

# AKTIVITAS PASAR TRADISIONAL SEBAGAI INSPIRASI MOTIF FASHION DENGAN TEKNIK DIGITAL PRINTING

Ghina Ariesta<sup>1</sup>, Zaitun Y.A Kherid<sup>2</sup>, Mudjiati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Jakarta

<sup>1</sup>ghinariesta@gmail.com, <sup>2</sup>eza\_kherid@unj.ac.id, <sup>3</sup>kmudjiati@gmail.com

## Abstrak

Perancangan ini bertujuan untuk memvisualisasikan serta penyampaian pesan nilai-nilai positif seperti gotong royong, interaksi sosial, tekun dan gigih mencari nafkah, masyarakat yang multikultural dan nilai positif lainnya di tengah meningkatnya pasar modern dan *online* yang minim lebih interaksi sosial ke dalam desain motif *fashion* dengan teknik digital print untuk segmentasi masyarakat perkotaan terutama dengan pergerakan mobilitas yang tinggi dan cepat menyerap informasi. Pesatnya pertumbuhan *fashion* di Indonesia terutama dengan teknik *digital print* yakni salah satu jenis desain permukaan dengan penambahan corak di atas kain polos (desain struktur). Berdasarkan tujuan tersebut, penciptaan karya tugas akhir ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif antara lain berdasarkan studi pustaka melalui sumber-sumber bacaan, angket atau kuesioner yang berupa bagikan kepada konsumen dengan segmentasi wanita dewasa awal usia 21-30 tahun yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung dan Yogyakarta, observasi jenis kain serta eksplorasi motif dan desain busana. Secara garis besar, penciptaan motif ini menitikberatkan pada eksplorasi pengembangan karakter, penyusunan tata letak elemen desain dan permainan warna yang diolah sehingga tercipta suatu desain yang harmonis sebagai media penyampaian pesan. Hasil akhir motif tersebut diaplikasikan kedalam empat buah karya busana wanita kasual yang masing-masing memiliki tata letak elemen desain dan warna yang berbeda.

**Kata kunci:** Aktivitas pasar tradisional, desain tekstil, teknik digital printing, tren mode 2021

## *Market Activity As Inspiration For The Creation Of Women's Fashion Motives With Digital Printing Techniques*

### *Abstract*

*This design aims to visualize and encourage messages of positive values such as mutual cooperation, social interaction, perseverance and perseverance in earning a living, a multicultural society and other positive values in the midst of increasing modern and online markets that lack more social interaction into fashion design motifs. with digital printing techniques for segmenting urban communities, especially those with high mobility and quickly absorbing information. The rapid growth of fashion in Indonesia, especially with digital printing techniques, namely a type of surface design with the addition of patterns on plain cloth (structural design). Based on these objectives, the creation of this final project work uses qualitative data collection methods, including based on literature review through reading sources, questionnaires or questionnaires that are distributed to consumers with the segmentation of early adult women aged 21-30 years who live in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung and Yogyakarta, observing types of fabrics and exploring motifs and clothing designs. Broadly speaking, the creation of this motif focuses on exploring character development, arranging the layout of design elements and processing colors so as to create a harmonious design as a medium for decorating messages. The end result of this motif is applied to four pieces of casual women's clothing, each of which has a different layout of design elements and colors.*

**Keywords:** *Traditional market activity, textile design, digital printing techniques, 2021 trend fashion*

## PENDAHULUAN

Aktivitas adalah suatu kegiatan atau usaha dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Salah satu hasil dari suatu aktivitas adalah pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang dalam kesehariannya. Beragam aktivitas dapat dilakukan salah satunya aktivitas jual beli yang dapat kita jumpai pada aktivitas pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat berkumpul jual beli sebagai kegiatan pusat sosial ekonomi kerakyatan, dengan pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalinnya interaksi yang menjadi warisan sosial yang merupakan presentasi kebutuhan bersosialisasi antar individu, secara fisik dalam ruang yang saling berdekatan (Aliyah,2020:3).

Kebertahan pasar dalam korelasi kota mengatakan pasar tradisional memiliki karakter humanis sehingga dapat membangun hubungan kedekatan dan kekeluargaan. Dengan hubungan ramah antara pedagang dan pembeli, menjadi karakteristik yang khas bagi pasar tradisional (Rahadi,2012;64). Daya tarik pasar tradisional yakni terdapat kontak sosial saat tawar menawar antara pedagang dan pembeli. Selain itu Kegiatan gotong royong di pasar tradisional masih terasa sangat kental di mana dalam gotong royong tersebut terdapat kerja sama antara satu pedagang dan pedagang lainnya serta tekun dan gigih dalam mencari nafkah dan nilai positif lainnya di tengah meningkatnya pasar modern dan online yang minim lebih interaksi sosial. Hal tersebut menginspirasi perupa untuk memvisualisasi nilai positif aktivitas pasar tradisional ke dalam desain motif fashion dengan teknik digital print. Pesatnya pertumbuhan fashion di Indonesia terutama dengan teknik digital print membuka peluang sebagai wadah penyampaian pesan yang diaplikasikan dalam sebuah desain motif fashion. Karya ini bertujuan sebagai wadah penyampaian pesan yang terkandung dalam motif fashion digital printing. Dalam hal ini perupa ingin menyampaikan nilai positif yang ada pada pasar tradisional kepada masyarakat

perkotaan dengan mobilitas tinggi serta menghilangkan stigma negatif pasar tradisional yang terkesan kumuh dan kotor.

Pemilihan fashion sebagai media dikarenakan fashion merupakan bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian yang melekat pada kegiatan seorang manusia (Hendariningrum & Susilo,2008:66). Fashion yang saat ini menjadi gaya hidup membuat seseorang juga bisa dinilai hanya dari tampilan fashionnya. Segmentasi produk desain tekstil ini serupa serupa pilih untuk segmentasi wanita dewasa awal usia 21-31 (dewasa awal) tahun dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Pada masa dewasa awal seseorang mulai menjadi pribadi yang dewasa dan mandiri, termasuk dalam memenuhi kebutuhannya di bidang fashion ataupun konten sosial media yang di mana saat ini masyarakat berlomba tampil mencuri perhatian (Kotler 2005: 315).

Terciptanya suatu karya melewati proses yang panjang. Proses desain adalah proses di mana seorang kreator mampu mengolah, membuat dan menggayakan berbagai wujud bentuk ataupun obyek (Kartika, 2004:79-80). Karakter yang serupa buat menggunakan teknik pengembangan corak stilasi dengan proses penyederhanaan tanpa menghilangkan bentuk aslinya. Penerapan warna motif karakter desain yang serupa buat berbeda-beda pada anggota tubuhnya merupakan menggunakan warna komplementer. Warna komplementer merupakan warna yang berseberangan di dalam color wheel memiliki sudut 180 derajat, dua warna dengan posisi kontras, komplementer menghasilkan perpaduan warna yang sangat menonjol.

Pemilihan warna-warna komplementer dan visualisasi karakter yang ada memiliki pemaknaan bahwa pelaku aktivitas pasar tradisional merupakan masyarakat multikultural yang memiliki latar belakang yang berbeda namun mampu berdampingan dengan baik dalam kegiatan sosial harian di pasar tradisional. Visualisasi nilai positif pasar tradisional seperti interaksi sosial diwakilkan oleh karakter penjual dan pembeli sayur, kegiatan gotong royong

diwakilkan oleh karakter bongkar muat barang, tekun dan gigih dalam mencari nafkah diwakilkan oleh karakter - karakter lainnya sekaligus memperkenalkan pedagang khas yang umumnya hanya ditemukan di pasar tradisional.

Motif yang tercipta termasuk jenis desain permukaan merupakan penambahan corak diatas kain polos (desain struktur) yang telah disiapkan diatas kain. Motif desain ini diaplikasikan dengan menggunakan teknik digital printing. Digital Printing merupakan teknologi yang ditawarkan dalam dunia tekstil digital printing membawa perubahan dan kemajuan yang sangat pesat.

## METODE

Penelitian R & D (Penelitian dan Pengembangan) menggunakan metode penelitian pengumpulan data, observasi, wawancara, dan dokumentasi secara aktual hasil dari penelitian dilapangan. Area penelitian R & D memiliki beberapa tahapan perencanaan pengembangan produk. Model pengembangan Dick dan Carey, secara umum model pengembangan media pembelajaran Dick & Carey terdiri dari beberapa kelompok langkah-langkah kegiatan seperti analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Model pengembangan penciptaan karya ini menggunakan metodologi kualitatif berdasarkan studi pustaka melalui sumber-sumber bacaan, angket atau kuesioner serta observasi dan eksplorasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset pengembangan produk ini berfokus pada penciptaan motif dengan tema aktivitas pasar tradisional yang diterapkan ke dalam busana wanita dewasa awal usia 21-30 tahun disesuaikan dengan trend 2021 sebagai wadah penyampaian esan nilai-nilai positif yang terkandung dalam aktivitas pasar tradisional. Hasil penciptaan karya dikategorikan sebagai produk desain tekstil permukaan yang menggunakan teknik cetak digital, pada pembuatan desain

menggunakan aplikasi adobe illustrator dan adobe photoshop untuk membuat karakter serta motif pada kain. Konsep penciptaan meliputi aspek konseptual, visual, dan operasional.

Adapun dalam pengembangan aspek konseptual, visual dan operasional adalah melakukan studi pendahuluan seperti mencari referensi produk sejenis, melakukan riset trend, pemilihan segmentasi produk, uji coba rancangan awal dan evaluasi. Tahap awal, perupa melakukan observasi terkait produk tekstil menggunakan teknik *digital print* yang beredar dalam pasaran. Kemudian perupa menganalisis produk tersebut dengan analisis SWOT untuk mendapatkan data kelebihan, kekurangan produk sejenis yang bisa menjadi tolak ukur dalam pembuatan produk dan dilakukan survei kepada responden sesuai target pasar.

Survei awal dilakukan untuk melihat aspek visual motif dan pola yang paling diminati oleh responden dengan spesifikasi wanita dewasa awal dengan rentan usia 21-30 tahun yang tinggal di daerah JABODETABEK, Bandung dan Yogyakarta. Survei ini dilakukan secara online menggunakan *google form* yang mendapatkan 84 respon dengan kualifikasi responden yang sesuai. Seluruh responden memilih salah satu dari lima alternatif desain yang ditampilkan. Dari lima desain terpilih menjadi empat desain utama yang akan dijadikan produk. Setelah terpilih empat desain utama dikembangkan dan diterapkan menjadi desain busana *casual easy to ware*.



**Gambar 1.** Survei Pengembangan Desain Motif

Dari hasil survei desain yang perupa lakukan dengan hasil 84 responden wanita dewasa awal usia 21-30 tahun yang didominasi dengan responden usia 22 tahun

domisili JABODETABEK, Bandung, dan Yogyakarta hasil yang diperoleh adalah 10,7% untuk motif 1, 27,1% untuk motif 2, 25% untuk motif 3, 16,7 % untuk motif 4 dan 20,2% untuk motif 5. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan motif 2 merupakan motif yang paling banyak diminati dan motif 1 yang kurang diminati oleh responden, maka dari kelima motif yang telah disurvei, terpilih empat buah motif dengan pilihan terbanyak yang masing-masing akan menjadi karya 1, karya 2, karya 3 dan karya 4 pada penciptaan karya tugas akhir ini.

Dari desain dibuat terpilihlah desain busana 2.A , desain busana 3.D, desain busana 4.H dan desain busana 5.A untuk dijadikan karya Tugas Akhir. Busana yang dipilih berupa busana dengan potongan sederhana yang mengikuti tren *essentiality* dari *Indonesia Trend Forecasting* berupa Blouse dan celana, Outer dan celana, mini dress yang terakhir Outer dan rok. Kemudian masuk ke tahap standar produksi dimulai dari tahap pra produksi, produksi hingga tahap pasca produksi.



Gambar 2. Hasil Desain Motif dan Busana Terpilih

### Tahap Pra Produksi

Pada Tahap pra produksi merupakan proses studi, konsultasi, eksplorasi desain motif, warna, pengulangan pola, desain busana dan eksplorasi bahan busana. Proses pembuatan motif diawali dengan melakukan pengamatan pada pasar tradisional kemudian perupa spesifikasi aktivitas yang ingin perupa angkat sebagai motif. Hasil pengamatan kemudian dirancang secara manual dengan pembuatan sketsa kemudian modifikasi dieksplor ke tahap digital di

aplikasi Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop . Kemudian perupa melakukan tahap-tahap eksplorasi warna, motif dan pola hingga terpilih desain yang sesuai dengan tren fashion 2021.

Kemudian perupa melakukan uji print dan bahan kepada *vendor* terpilih untuk memastikan ketajaman warna, besar motif pada kain sesuai dengan rancangan yang terlah perupa buat. Setelah dirasa sesuai dengan rancangan desain akan masuk ke tahap produksi secara besar dengan melalui sistem yang ada.

### Tahap Produksi

Tahap ini memproduksi hasil desain yang sebelumnya sudah di uji test secara sampel atau test print yang bertujuan untuk mengetahui kualitas warna dan bahan sebelum masuk produksi secara besar. Desain akhir kemudian dicetak pada kain dengan lebar 130 cm dan panjang kain sesuai kebutuhan. Proses cetak kain secara digital dilakukan oleh *vendor print*.

Proses cetak kain memerlukan waktu kerja sekitar 4 hari kerja untuk kuantitas kain dibawah 50 meter. Kain yang sudah dicetak akan langsung masuk proses jahit menjadi produk fashion. Proses penjahitan diawali dengan pembuatan pola dan untuk satu buah produk busana bisa memerlukan 3-5 hari pengerjaan.



Gambar 3. Tahap Produksi, Pola Busana

Dalam penelitian pengembangan ini dihasilkan sebuah motif Aktivitas pasar tradisional terpilih yang diterapkan pada produk desain tekstil busana wanita dengan menggunakan teknik digital printing busana *casual easy to wear* terdiri dari 4 karya antara lain 1) Rihh Lalita, 2) Rihh Nayanika 3) Rihh Mandasuli 4) Rihh Arsa.



Gambar 10. Hasil Produk

### Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap yang perlu ketelitian. Proses *quality control* dilakukan untuk menghindari produk yang gagal produksi atau tidak sesuai dengan desain yang ada sebelum dikemas dan dipasarkan. Jika produk yang dibuat lolos tahap *quality control* selanjutnya masuk ke proses pengemasan dan proses foto produk untuk bahan promosi.

Tahap promosi bertujuan untuk menyebarluaskan produk yang ada dapat melalui obrolan ataupun jejaring sosial. Umumnya pada saat ini promosi melalui media sosial sedang marak di pasaran, dengan pembuatan konten yang menarik dan terus menerus.



Gambar 9. Logo Branding

## KESIMPULAN

Dari hasil analisis awal dan pengembangan produk dapat disimpulkan

1. Melalui Perancangan desain tekstil motif pasar tradisional sendiri hal-hal positif dari pasar tradisional sebagai tradisi lokal Indonesia yang dikemas secara menarik mengikuti tren 2021, tujuannya walau masyarakat memiliki kebiasaan yang cepat dalam menerima informasi, budaya dan teknologi namun tidak

melupakan kearifan lokal.

2. Karya penciptaan tugas akhir ini merupakan pengembangan kreasi fashion dewasa awal pria dan wanita usia 21-30 karena usia tersebut lebih terbuka dalam menerima desain fashion. Dengan segmen finansial ekonomi ekonomi menengah ke atas karena diproduksi dengan teknik cetak digital yang cenderung relatif tinggi.
3. Dari semua produk yang telah diciptakan, perupa telah mencapai tujuan utama yaitu menyampaikan pesan melalui motif dan mengembangkan kreasi fashion dengan inspirasi aktivitas pasar tradisional menggunakan teknik cetak digital sebagai media penyampaian pesan dan apresiasi sosial budaya Indonesia serta menambah koleksi busana dengan tema pasar Tradisional di era modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Istijabatul. 2020. *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Hendariningrum, Retno & Susilo, M. Edy. "Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi". UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Kartika, Dharsono Sony. 2004. *Seni Rupa Modern*. Diterbitkan oleh rekayasa Sains jl. Dipati Ukur No.86 A Bandung.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*, 11st ed. Prentice Hall, New Jersey.
- Rahadi, R. A. 2012. Factors Related to Repeat Consumption Behaviour: A Case Study in Traditional Market in Bandung and Surrounding Region. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 36, 529-539.