

Gambar 5. Moodboard

Sumber: Dokumen Penulis

Desain Motif Batik



Gambar 6. Desain Motif Batik Phoenix's Flame Sumber: Dokumen Penulis

Hasil Koleksi Akhir



Gambar 7. Desain dan Ilustrasi Sumber: Dokumen Penulis

Desain dan Ilustrasi

Dibawah ini adalah hasil fotografi *flatlay* yang menampilkan 5 desain akhir dari koleksi DRL. Foto ini berfungsi untuk memberikan inspirasi penggunaan dan *styling* produk kepada calon *consumer*. Selain itu juga berfungsi untuk kepentingan *marketing* dan promosi.

Desain 2



Gambar 14. Desain 2
Sumber: Dokumen Penulis

Desain 1



Gambar 13. Desain 1
Sumber: Dokumen Penulis

Desain 3



Gambar 15. Desain 3
Sumber: Dokumen Penulis

Desain 4



Gambar 16. Desain 4
Sumber: Dokumen Penulis

Desain 5



Gambar 17. Desain 5
Sumber: Dokumen Penulis

Kesimpulan

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang harus tetap dijaga dan dikembangkan. Agar Batik tidak tertinggal jaman, dan bisa diminati oleh anak muda harus dilakukan beberapa pengembangan baik dari motif maupun desain pakaian. Maka dari itu *brand* DRL melakukan perancangan produk menggunakan bahan utama batik, dengan *target market* anak muda. Dari hasil pengamatan dan observasi yang ditujukan

kepada anak muda, *brand* DRL melakukan proses pengolahan motif kontemporer dan pengaplikasian warna yang sesuai dengan tren dan *target market*. Dan untuk motifnya sendiri memakai *phoenix* sebagai simbol pantang menyerah yang sesuai dengan anak muda, kawung dengan bentuk yang cukup *modern*, dan garis lengkung yang menjadi penyatu antara kedua unsur tersebut. Gaya desain mengangkat gaya *street style* yang dikemas dalam *Ready to Wear* dan mengkombinasikan batik tulis dan bahan *jeans*. Dan juga dari segi kualitas, yaitu penyamaan warna yang konsisten dalam desain, serta detail dan jahitan yang rapi. Untuk harga yang ditawarkan dimulai dari Rp. 300.000 – Rp.1.500.000 untuk per *piece* nya, yang dinilai sudah cukup sesuai dengan daya beli konsumen pada kalangan menengah keatas. Dengan melakukan proses perancangan produk diatas ini produk DRL telah berhasil memenuhi dan menyelesaikan permasalahan yang ada, yaitu menciptakan batik yang sesuai untuk anak muda.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Collier, Irene D. (2011). *Mitologi China*. Jakarta: Oncor Semesta Publisher
- Carlo, Ivone de. (2017). *Ragam Hias Batik Pada Tahapan Lahir Dan Tumbuh Kembang Anak*. Yogyakarta: BBKB
- Gardjito, M. (2015). *Batik Indonesia Mahakarya Penuh Pesona*. Jakarta: Kakilangit.
- Hussein, Ananda S. (2018). *Metode Design Think untuk Inovasi Bisnis*. Malang: UB Press.

- Japardi, Johan. (2018). *Mitos dan Legenda China*. Jakarta: Gramedia.
- Kusrianto, A. (2014). *Batik*. Surabaya: Andi Publisher.
- Manzilati, Asfi. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UB Press
- Sanyoto, Sadiman E. (2010). *Buku Nirmana: Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Feisol, F. (2018). Streetwear Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Urban. *Komunikasi dan Budaya Urban*, 1(1), 5-6, 10. doi: <https://doi.org/10.33005/jkom.v1i1.10>, diakses pada tanggal 10 Mei 2020 pukul 10.00.
- Khotimah, S. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia. *Seminar Nasional Bahasa dan Sastra*, 3, 61-62, http://research-report.umm.ac.id/index.php/SENASBA_SA/article/view/2220/2206, diakses pada tanggal 10 Mei 2020 pukul 10.00.
- Marpaung, J. (2016). Peran dan Fungsi Motif Batik Kontemporer Diaplikasikan pada Busana Ready to Wear. 11(2), 4, <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/inosains/article/view/1795>, diakses pada tanggal 10 Mei 2020 pukul 10.00.
- Prasanti, A., Rais, Z. (2013). Aplikasi Motif Batik Jawa Timur Pada Busana Ready To

Wear. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa dan Desain*, 1, 1-3, <https://www.neliti.com/publications/241781-aplikasi-motif-batik-jawa-timur-pada-busana-ready-to-wear-dengan-teknik-digital>, Diakses pada tanggal 6 Oktober 2019 pukul 19.37.

- Rahma, S., Destiarmand, A. (2014). Aplikasi Motif Tradisional Bali Pada Busana Ready to Wear. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa dan Desain*, 1, 1, <https://media.neliti.com/media/publications/243376-none-3abf3007.pdf>, diakses pada tanggal 10 Mei 2020 pukul 10.00.
- Tanzil, M.Y., Astrid, Tjandrawibawa, P., Tahalele, Y.K., Toreh, F.R. (2021). Desain Fesyen Ready-To-Wear: Sebuah Studi Merek Fesyen Kolaborasi Akademik dan Industri, *Jurnal Idealog*, 6(2), 135-149. doi: <https://doi.org/10.25124/idealog.v6i2.4281>

Internet

- Agmasari, S. (2014). *Hakikat Makna Burung Phoenix dalam Tradisi China*, <https://nationalgeographic.grid.id/read/13295208/hakikat-makna-burung-phoenix-dalam-tradisi-cina?page=all>, diakses pada 14 Desember 2019 pukul 20.26.
- Bateeq.com. (2019). *Our Story*, <http://www.bateeq.com/our-story/>, diakses pada 6 Oktober 2019.
- Fitline. (2018). *Kenali Ciri Khas Busana Ready to Wear atau pret a porter*, <https://fitinline.com/article/read/kenali-ciri-khas>

- busana-ready-to-wear-atau- pret-a-
porter/, diakses pada 14 Desember
2019 pukul 22.00.
- Harususilo, Yohanes Enggar. (2018). Apresiasi
Batik Peranakan di Bentara Budaya
Jakarta, <https://edukasi.kompas.com/read/2018/11/14/08000041/apresiasi-batik-peranakan-di-bentara-budaya-jakarta?page=all>, diakses pada 14
Desember 2019 pukul 19.36.
- Koesno, Adhitya S. (2019). *Hari Batik Nasional: Kenali 7 Motif Batik dari Indonesia*,
<https://tirto.id/hari-batik-nasional-2019-kenali-7-motif-batik-dari-indonesia-ei51>, diakses pada 14 Desember 2019
pukul 19.36.
- Kurniawan,K.2020).*Pengertian Merek*, <https://projasaweb.com/pengertian-merek/>,
diakses pada 13 Mei 2020 pukul 19.36.
- Ledru, Stephanie.(2018).*Color Palette Fall/Winter 2020/2021*, <https://www.ispo.com/en/awards/textrends/ispo-textrends-color-trends-fall/winter-2020/2021>, diakses
pada 14 Desember 2019 pukul 22.00.
- No Name. (2015). *Desain Busana Berdasarkan Kesempatan*,http://allaboutbusana.blogspot.com/2015/01/desain-busana-berdasarkan-kesempatan_26.html,
diakses pada 13 Desember 2019 pukul
23.12.
- No Name. (2019). *Streetwear Fashion Style*,
<https://sewguide.com/streetwear-fashion-style/>, diakses pada 14
Desember 2019 pukul 14.09.
- No Name. (2019). *Batik Demak Motif Burung Phoenix*,
<https://infobatik.id/batik-demak-motif-burung-phoenix/>, diakses
pada 14 Desember 2019 pukul 19.31.
- No Name. (2019). *Fall Winter Denim 2020/2021 by Premiere Vision Overview*,
<https://fashionunited.uk/news/fashion/fall-winter-2020-21-denim-by-premiere-vision-overview/2019062843959>, diakses pada
15 Desember 2019 pukul 13.10.
- No Name. (2008). *Filosofi Phoenix*,
<https://smystery.wordpress.com/2008/07/09/filosofi-phoenix/>, diakses pada 14
Desember 2019 pukul 20.26.
- No Name. (2019). *Menariknya Pasar Streetwear Impor Dunia*,
<http://bbs.binus.ac.id/ibm/2019/10/menariknya-pasar-streetwear-impor-dunia/>, diakses pada
14 Desember 2019 pukul 11.29.
- Riani, Asnida. (2018). *Cerita Kekejaman Daendels dalam Motif Lokcan Batik Lasem*,
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3810299/cerita-kekejaman-daendels-dalam-motif-lokcan-batik-lasem>, diakses pada
14 Desember 2019 pukul 19.36
- Rhadit, Akbar. (2016). *Mengikuti Trend Batik di Kalangan Anak Muda*,
<https://akbarrhadit.wordpress.com/2016/03/14/mengikuti-trend-batik-di-kalangan-anak-muda/>,
diakses pada 15 Desember 2019 pukul
13.10.