

Visual Communication Design

PENELITIAN PERANCANGAN BISNIS PAWTY PARTY PLANNER
Chatrine Effendy Putri; Marina Wardaya

PERANCANGAN BRAND UNTUK STUDIO PENGEMBANG
 APLIKASI KREATIF
Tri Wahyu Oktalia Agung Wiyono; Christian Anggrianto

PERANCANGAN *PROTOTYPE SOUVENIR* KUSTOM YANG MENJADI
 PRODUK AWAL DARI FRY WORKSHOP
Fernando Adiga Wijaya; Rendy Iswanto

PERANCANGAN BRAND AKTIVASI DAN MEDIA PROMOSI UNTUK
 APLIKASI UNDANGAN PERNIKAHAN "OURSTORIES"
Evelyn Aloysia; Ferryanto Chia

PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI
 IDENTITAS BRAND DAN MEDIA PROMOSI UNTUK PRODUK
 BAKEAZY
Christie Milviani; Ellen Agustine Saputra

PERANCANGAN BUKU DONGENG "PARAMYTHI OF LILY AND
 GIANT SNAKE" BESERTA MEDIA PROMOSINYA
Tony Surya; Shlenny Megawati Sutanto

PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN PROMOSI INBOX
Jessica Stevie Lokito; Pramesti Saniscara

Entrepreneurship

PERANCANGAN *EVENT TRADING GAME* SEBAGAI BRAND
ACTIVATION UNTUK MEMPERKENALKAN PRODUK
CARD GAME HEXAGA
Dwi Susestiyono Budijono; Hutomo Setia Budi

PERANCANGAN BUSANA *CONVERTIBLE* UNTUK BRAND VOLATILE
Felicia Setiawan; Paulina Tjandrawibawa

PERANCANGAN KOLEKSI *CONVERTIBLE FASHION*
 MENGGUNAKAN TEKNIK MANIPULASI KOMPONEN
 UNTUK BRAND MICHELLE ALVINA
Michelle Alvina; Rahayu Budhi Handayani

PERANCANGAN PAKAIAN *EVENING DRESS* BRAND FELICIA
 MERIDA UNTUK WANITA INDONESIA BERTUBUH PETITE
Felicia Merida; Enrico

PERANCANGAN DESAIN PRODUK BUSANA PANTAI BRAND
 PARUMPUDICI UNTUK WANITA *PLUS SIZE*
Putu Dyah Pradnyaswari; Soellistyowati

PERANCANGAN BUSANA WANITA DEWASA DENGAN
 MENGGUNAKAN KAIN ULOS SUMATRA UTARA DALAM PAKAIAN
READY TO WEAR UNTUK BRAND NATASHIA
Nathasia Mutiara Pascalla; Olivia Gondoputranto

Scientific Journal



DAFTAR ISI

PENELITIAN PERANCANGAN BISNIS PAWTY! PARTY PLANNER.....	01
PERANCANGAN BRAND UNTUK STUDIO PENGEMBANG APLIKASI KREATIF.....	09
PERANCANGAN <i>PROTOTYPE SOUVENIR</i> KUSTOM YANG MENJADI PRODUK AWAL DARI <i>FRY WORKSHOP</i>.....	19
PERANCANGAN BRAND AKTIVASI DAN MEDIA PROMOSI UNTUK APLIKASI UNDANGAN PERNIKAHAN “OURSTORIES”.....	32
PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI IDENTITAS BRAND DAN MEDIA PROMOSI UNTUK PRODUK <i>BAKEAZY</i>.....	47
PERANCANGAN BUKU DONGENG “PARAMYTHI OF LILY AND GIANT SNAKE” BESERTA MEDIA PROMOSINYA.....	61
PERANCANGAN BRAND <i>IDENTITY</i> DAN PROMOSI <i>INBOX</i>.....	74
PERANCANGAN EVENT TRADING GAME SEBAGAI BRAND ACTIVATION UNTUK MEMPERKENALKAN PRODUK CARD GAME <i>HEXAGA</i>.....	97
PERANCANGAN BUSANA <i>CONVERTIBLE</i> UNTUK BRAND <i>VOLATILE</i>.....	115
PERANCANGAN KOLEKSI <i>CONVERTIBLE FASHION</i> MENGUNAKAN TEKNIK MANIPULASI KOMPONEN UNTUK BRAND <i>MICHELLE ALVINA</i>.....	123
PERANCANGAN PAKAIAN <i>EVENING DRESS</i> BRAND <i>FELICIA MERIDA</i> UNTUK WANITA INDONESIA BERTUBUH <i>PETITE</i>.....	140
PERANCANGAN DESAIN PRODUK BUSANA PANTAI BRAND <i>PARUMPUDICI</i> UNTUK WANITA <i>PLUS SIZE</i>.....	149
PERANCANGAN BUSANA WANITA DEWASA DENGAN MENGUNAKAN KAIN <i>ULOS SUMATRA UTARA</i> DALAM PAKAIAN <i>READY TO WEAR</i> UNTUK BRAND <i>NATASHA</i>.....	161

**PERANCANGAN BUSANA WANITA DEWASA DENGAN
MENGUNAKAN KAIN ULOS SUMATRA UTARA DALAM
PAKAIAN *READY TO WEAR* UNTUK BRAND NATHASIA**

Nathasia Mutiara Pascalia

Olivia Gondoputranto

Visual Communication Design – Alur Studi Fashion Design and Business

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Perancangan ini dilakukan dalam rangka pembuatan *brand fashion* busana wanita dengan menggunakan kain ulos Sumatra Utara yang diwujudkan dalam pakaian *ready to wear* untuk *brand* Nathasia dengan melihat bahwa masyarakat kurang mengenal kebudayaan tekstil Indonesia selain Batik. Untuk itu dibuatlah *brand fashion* dengan menggunakan kain Ulos merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan dan menghargai kebudayaan Indonesia di masyarakat secara luas dengan desain yang mengikuti perkembangan *fashion*. Perancangan dibuat berdasarkan hasil riset kuantitatif kepada pengamat kebudayaan dan *fashion* serta para pecinta kebudayaan Indonesia. Hasil riset menyatakan bahwa kebudayaan perlu dilestarikan dan dikembangkan karena kebudayaan Indonesia yang pada saat ini sudah banyak diambil dan dikelola oleh bangsa lain, maka dibuatlah sebuah perancangan *brand* baru yang diharapkan mampu mengubah persepsi masyarakat. Pembuatan Elemen-elemen yang ada dalam pembuatan *brand* ini turut berperan dalam menentukan penilaian masyarakat terhadap produk.

Kata kunci: *brand, ready to wear, ulos, wanita dewasa.*

ABSTRACT

This design is made to create a fashion brand for women's clothing with traditional Ulos fabrics origin from northern Sumatra in ready to wear clothes for brand Nathasia to see that the public is less familiar cultures besides Indonesia Batik textiles. For it made a manufacture this fashion brand with traditional Ulos cloth, is one way to introduce and appreciate Indonesian culture and heritage to the wide community, using designs that always up to date with fashion trends. The design is made based on the results of quantitative research to culture and fashion watchers and lovers of Indonesian culture. Results of research suggest that the culture needs to be preserved and developed for Indonesain culture which are now widely taken and maintained by other nations, then made a brand new design that is expected to change the public perception. All the elements that exist in the process of making this brand, always have an important role to determining the community's assessment for the product.

Keywords: *ready to wear, ulos, adult women.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini banyak kebudayaan Indonesia yang sudah mulai diambil alih dan diakui oleh bangsa lain. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia sendiri yang kurang mengenal, melestarikan serta mengembangkan kebudayaan-kebudayaan yang sudah ada. Perilaku masyarakat tersebut menyebabkan kurangnya pengetahuan akan keberagaman kebudayaan Indonesia. Masyarakat global dan nasional secara umum lebih mengenal batik daripada jenis kerajinan tekstil lainnya.

Aneka ragam kain-kain tradisional tersebar dari Sabang sampai Merauke yang setiap daerah memiliki corak yang khas yang menggambarkan keunggulan masing-masing daerah. Kebudayaan Indonesia khususnya di daerah Sumatra salah satunya yaitu Ulos atau sering disebut dengan kain Ulos yang turun temurun dikembangkan masyarakat Batak, Sumatera Utara. Memperkenalkan kain Ulos untuk dilestarikan agar tidak punah, dikenal dan dicintai oleh generasi muda salah satunya dengan cara menciptakan busana modernisasi kain ulos. Pelestarian tidak hanya agar keberadaan kain tersebut tidak punah, tetapi juga merevitalisasinya sehingga memberikan manfaat. Namun demikian, revitalisasi harus dilakukan secara hati-hati sehingga tidak melunturkan nilai-nilai yang dikandung oleh kain Ulos.

Hal tersebut menginspirasi lahirnya *brand* Nathasia yang memiliki konsep khusus dalam penggunaan bahan dasar kain ulos untuk pakaian *ready to wear*. *Brand* ini ada untuk memenuhi kebutuhan manusia yaitu kebutuhan akan penghargaan, status, pengakuan dan perhatian dari orang lain. *Brand* Nathasia memiliki target konsumen yaitu wanita dewasa dengan usia 25-32 tahun yang mencintai kebudayaan lokal dan dalam kelas ekonomi menengah ke atas.

Tujuan *brand* Nathasia untuk menciptakan sebuah pakaian yang berbahan dasar kain Ulos Sumatra Utara yang dapat mengenalkan bahwa tidak hanya batik yang dapat dikenal oleh masyarakat serta jiwa dari kain Ulos menjadi sesuatu yang baru dalam jenis pakaian *ready to wear*. *Brand* Nathasia memiliki kendala yang terkait dalam teknik pembuatan, yaitu mengeksplorasi kain Ulos, mengerti konteks dan nilai filosofi dari kain Ulos, membawa kain Ulos agar lebih sesuai dengan atau tanpa mempertimbangkan nilai filosofi dan mendesain pakaian serta dalam memotong pakaian agar tidak mengurangi makna dari kain Ulos tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang perancang gunakan adalah penelitian kualitatif yang menggunakan metode pengumpulan data wawancara pada *expert user* dan *extreme user* sebagai data primer. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi.

Data sekunder berupa teknik kepustakaan yakni studi literatur melalui buku atau jurnal ilmiah mengenai *fashion*, buku teori desain dan kebudayaan serta ragam kain nusantara.

HASIL PENELITIAN

Dalam perancangan dan analisa, dapat diketahui bahwa pakaian *ready to wear* menggunakan kain ulos untuk wanita dewasa dari *brand* Nathasia dapat diwujudkan melalui wawancara dengan *extreme user* dan *expert user* serta observasi.

Dalam penggunaan kain Ulos, *expert user* menyarankan harus dipadupadankan dengan warna yang lebih cerah karena kain Ulos memiliki warna cenderung gelap. Untuk segi desain, *expert user* dan *extreme user* menyarankan perancangan desain mengarah ke *urban* agar lebih mudah diterima oleh masyarakat serta menggunakan prinsip desain yang diperkuat dari sumber studi literatur yaitu prinsip desain universal agar desain yang diwujudkan mempunyai kesatuan dalam satu koleksi, prinsip desain *local genius* yang digunakan perancang yaitu pelestarian pada kain Ulos yang sudah mulai hampir sulit karena dalam pembuatannya generasi muda kurang tertarik, penggalan dalam kebudayaan di Batak melihat secara fungsinya dan pengembangan menggunakan kain Ulos yang dieksplorasi agar lebih mudah untuk dikenal oleh generasi muda. Serta prinsip desain lintas budaya dengan *Quotation* yaitu menggunakan motif asli dari ukiran Gorga dengan teknik bordir, *Mimicry* dengan beberapa desain yang menggunakan kain Ulos tanpa memikirkan fungsi awal dari kain Ulos untuk acara adat tetapi digunakan untuk mengeksplorasi yang bertujuan agar lebih mudah dicintai masyarakat dan *Transformation* dengan merubah konsep kain Ulos yang monoton bisa dieksplorasi mengikuti perkembangan tren *fashion* yang dikembangkan melalui pakaian *Ready to wear* wanita 5 *look* dengan mengangkat nilai budaya dari Sumatra Utara yaitu kain Ulos, tujuannya agar memperkenalkan Ulos menjadi sepopuler Batik kepada generasi muda yang tetap mengikuti perkembangan tren *fashion*.

Sedangkan untuk penerapan modern pada kain Ulos, perancang mendapat teori dari sumber kepustakaan. Perancang mendapat teori untuk menyesuaikan dengan perkembangan *fashion* agar kain Ulos dapat dikembangkan sehingga semakin dikenal dalam masyarakat secara umum tetapi tetap memperhatikan dan mengerti nilai filosofi dari kain Ulos yang dipakai.

Teori dalam perancangan diawali dari sejarah kain Ulos yang pada zaman dahulu digunakan seorang ibu untuk menghangatkan tubuh putrinya yang kedinginan yang memiliki fungsi simbolik untuk hal-hal yang lain dalam seluruh aspek kehidupan orang Batak. Pembuatan kain Ulos dengan alat tenun gedongan lungsi sinambung dengan berbagai teknik dalam membuat ragam rias, antara lain songket atau pakan tambah dan lungsi tambah, ikat lungsi, aplikasi manik-manik, serta pilin atau anyaman yang umumnya dipakai sebagai penyelesaian pada bagian akhir kain. Gabungan dari bermacam teknik pada satu helai kain ini hampir tidak ditemui pada kain tenun tradisional dari daerah lain. Kelebihan ini berawal dari masuknya berbagai pengaruh luar yang sempat berkembang dan mendarah-daging dalam kehidupan pertenunan Batak. Oleh karena kehidupan adat-istiadat masih berlangsung sampai sekarang, maka kain-kain yang digunakan untuk keperluan tersebut masih terus dibuat. Namun demikian bukan berarti bahwa pengembangan kerajinan tenun ini tidak mengikuti kemajuan zaman. Beberapa bagian dan ragam hias dari tenunan tradisional Batak sudah mengalami pengembangan dan peningkatan yang mempunyai daya tarik tersendiri, khususnya sebagai

cenderamata. Ulos yang digunakan dalam perancangan ini yaitu Ulos Sadum dengan warna yang ceria sehingga cocok untuk suasana suka cita. Motif Ulos Sadum pengerjaannya sangat rumit, karena dilakukan dengan dua tahap yaitu dengan ditenun dan juga disulam. Ulos Sadum berupa selembar kain tenunan tangan dengan berbagai corak dengan teknik pakan tambah, dan kadang-kadang masih ditambah pula dengan manik-manik pada bagian tengah tenunan, serta pada kedua sisi memanjangnya. Sadum tenunan Tarutung mempunyai warna latar yang lebih cerah seperti merah bata atau biru dengan ragam hias warna-warni, dan ragam hiasnya sering terbentuk dari manik-manik yang teruntai dalam benang pakan. Kain adat ini berpenampilan semerak, sehingga dalam kehidupan modern seringkali digunakan, terutama sebagai pelengkap busana nasional. Secara umum Sadum digunakan oleh kaum wanita dalam bentuk selendang, penutup dada atau kain bawahan. Perancangan terfokus pada pakaian *ready to wear* atau busana siap pakai adalah sebuah istilah jenis busana yang dapat dikenakan sesuai dengan fungsi dan kegunaannya. Busana siap pakai merupakan busana yang bisa langsung dipakai dengan mudah tanpa harus melakukan pengukuran badan dan memesan desainnya terlebih dulu seperti saat membuat busana *couture* atau memesan baju ke penjahit. Busana siap pakai juga tidak membutuhkan *fitting* berkali-kali untuk menyesuaikan dengan bentuk tubuh. Busana *ready to wear* tidak hanya terbatas pada kemeja, kaos, atau baju-baju dengan *cutting* simpel tetapi *ready to wear* dan *evening dress* serta gaun pengantin berpayet juga bisa dikategorikan sebagai busana siap pakai. Dalam membuat pakain *ready to wear* terdapat teknik draping. Draping adalah teknik pembuatan pola dasar yang dikerjakan langsung pada dressform atau manekin. Pengertian lain dari draping adalah teknik menata kain tanpa menggunakan teknik menggunting pola dan jahit. Pembuatan busana ini juga bisa dilakukan langsung pada tubuh manusia tanpa membuat pola konstruksi, menggunting, dan menjahit. Teknik draping sangat memungkinkan untuk membentuk busana secara unik dan dapat dikenakan pada tubuh manusia dan melalui teknik draping setiap orang bisa bereksperimen dalam mereka-reka bentuk yang diinginkannya, yang terkadang sulit ditemukan pada pola secara konstruksi. Selain teknik draping juga terdapat aplikasi untuk memperindah busana salah satunya bordir merupakan suatu teknik yang dilakukan dengan bantuan media benang dan jarum yang dijalinan pada bidang berupa kain atau kulit dengan tujuan membuat motif hias. Kain Ulos mempunyai warna umum yaitu hitam yang menyampaikan kontras gambar dan dapat digunakan untuk berbagai efek keras sehingga membuat gambar menjadi dinamis, kuno, rapi, formal, modern dan digunakan dalam berbagai bidang termasuk *fashion*, interior dan desain produk. Karakteristik utama hitam adalah dinamika dan ketajaman sehingga terkait dengan perasaan yang kuat yang berani dan mencolok. Karakteristik utama hitam adalah dinamika dan ketajaman sehingga terkait dengan perasaan yang kuat yang berani dan mencolok. Warna hitam juga mengandung kesan misteri, kegelapan, independen, dramatis dan juga memberi kesan tegas, solid dan kuat. Warna merah adalah warna api, mentari pagi dan warna darah. Merah memberi kesan kehangatan, bahagia, keberanian, semangat, kekuatan, kegairahan dan tanda peringatan. Warna biru adalah warna langit dan laut yang memberi kesan luas pada ruangan, kesejukan, dingin damai dan menenangkan pikiran. Warna coklat menumbuhkan kesan tua, sederhana, kaya dan hangat. Warna krem mempresentasikan kelembutan dan klasik. Pada saat ini kain Ulos masih terus digunakan

disetiap acara adat budaya Karo, sebuah simbol keadatan yang sejak dahulu kala dibuat oleh leluhur Karo dan disepakati untuk terus menerus digunakan untuk acara-acara adat tradisional masyarakat Karo baik yang dilaksanakan di daerah Karo maupun diluar daerah Karo. Pada pakaian wanita bagian bawah disebut "Haen", untuk penutup punggung disebut "Hoba-hoba", untuk dipakai berupa selendang disebut "ampe-ampe" dan yang dipakai sebagai penutup kepala disebut "Saong". Apabila seorang wanita sedang menggendong anak, penutup punggung disebut "Hohop-hohop" dan untuk menggendong anak disebut "Parompa". Namun sekarang ini tradisi berpakaian seperti ini sudah semakin jarang. Eksplorasi kain Ulos pada produk siap pakai untuk memperkenalkan kain Ulos kepada masyarakat secara luas melalui produk yang dapat mempresentasikan kegunaan awal. Terjadinya pergeseran terhadap makna Ulos mulai mengikuti cara berkostum seperti orang Eropa yaitu laki-laki berkemeja dan bercelana panjang dan perempuan mulai mengenal gaun dan rok. Ketika pengaruh barat masuk dalam kehidupan Batak, penggunaan Ulos sebagai pakaian sehari-hari semakin jarang sehingga makna Ulos sebagai kostum sehari-hari berkurang namun konsekuensinya ulos hanya dianggap "keramat". Pada saat ini banyak yang membuat berawal dari motif kain Ulos yang kemudian diolah secara digital tanpa menghilangkan unsur Ulos yang asli ataupun dalam bentuk sarung. Eksplorasi dengan motif *tiling* berarti melakukan penyatuan suatu bagian yang diperbanyak dan diulang bentuknya. Kain Ulos saat ini dapat dijumpai tidak hanya dalam bentuk selendang saja, terdapat beberapa pengrajin kain Ulos yang membuat sebagai bahan baku untuk membuat produk *fashion* seperti tas, taplak meja, baju dan beberapa benda hasil kerajinan tangan lainnya hal ini menjadikan Ulos semakin dikenal dalam masyarakat secara umum tetapi tetap memperhatikan nilai filosofi dari Ulos yang dipakai.

Berdasarkan hasil dari data primer dan sekunder diatas, perancang dapat mendesain koleksi yang sesuai dengan kebutuhan target market, mulai dari jenis Ulos hingga desain yang diwujudkan.

SOLUSI VISUAL

Dalam penelitian "PERANCANGAN BUSANA WANITA DEWASA DENGAN MENGGUNAKAN KAIN ULOS SUMATRA UTARA DALAM PAKAIAN *READY TO WEAR* UNTUK *BRAND* NATHASIA", perancang membuat koleksi pakaian *ready to wear* untuk wanita dewasa dengan judul koleksi *URBAN ETHNIC* yang berarti terpusat pada gaya perkotaan dan mengikuti perkembangan zaman tetapi tetap mempertahankan budaya sebagai daya tarik. Target konsumen dari *brand* Nathasia yaitu wanita dewasa berusia 25-32 tahun dengan ekonomi menengah keatas dan seorang pecinta kebudayaan lokal. Rentang harga yang ditawarkan oleh brand Nathasia adalah Rp 500.000,00 hingga Rp 1.200.000,00.

Warna yang dipakai untuk koleksi brand Nathasia adalah warna edgy mengikuti warna kain Ulos dengan kombinasi seperti warna hitam, merah marun dan warna *cream*. Kain utama yang digunakan dalam pembuatan koleksi adalah kain Ulos Sadum yang dikombinasikan dengan kain drill, katun dan tenun polos berwarna merah marun, cream dan hitam.



Gambar 1. *Moodboard*
Sumber: Dokumentasi perancang (2016)

Hasil desain yang dihasilkan oleh *brand* Nathasia berupa 5 *looks ready to wear* untuk season *Spring Summer* 2016 dengan menggunakan kain Ulos menjadi bahan utama yang dipadupadankan dengan tenun polos.



Gambar 2. *Sketches*
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

a. Desain pertama

Desain pertama berupa atasan dan bawahan yang menggunakan bahan utama kain Ulos Sadum berwarna hitam dan merah marun yang dipadupadankan dengan kain katun berwarna merah marun. *Technical drawing* desain pertama merupakan atasan yang menggunakan teknik draping pada bagian depan kerah berbentuk V. Pada bagian dada terdapat lipitan serta terdapat panel pada bagian belakang yang ditambahkan aplikasi. Perancang menggunakan desain rok span pada bagian bawah. Pada bagian sisi rok terdapat kombinasi kain ulos serta kain katun. Opening untuk

rok menggunakan retsleting Jepang sepanjang 25 cm. Panjang atasan mencapai pinggang dan panjang rok mencapai lutut.



Gambar 3. *Sketches* Desain Pertama
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

b. Desain kedua

Desain kedua berupa *cape* yang menggunakan kain Ulos Sadum berwarna coklat dan *dress* menggunakan kain katun berwarna merah marun. *Technical drawing* desain kedua merupakan kombinasi *dress* dan *cape* yang memiliki panjang hingga lutut. Pada bagian kerah *dress* berbentuk V serta terdapat belahan pada bagian belakang bawah *dress*. *Opening* untuk *dress* menggunakan retsleting Jepang sepanjang 60 cm. Desain *cape* pada bagian depan memiliki panjang hingga panggul. Pada bagian belakang *cape* panjang yang dimiliki mencapai pinggang serta pada sisi lengan terdapat jahitan.



Gambar 4. *Sketches* Desain Kedua
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

c. Desain ketiga

Desain ketiga berupa *cape* yang menggunakan kain Ulos Sadum berwarna hitam, kemeja tanpa lengan menggunakan kain tenun polos berwarna khaki dan celana panjang menggunakan kain tenun polos berwarna hitam serta pada bagian bawah celana menggunakan kain Ulos Sadum berwarna hitam. *Technical drawing* desain ketiga memiliki 3 bagian yaitu pada bagian pertama terdapat *cape* yang mempunyai panjang hingga diatas pinggang. *Opening* untuk *cape* menggunakan kancing kait serta kancing jepret. Pada bagian kedua terdapat kemeja tanpa lengan (*Sleeveless*) dengan kerah stand dan mempunyai panjang kemeja hingga pinggang. *Opening* untuk kemeja menggunakan 6 buah kancing dan terdapat bordiran pada bagian belakang. Pada bagian ketiga adalah celana yang mempunyai panjang hingga mata kaki, terdapat ban pinggang dan *golby* serta *opening* untuk celana menggunakan retselting sepanjang 20 cm.



Gambar 5. *Sketches* Desain Ketiga
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

d. Desain keempat

Desain keempat berupa atasan yang menggunakan kombinasi antara kain Ulos Sadum berwarna hitam serta tenun polos berwarna khaki dan celana 7/8 menggunakan kain Drill berwarna hitam serta pada bagian bawah celana menggunakan kain Ulos Sadum berwarna hitam. *Technical drawing* pada desain keempat merupakan atasan berupa overslag. Pada bagian belakang terdapat bordiran serta *opening* untuk atasan menggunakan kancing jepret. Celana memiliki panjang 7/8 dengan bagian sisi menyerupai kuping selain itu terdapat ban pinggang serta *golby*. *Opening* untuk celana menggunakan retsleting sepanjang 20 cm.



Gambar 6. *Sketches* Desain Keempat
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

e. Desain kelima

Desain kelima berupa atas menggunakan bahan utama kain Ulos Sadum berwarna merah marun dan celana panjang menggunakan kain tenun polos berwarna khaki serta pada bagian bawah celana menggunakan kain Ulos Sadum berwarna hitam. *Technical drawing* desain kelima merupakan atasan yang menggunakan teknik draping. Pada bagian sebelah kanan dalam terdapat tali yang dapat ditarik. *Opening* pada tali dikaitkan menggunakan kancing jepret dan kancing hak. Celana memiliki panjang hingga mata kaki dan terdapat ban pinggang serta *golby*. *Opening* untuk celana menggunakan retsleting sepanjang 20 cm.



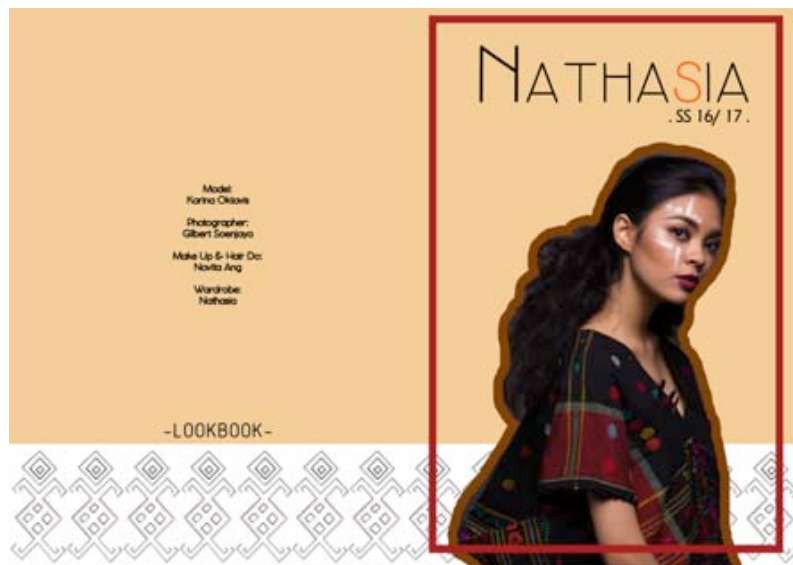
Gambar 7. *Sketches* Desain Kelima
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

Dalam proses perancangan produk, *brand* Nathasia melalui beberapa proses produksi tahap pertama diawali dengan desain produk yang sesuai dengan konsep dan *trend fashion*. Pada tahap kedua perancang melakukan pembelian bahan utama dan bahan pelengkap sesuai dengan desain produk di Jakarta. Pada tahap ketiga perancang melakukan pembuatan pola menggunakan sistem pola Eropa dengan ukuran inch dengan ukuran standar M. Pada tahap keempat perancangan melakukan pemotongan bahan yang diberikan kampuh untuk jahitan. Pada tahap kelima perancang melakukan penjahitan produk yang diberikan kepada penjahit. Pada tahap keenam perancang melakukan pemasangan aplikasi berupa bordiran yang dijahit menggunakan tangan dan pemasangan kancing serta *finishing* setiap produk seperti som pada bagian bawah dress, atasan dan celana. Pada tahap ketujuh perancang melakukan *fitting* produk pada dummy atau manusia untuk melihat hasil jadi dari setiap produk. Pada tahap kedelapan perancang melakukan foto pada produk menggunakan manekin untuk melihat hasil dari setiap produk.

Hasil produk dari *brand* Nathasia dibuat dalam *lookbook* yang berisikan *profile brand* Nathasia, *moodboard* serta foto-foto produk yang berguna untuk calon *customer* melihat produk yang ditawarkan dari *brand* Nathasia.

a) **Cover Lookbook**

Cover Lookbook untuk koleksi *spring summer 2016/2017 brand* Nathasia yang dominan warna khaki dan merah marun karena dari koleksi produk menggunakan warna tersebut.



Gambar 8. *Cover Lookbook*
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

b) **Background brand of Nathasia**

Pada halaman ini penjelasan singkat tentang lahirnya *brand* Nathasia serta *quote* yang memotivasi perancang.



Gambar 9. *Background brand of Nathasia*
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

c) **Moodboard Koleksi**

Moodboard menggambarkan produk dari *brand* Nathasia dari penggunaan warna, bahan serta gambaran koleksi produk.



Gambar 10. *Moodboard* Koleksi
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

d) **Koleksi pertama dan kedua**

Hasil photoshoot untuk koleksi pertama dan kedua.



Gambar 11. Koleksi Pertama dan Kedua
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

e) Koleksi Ketiga

Hasil *photoshoot* untuk koleksi ketiga serta detail pada bagian belakang.



Gambar 12. Koleksi Ketiga
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

e) Koleksi Keempat dan Kelima

Hasil *photoshoot* untuk koleksi keempat dan kelima.



Gambar 13. Koleksi Keempat dan Kelima
Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

Desain Sosialisasi

Perancang melakukan pameran sebagai salah satu wujud dari sosialisasi produk kepada masyarakat untuk memperkenalkan *brand* baru.



Gambar 14. Desain Sosialisasi

Sumber: Dokumentasi Perancang (2016)

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode kualitatif, perancang menciptakan suatu produk yang masyarakat secara umum masih belum mengenal dan mengetahui keberagaman kebudayaan tekstil selain Batik untuk itu dibuatnya sebuah *brand* baru yang mengangkat unsur-unsur kebudayaan Sumatra Utara yang telah hadir sejak masa lampau. Dengan terciptanya *brand* baru tersebut, perancang memiliki harapan agar keberagaman kebudayaan tekstil dari berbagai daerah di Indonesia dapat dikenal dan dicintai oleh masyarakat sendiri. Dalam proses penelitian, perancang mengalami kesulitan dalam hal memodifikasi kain ulos yang pada dasarnya hanya digunakan untuk acara-acara adat serta mendesain produk agar generasi muda tertarik untuk menggunakan dalam acara formal maupun tidak formal.

Dengan adanya perancangan *brand* baru ini diharapkan ada peningkatan produksi pada penenun kain Ulos yang dapat berdampak pada peningkatan perekonomian. Untuk perancangan selanjutnya, perancang menyarankan untuk melakukan modifikasi pada kain-kain yang berunsur budaya atau kain tradisional. Hal tersebut dilakukan agar perancang dapat menciptakan motif baru agar tidak perlu memikirkan makna dari kain tersebut sehingga dapat menciptakan produk yang urban tetapi unsur kebudayaannya juga dapat. Serta dalam proses produksi tugas akhir selanjutnya dapat diberikan suatu sarana laboratorium *fashion* serta sumber daya manusia yang dapat dipantau secara intensif agar sesuai dengan yang diharapkan. Perancang berharap dapat mengembangkan koleksi-koleksi selanjutnya agar masyarakat semakin mengenali *brand* Nathasia dan produk-produk yang dihasilkan dengan tetap mempertahankan unsur kebudayaan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Anas, Biranul. 1995. *Tenunan Indonesia*. Jakarta: Perum Percetakan Negara Republik Indonesia.

Arihta, Tantri. 2014. *Eksplorasi Visual Kain Tradisional UIS Gara Pada Produk Busana Siap Pakai Wanita*. Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain.

Jirousek, Charlotte. 1995. *Art, Design, and Visual Thinking*. New York.

Kartiwa, Suwanti. 2007. *Ragam Kain Tradisional Indonesia Tenun Ikat*. Jakarta: PT. Gramedia.

Pujianto. 2008. *Seni Budaya*. Malang: PSG Rayon 15 Universitas Negeri Malang.

Rajasa, Okke Hatta. 2010. *Tenun: Handwoven Textiles Of Indonesia*. Jakarta: Cita Tenun Indonesia.

Richter, Anne. 2013. *Arts and Craft Of Indonesia*. San Francisco: Chronicle Books.

Riyanto, Arifah. 2009. *Dasar Desain Mode Bus 132*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Siahaan. 1994. *Kebudayaan Dan Perdaban Masyarakat Suku Batak*. Medan: CV Pustaka.

Steiner, Henry & Haas, Ken. 1995. *Cross-Cultural Design*. British: Thames and Hudson.

Tampubolon, Roland. 2010. *Perkembangan Fungsi dan Makna Ulos*. Bandung.

Sumber Internet:

<http://indonesia-now.com/culture/merdi-sihombing-travel-in-cloth-partonun-ulos/> Diakses pada tanggal 29 Maret 2016

<http://medan.tribunnews.com/2013/09/17/setiap-motif-ulos-punya-arti> Diakses pada tanggal 4 April 2016