

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Burung Kuau Raja

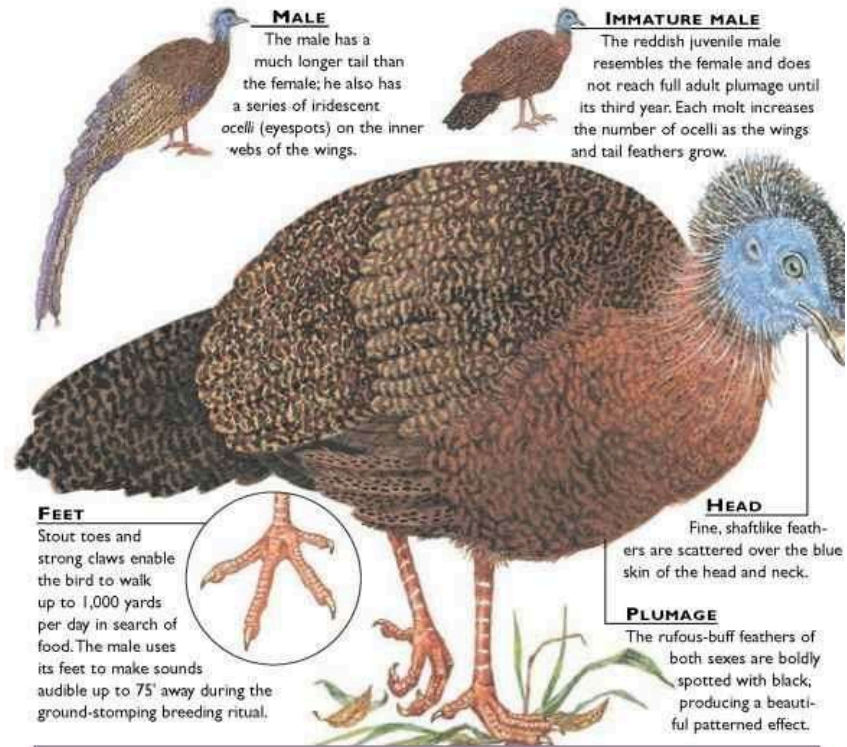
Burung Kuau Raja atau yang biasa disebut dengan pemilik mata seratus merupakan salah satu endemik fauna yang memiliki ciri khas unik berupa fisik dan perilakunya. Burung Kuau Raja memiliki nama latin *Argusianus Argus Argus* dan nama internasional *Great Argus* termasuk kedalam famili *Phasianidae*. Di Indonesia terdapat subspecies dari Kuau Raja yang bisa dibagi menjadi dua yaitu Kuau Raja Besar Australia (*Argusianus Argus Grayi*) dapat ditemukan di Kalimantan Indonesia. Sedangkan subspecies kedua dari Kuau Raja adalah Kuau Raja Besar Malaysia (*Argusianus Argus Argus*) yang dapat ditemukan pada wilayah Sumatera Indonesia. (Avibase, 2023).

Nama latin Kuau Raja yaitu "Argus" juga diambil dari raksasa mitologi Yunani yaitu Argus Panoptes yang memiliki mata seratus oleh Carolus Linnaeus. (Winarno & Harianto, 2018). Selain itu, nama kuau berasal dari kebiasaan yang dihasilkan oleh burung Kuau Raja sendiri setiap 15-30 detik dengan mengeluarkan suara "Ku-wau". Suara dari Kuau Raja dapat didengar dengan jarak ratusan meter saking kerasnya suara yang dihasilkan. Menurut Akhyari di tahun 2017 terdapat kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh burung Kuau Raja, seperti pada kaki burung ini dapat lari dan lompat dari dahan-dahan pohon dengan sangat baik dan memiliki pendengaran dan penciuman yang baik, sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Kuau Raja terletak pada sayap mereka, dimana sayap pada Kuau Raja tidak memungkinkan untuk terbang dengan jauh walaupun memiliki sayap yang lebar. (Marfani, 2019). Dengan kedua kemampuan dari kuau raja cukup membuat kesulitan untuk menangkap burung ini. Pada burung Kuau Raja dapat didalami beberapa hal untuk dijadikan sebagai inspirasi dalam desain, seperti bentuk tubuh, motif, warna, dan pola perilaku yang dimiliki.

2.1.1 Anatomi Burung Kuau Raja

Menurut Winarno dan Harianto dalam buku Satwa Liar (Ethology) di tahun 2018 secara anatomi, burung Kuau Raja jantan memiliki panjang sekitar 200 sentimeter (cm) dengan berat mencapai 10 kilogram (kg).

Sedangkan pada Kuau Raja betina memiliki ukuran tubuh yang lebih kecil dibandingkan jantan dengan tinggi sekitar 75 cm. Burung Kuau Raja memiliki bentuk fisik yang mirip seperti burung lainnya.



Gambar 2.1 Anatomi Kuau Raja Jantan dan Betina

(What-when-how.com)

Pada burung Kuau Raja terdapat beberapa bentuk anatomi, yaitu:

- Bentuk kepala yang kecil dengan sedikit jambul di atasnya;
- Kepala Kuau Raja terdapat mata dan juga lubang telinga dengan jarak yang berdekatan;
- Paruh dengan bentuk runcing dan mengarah sedikit ke bawah pada bagian ujungnya;
- 2 kaki ramping yang dapat menopang beban tubuh Kuau Raja dengan 3 jari yang ada di bagian depan dan 1 jari pada bagian belakang, serta kuku runcing di ujung jari;
- Pada burung Kuau Raja terdapat bulu yang menyelimuti tubuhnya dengan gradasi warna dan bagian dalam bulu tersebut ada motif bulatan seperti ocelli;

- Adanya 2 ekor panjang dengan warna gradasi coklat dan biru pada Kuau Raja jantan mencapai 1 meter;
- Kuau raja betina tidak memiliki ekor yang panjang di belakangnya.



Gambar 2.2 Burung Kuau Raja Jantan

(Jearwattanakanok, 2019)

Gambar 2.3 Burung Kuau Raja Betina

(Moning, 2016)

2.1.2 Motif Burung Kuau Raja

Burung Kuau Raja memiliki sebutan nya sendiri di Indonesia, yaitu "pemilik seratus mata". Selain itu Kuau Raja juga kerap kali dianggap memiliki kesamaan dengan dewa mitologi Yunani dengan nama Argus Panoptes yang merupakan seorang giant dengan seratus mata. Kedua perumpamaan dari Kuau Raja ini mengisyaratkan pada motif bulat di bulunya yang menjadi ciri khas dari Kuau Raja.

Bulu pada tubuh Kuau Raja sangat indah dan juga memiliki sayap yang lebar dengan motif bintik-bintik besar sehingga menyerupai mata serangga atau oceli. Yang membedakan antara Kuau Raja jantan dan betina pada bulunya adalah pada kuau jantan memiliki bulu sekunder yang sangat panjang dengan warna kuning kehitaman. Sedangkan pada Kuau Raja betina memiliki bulu yang lebih pendek dibandingkan jantan dan memiliki variasi lebih sedikit pada motif bulunya. (Marfani, 2019). Burung Kuau Raja akan melebarkan bulunya menyerupai kipas yang biasa digunakan untuk menarik perhatian Kuau Raja betina.



Gambar 2.4 Motif Bulatan pada Burung Kuau Raja

(Williams, 2011)

2.1.3 Ragam Warna Burung Kuau Raja

Pada dasarnya warna yang dimiliki oleh burung Kuau Raja adalah merah, biru, coklat kemerahan, dan hitam. Pada bagian paruh Kuau Raja memiliki warna kuning pucat, dengan warna kehitaman di area lubang hidung. Warna biru yang dimiliki pada burung Kuau Raja berupa biru terang dan mencolok terdapat di area kepala hingga leher. Pada area tengkuk Kuau Raja juga memiliki warna kehitaman. Kemudian warna coklat kemerahan terletak pada bulu Kuau Raja dengan dihiasi motif bulatan-bulatan besar. Dan terakhir pada area kaki, burung Kuau Raja memiliki warna merah yang cukup terang. (Moel, 2020).



Gambar 2.5 Ragam Warna yang dimiliki Burung Kuau Raja

(Rother, 2019)

2.1.4 Pola Perilaku Burung Kuau Raja

Perilaku hewan ada untuk menyesuaikan diri hewan tersebut terhadap tempat tinggal, lingkungan atau habitatnya dan juga untuk

mempertahankan hidupnya sendiri. Biasanya burung Kuau Raja jantan memiliki luas wilayah teritori sekitar 5-8 m² yang berfungsi sebagai *mating ring* (arena kawin). (Marfani, 2019). Maka dari itu Kuau Raja jantan seringkali disebut sebagai satwa soliter dan teritorial karena memiliki area sendiri.

Menurut Johnsgard (1994) dan Jiguet (2002) pembuatan arena kawin yang dimiliki burung Kuau Raja jantan digunakan untuk ritual kawin merupakan suatu perilaku unik, dimana hanya ada 1% spesies burung yang melakukan pembuatan arena kawin di Indonesia. (Rafi et al, 2017). Dengan perilaku langkah ini, membuat Kuau Raja memiliki daya tarik yang unik. Sehingga tidak mengherankan jika banyak yang tertarik untuk meneliti aktivitas Kuau Raja. Burung Kuau Raja juga dikatakan sebagai jenis satwa poligini yang artinya 1 Kuau Raja jantan memiliki banyak betina dan mereka akan sangat aktif di musim kawin. (Winarno & Harianto, 2018).

Kuau jantan biasanya menggunakan waktunya lebih banyak berada *mating ring* dibandingkan dengan kuau betina. Di dalam *mating ring* terdapat 2 kegiatan yang biasa dilakukan oleh Kuau Raja, yaitu aktivitas individu dan berpasangan. Individu disini dimaksudkan pada kegiatan seperti berjalan, membersihkan area, waspada pada lingkungan sekitar, makan, istirahat, memanggil, dan menggaruk tubuh. Sedangkan pada aktivitas berpasangan tak lain adalah kegiatan kawin berupa menari tarian yang dilakukan oleh Kuau Raja jantan untuk menarik betina. (Muhammad et al, 2017)



Gambar 2.6 Aktivitas *Mating Ring* Burung Kuau Raja

(Winarno & Hartanto, 2018)

Menurut Marfani (2019) pola perilaku harian yang dimiliki burung Kuau Raja baik jantan maupun betina dibagi menjadi 9 perilaku diantaranya menelisik (*prenning*), bersuara (*calling*), berjalan (*walking*), makan (*feeding*), kawin (*display* dan kopulasi), memeriksa lingkungan (*vigilance*), dan istirahat (*resting*). Kemudian adanya perilaku lain seperti membersihkan (*clearing*) yang sangat jarang dilakukan oleh kuau jantan dan merespon yang biasanya hanya dilakukan oleh Kuau Raja betina.

1. Merapikan Bulu (*Prenning*)

Merapikan bulu merupakan kegiatan yang seringkali dilakukan oleh burung termasuk burung Kuau Raja. Kegiatan merapikan bulu ini biasa dilakukan oleh burung dengan menggaruk-garuk kaki dan paruhnya dengan tujuan membuat tatanan bulu mereka tetap rapi. Sedangkan pada Kuau Raja biasa area yang seringkali mereka lakukan untuk merapikan bulunya adalah pada area punggung dan belakang tubuh Kuau Raja karena area tersebut diduga sulit dijangkau dan harus dilakukan berulang kali.

2. Bersuara (*Calling*)

Pada hewan biasanya mengeluarkan suara digunakan sebagai tanda atau nyanyian untuk melakukan komunikasi terhadap hewan lain. Burung Kuau Raja jantan memiliki pola perilaku saat mengeluarkan suara dimana mereka akan berdiri dengan tegak sempurna dan menengadahkan kepala ke atas serta membuka paruh mereka untuk mengeluarkan suara. Burung Kuau Raja jantan biasanya mengeluarkan jenis suara yaitu “kuu-wau” yang biasanya dilakukan dengan bersahutan antara individu jantan dengan jantan lainnya dengan identifikasi bentuk untuk penandaan teritori, suara ini juga digunakan untuk

panggilan komunikasi jantan dan betina serta suara respon atas gangguan yang dirasakan dari hewan lain ataupun lingkungan (kuu-wau...,wau-wau...20 kali).

3. Berjalan (*Walking*)

Berjalan merupakan kegiatan pergerakan Kuau Raja di sekitar maupun di luar area *mating ring* terkait dengan wilayah yang dijelajahi Kuau Raja jantan. Biasanya Kuau Raja jantan berjalan untuk mencari makanan diatas permukaan tanah berupa serangga dan biji-bijian. Pada pagi dan sore hari biasanya Kuau Raja berjalan di sekitar area *mating ring*, sedangkan pada siang hari biasanya mereka berjalan menjauhi area *mating ring*.

4. Makan (*Feeding*)

Burung Kuau Raja merupakan hewan omnivora yang artinya pemakan segalanya. (Winarno & Hartanto, 2018). Perilaku makan burung Kuau Raja dibagi menjadi 2, yaitu perilaku primer yang dimana dilakukan pada pagi dan sore hari sebagai waktu makan utama dan perilaku sekunder, dimana mereka melakukannya disaat siang hari namun tidak termasuk pada waktu makan utama.

5. Kawin (*Display dan Kopulasi*)

Kegiatan ini diawali dengan Kuau Raja jantan berjalan mendekati Kuau Raja betina dan melakukan beberapa proses tarian di area menari dengan melebarkan dan menggetarkan bulunya seperti kipas untuk menarik Kuau Raja betina hingga merespon balik dengan berupa menghampiri area menari.

6. Waspada (*Vigilance*)

Pada perilaku waspada ini burung Kuau Raja akan dilakukan dengan mengawasi atau melihat area sekitar, tak jarang juga mereka akan berdiam diri sejenak saat merasa ada gangguan di lingkungan sekitar mereka dan kemudian

setelah merasa aman mereka akan melanjutkan aktivitasnya kembali.

7. Istirahat (*Resting*)

Perilaku istirahat ini biasa dilakukan saat siang hari untuk menghindari suhu lingkungan yang panas dengan cara mendekam di atas permukaan tanah, bawah pohon dan semak-semak. Sese kali juga mereka akan bersuara, menelisik serta tetap waspada dengan lingkungan sekitar.

8. Membersihkan (*Clearing*)

Pada perilaku ini Kuau Raja jantan melakukan pembersihan di arena tari selama musim kawin. Kuau raja jantan biasanya menggunakan paruh atau mengepakkan sayapnya untuk membersihkan arena dari serasah, rancang, bebatuan, dan cabang dari arena tari.

9. Merespon

Perilaku merespon ini dilakukan oleh Kuau Raja betina untuk memberikan respon terhadap ajakan jantan untuk melakukan kawin. Respon ini dapat berupa positif ataupun negatif.

Dari informasi burung Kuau Raja terkait anatomi, ragam warna, motif bulu, dan perilaku bisa digunakan sebagai sumber inspirasi dalam perancangan produk tasnya nanti. dimana beberapa data dapat digunakan dalam melakukan analisis Metafora ataupun proses rancangan lainnya.

2.1.5 Burung kuau Raja dan Masyarakat Sumatera Barat

Saat ini di Indonesia, burung Kuau Raja yang merupakan hewan dengan habitat aslinya di Sumatera Barat, disana Kuau Raja diangkat sebagai maskot yang berfungsi untuk menginterpretasikan identitas fauna daerah dan diabadikan dalam bentuk peranko. (Setiawan, 2020). Burung Kuau Raja dijadikan sebagai identitas fauna daerah Sumatera Barat yang disahkan pada Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 48 tahun 1989 berisi Pedoman Penetapan Identitas Flora dan Fauna Daerah. Kemudian di

tanggal 15 Juli 2009 Kuau Raja jantan juga diabadikan sebagai perangko dengan seri “Burung Indonesia: Pusaka Hutan Sumatera”.

Menurut Miko Elfisha dalam portal berita Antara Sumatera Barat (2017) dikatakan bahwa Kuau Raja diangkat menjadi logo yang mewakili provinsi Sumatera Barat dan ditetapkan pada tanggal 8 Februari 2018 dalam persiapan Hari Pers Nasional (HPN) di Padang. Ada pula fauna lain yang diusulkan oleh seorang budayawan dan wartawan di Sumatera Barat, yaitu Alwi Karmena yang saat itu beliau mengusulkan hewan ayam kokok balenggek untuk menjadi logo HPN 2018 di Sumatera Barat. Namun pada akhirnya sudah ditetapkan bahwa burung Kuau Raja yang terpilih untuk menjadi logo HPN 2018. Kuau raja dipilih sebagai maskot HPN 2018 Sumatera Barat karena dianggap memiliki beberapa kemiripan dengan masyarakat Sumatera Barat sendiri, seperti

- Kuau Raja memiliki suara yang lantang sehingga mirip dengan karakter dari orang Sumatera Barat;
- Berdasarkan penelitian, burung Kuau Raja dapat mengetahui akan terjadinya sebuah gempa dalam kurun waktu 1 hari sebelum gempa, hal ini merujuk pada pepatah yang dimiliki oleh masyarakat Sumatera Barat “*Alun Takilek Alah Takalam*” dengan arti “sudah bisa membaca situasi kemungkinan apa yang akan terjadi”.

Selain itu pemilihan Kuau Raja sebagai maskot dari Sumatera Barat juga dikaitkan dengan ancaman kepunahan yang berdampak pada kalangan generasi muda, dimana mereka sudah mulai melupakan tentang keberadaan dari Kuau Raja. Lalu ada pula makna terkandung dalam bulu Kuau Raja yang memiliki nilai unik dan indah dengan ungkapan sebagai karakter dari masyarakat Sumatera Barat yang demokratis, dinamis, saling berdampingan serta saling menghormati, meskipun ada berbagai suku, agama dan budaya.

2.2 Teori Metafora

Dalam dunia visual baik secara dua dimensi maupun tiga dimensi terdapat sebuah pesan atau makna yang ingin disampaikan dalam bentuk tanda atau simbol untuk mempermudah manusia dalam menginterpretasikan suatu arti. Salah satu teori yang menerapkan sebuah tanda sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan sesuatu adalah Metafora. teori Metafora sendiri merupakan turunan dari ilmu semiotika. Semiotika diambil dari bahasa Yunani “*semeion*” yang memiliki arti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda atau *sign*, fungsi dari tanda, dan makna yang dimiliki tanda tersebut. (Mudjiyanto & Nur, 2013). Tanda atau simbol tidak hanya terbatas pada benda mati saja, tetapi juga hal-hal lain seperti suatu ada atau tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan pada suatu hal, suatu kebiasaan bisa menjadi sebuah tanda.

2.2.1 Sejarah Singkat Semiotika

Sejarah dibalik Semiotika dijelaskan dalam buku *Interprétation et Sémiotique* karya Aart van Zoest di tahun 1981 yang kemudian diterjemahkan ke dalam buku Serba-serbi Semiotika karya Panuti Sudjiman dan A.J.A van Zoest (1991, Hal. 1-5). Dalam buku ini dikatakan semiotika modern diperkenalkan oleh dua orang yang berbeda dan saling tidak mengenal satu sama lain, orang tersebut adalah Charles Sanders Peirce (1839-1914) dan Ferdinand de Saussure (1857-1914). Peirce adalah seorang ahli filsafat dan logika yang mengusulkan nama “*semiotika*” sebagai sinonim dari kata *logika*. Menurut hipotesis Peirce logika harus bisa mempelajari bagaimana seseorang bernalar melalui tanda-tanda yang memungkinkan kita untuk berfikir, berhubungan dengan orang lain, dan juga memberikan makna sesuatu yang ada di alam semesta. Sedangkan Saussure yang merupakan linguistik umum mengusulkan nama “*semiologi*” menganggap bahwa bahasa dapat digunakan sebagai sistem tanda. Tidak ada perbedaan arti secara khusus antara “*semiotika*” dan “*semiologi*” dari kedua usulan nama tersebut, namun hanya berbeda pada acuan orientasi di mana Peirce lebih mengacu pada logika dan Saussure mengacu pada linguistik.



**Gambar 2.7 Charles
Sander Peirce**
(Tikkanen, 2023)



**Gambar 2.8 Ferdinand de
Saussure**
(Duignan, 2023)

Teori gagasan oleh Saussure menarik perhatian peneliti-peneliti yang memungkinkan munculnya turunan dari semiotika seperti semiotika komunikasi, semiotika konotasi, dan semiotika ekspansionis. Sedangkan, teori Pierce baru banyak dikenal oleh banyak orang setelah keluarnya penerbitan *Anumerta Oeuvres Completes* dan kemudian disebarluaskan oleh Charles Morris yang mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu sehingga munculnya teori Semiotika Behavioris.

Di Eropa pemikiran dari teori semiotik Peirce lebih jelas dan efektif pada karya *Umberto Eco Italia. Eco* di tahun 1972 dan 1976 membuat kemungkinan penggunaan gagasan teori Pierce dapat digunakan dalam berbagai bidang seperti arsitektur, musik, teater, kebudayaan, dan sebagainya.

2.2.2 Teori Model Semiotika Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure adalah seorang linguistik umum yang lahir di tahun 1857 di Jenewa. Saussure mengajar ilmu di bidang Linguistik di Paris pada tahun 1881 dan menjadi pusat aliran Strukturalisme sampai akhirnya di tahun 1891 ia kembali ke kota kelahirannya dan mengajar kuliah di Universitas Jenewa. Tidak berhenti disana, di tahun 1906, ia diangkat menjadi guru besar bidang Linguistik hingga akhirnya meninggal di tahun 1913.

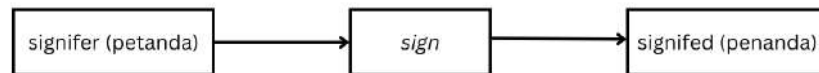
Pada teori Semiologi menurut Saussure menganggap bahwa bahasa adalah tanda. Bagi Saussure, tanda hanya bisa mempresentasikan sesuatu hal apabila penerima tanda pernah melihat atau mengalami representasi tersebut. Seperti halnya bahasa Indonesia yang dengan mudah dipahami

oleh orang Indonesia, namun jika diberikan bahasa lain dengan makna yang sama, maka orang Indonesia tidak akan mengerti bahasa tersebut karena tidak pernah mempelajari atau mempergunakan bahasa selain bahasa Indonesia. (Fanani, 2013).

Saussure membedakan antara konsep simbol dan sign. Tanda bahasa yang memiliki makna disebut dengan simbol. Simbol dianggap tidak seluruhnya arbiter / bersifat tidak tetap karena ada simbol yang memiliki kaitan dengan makna di dalamnya. Seperti contoh pada lambang timbangan yang memiliki makna sebagai keadilan. Konsep arbiter tidak digunakan dalam kata *Onomatopoeia* di mana frasa yang terdapat pada *signifier* tampak dalam suatu hal yang imitatif atau serupa. (Fanani, 2013).

- *Signified* dan *signifier*

Signified (penanda) merupakan makna yang terkandung dalam fisik tanda yang berupa pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Sedangkan *signifier* (petanda) merupakan bentuk fisik tanda yang dapat dilihat ataupun dibaca berupa gambar, garis, warna, dan lain sebagainya yang memiliki makna di dalamnya. (Fanani, 2013).



Gambar 2.9 Signified (penanda) dan signifier (petanda)

(Sumber: Ferdinand de Saussure)

2.2.3 Teori Metafora

Metafora adalah teori yang ada dalam ranah linguistik seperti dalam bidang sastra berupa majas atau gaya bahasa. Penggunaan Metafora dalam berkomunikasi mengandung unsur perbandingan antara satu objek dengan objek lain yang memiliki nilai kesamaan atau kemiripan, namun dalam prakteknya Metafora tidak menggunakan tanda pembanding sehingga mengakibatkan tidak disadari saat berkomunikasi. (Subandi & Diniswari, 2015).

Menurut Chandler (2007) dalam buku *Semiotic: The Basic* membahas jika kata-kata kiasan dalam Metafora dapat muncul dalam

kehidupan sehari-hari karena pemaparan dan penggunaannya yang berulang kali sehingga secara tidak sadar mempertahankan persetujuan asumsi-asumsi kiasan tersebut dalam masyarakat. Kiasan Metafora dapat terbentuk dari penanda suatu tanda dan juga pertanda dari tanda lainnya. Metafora biasanya digunakan untuk komunikasi verbal, namun sebenarnya Metafora juga dapat digunakan dalam komunikasi visual. Penggunaan Metafora dalam komunikasi visual dapat berupa perbandingan tersirat antara makna atau tanda yang sebenarnya dengan visual yang ditampilkan. (Chandler, 2007, p.127). Dalam Metafora juga terdapat fungsi transferensi yang terdapat proses transfer dari suatu tanda ke tanda lainnya. (Chandler, 2007, p.128).

Kata Metafora berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*meta*” yang memiliki arti di atas dan “*pherein*” yang berarti mengalihkan atau memindahkan. Menurut Seed (2003) dalam Metafora terjadinya pengindetifikasian suatu hal yang memiliki kemiripan sehingga terjadinya proses *transfer*, yaitu sumber Metafora dan *Target*. (Sari, 2015). Sumber Metafora dapat disebut dengan *source* merupakan objek yang sebenarnya tanpa adanya perubahan. Sedangkan Target adalah makna baru yang sudah dilakukan pemindahan dari makna sebelumnya.

Metafora mengalami lintas ilmu yang sehingga dapat digunakan di berbagai bidang Desain. Contoh bidang dengan menggunakan Metafora sebagai metode dalam Desain adalah Arsitektur, Fesyen, Periklanan, bahkan Desain Produk. Metafora dapat diartikan sebagai proses konseptual yang memungkinkannya untuk mengurai atau membangun suatu konsep abstrak menjadi sebuah konsep yang konkret. Dapat didefinisikan sebagai terjadinya proses memindahkan dari konsep abstrak menjadi konsep konkret. (Sari, 2015).

Dalam bidang Arsitektur, Metafora digunakan untuk membuat suatu konsep bangunan yang mengambil suatu objek sebagai inspirasi. Menurut Anthony C. Antoniades dalam bukunya *Poetics of Architecture: Theory of Design* Metafora dibagi menjadi tiga, yaitu Metafora *intangible*, *tangible*, dan kombinasi. (Bidari & Nirwansyah, 2016).

1. Metafora *intangible*/abstrak/tak teraba merupakan jenis Metafora yang muncul dalam bentuk konsep atau ide, sehingga tidak bisa secara eksplisit dilihat ataupun diraba menggunakan panca indra.
2. Metafora *tangible*/konkret/teraba adalah Metafora yang muncul dari benda-benda yang dapat dirasakan oleh panca indra dari segi karakter visual maupun material.
3. Metafora kombinasi adalah Metafora yang menggabungkan konsep dan visual menjadi satu sehingga saling mengisi satu sama lain.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan jika Metafora dalam Desain adalah proses pergantian suatu konsep dimana tidak bisa secara langsung kita lihat atau raba menjadi suatu hal yang bisa kita lihat dan rasakan secara visual dan fisik. Dalam perancangan suatu produk penggunaan Metafora sebagai metode dapat dilakukan dengan menganalisis suatu makna yang terkandung dari objek terpilih, kemudian dilakukan proses pemindahan dari makna tersebut ke dalam bentuk visual ataupun nyata.

2.3 Fesyen dan Gaya Hidup

2.3.1 Gaya Hidup dalam Berbusana

Generasi muda dapat mengetahui tentang fesyen baik dari segi pengetahuan ataupun pengalaman biasanya berasal dari keluarga yang dapat memberikan kontribusi besar. Terdapat perkembangan berbusana dulu hingga sekarang, yang dulunya busana dimiliki karena kebutuhan namun sekarang busana tidak hanya semata untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga sebagai kehendak untuk memenuhi hasrat berpakaian dari penggunanya. (Lestari, 2014). Fesyen juga dapat disebut sebagai kulit sosial, di mana tidak hanya berfokus pada kebutuhan fungsional tetapi juga membawa makna atau pesan serta gaya hidup ke dalam suatu kelompok tertentu dalam dunia sosial.

Dalam sehari-hari, manusia mengenakan berbagai jenis busana yang dapat menampilkan seperti apa karakteristik dan kegiatan yang dilakukan oleh orang tersebut. Lalu, pada pandangan orang lain, fesyen

yang digunakan seseorang dapat dijadikan sebagai penilaian terhadap seseorang atau kelompok tertentu. Ketika seseorang mengenakan kaos dengan celana *jeans* panjang serta sepatu *sneakers*, orang lain melihat penampilan tersebut mencerminkan karakter yang santai untuk berjalan-jalan atau berkumpul dengan teman.

Fesyen adalah suatu hal yang tidak akan bisa lepas dari gaya hidup manusia. Fesyen memiliki berbagai macam jenis tergantung dari kegunaannya. Fesyen berasal dari bahasa Inggris yang memiliki pengertian cara, kebiasaan, atau mode yang awalnya fesyen digunakan sebagai alat untuk melindungi diri, gaya kesopanan, dan daya tarik. Tahun 1920 muncul dunia fesyen yang baru di mana mulai lepas dari gaya berpakaian seperti Cinderella. (Tyaswara et al, 2017).

Busana dan aksesoris dalam fesyen memiliki fungsi untuk melindungi tubuh kita dari faktor eksternal seperti baju untuk melindungi dan menutupi tubuh bagian atas, topi untuk melindungi kepala dari paparan sinar matahari, sepatu untuk melindungi kaki dari tanah saat berjalan atau berdiri dan lain sebagainya. Selain sisi fungsional, fesyen juga melihat dari sisi estetika pengguna, hal ini dikarenakan pengguna ingin memberikan kesan yang menarik dan baik saat orang lain akan melihat dirinya, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri. Dalam pemilihan busana, tentu tidak bisa sembarangan dan harus berhati-hati, dikarenakan dapat menimbulkan persepsi yang berbeda dari pandangan orang lain jika menggunakan busana dengan tidak tepat atau dalam kata lain salah menampilkan kesan dari yang seharusnya. (Angelina & Triputra, 2015).

Tak heran jika para produsen fesyen membuat rancangan produknya memiliki nilai fungsional dan juga estetika untuk membantu pengguna dapat merepresentasikan dirinya. Media massa memiliki peran yang penting pada perkembangan fesyen dari tahun ke tahun yang memunculkan berbagai tren berbusana. Tren sangat menarik perhatian bagi perempuan yang memikirkan dan memperhatikan penampilan agar terlihat modis dan trendi. Menurut Kornelis (2022) perkembangan industri

fesyen di dunia menghasilkan penjualan dan GDP global yang sangat besar, tentu hal ini berasal dari tiga aspek penting, yaitu:

1. Adanya peran dari majalah mode seperti Vogue, Elle, dan sebagainya.
2. Pertunjukan Adibusana yang dilakukan seperti Indonesia Fashion Week (IFW).
3. Besarnya eksistensi dari merek-merek besar fesyen yang terkenal dan tergolong kelas atas seperti Gucci, Celine, dan sebagainya.

Dengan adanya dorongan dari tiga aspek penting dalam penjualan secara global dan tren-tren yang terus bermunculan, masyarakat dalam berbusana menjadikan tren tersebut sebagai gaya hidup yang tentu terus mengalami perkembangan. Sehingga, membuat masyarakat kerap kali membeli busana yang baru untuk terus mengikuti perkembangan jaman. Saat ini, dunia fesyen di Indonesia khususnya mengalami perubahan dari beberapa tahun ke belakang. Masyarakat dapat melihat dan membeli pakaian melalui internet. Karena terus terjadi perubahan tren dalam berbusana, dibuat terobosan dalam dunia teknologi yang dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melihat dan meniru tren-tren yang sedang terjadi. Dari perkembangan teknologi tersebut, gaya berbelanja masyarakat berubah dan menimbulkan sifat konsumtif untuk melakukan pembelian busana yang impulsif. (Arsita & Sanjaya, 2021).

Pembelian produk fesyen dalam bentuk *online* seperti media sosial atau *e-commerce* memiliki dampak positif dan negatif secara bersamaan. Sisi positif yang dimiliki adalah dapat meningkatkan ekonomi dari sektor fesyen dan mempermudah masyarakat dalam memilih gaya seperti apa yang mereka inginkan dalam berbusana. Namun, sisi negatif yang dimiliki dari sistem belanja *online* ini meningkatkan sisi impulsif masyarakat dalam berbelanja busana ataupun pelengkap busana karena cepatnya pergantian tren dari waktu ke waktu. Perkembangan ini memaksa masyarakat untuk mengikuti tren busana yang terjadi saat itu agar tetap terlihat modis dan trendi.

2.3.2 Tren Fesyen Inspirasi Budaya di Indonesia

Fesyen menjadi hal yang tidak dapat jauh dari penampilan dan gaya keseharian seseorang. Pakaian ataupun pelengkap busana menjadi alat untuk mengkomunikasikan identitas pribadi seseorang. Saat ini fesyen termasuk salah satu sektor ekonomi kreatif unggulan yang dimiliki oleh Indonesia, terutama oleh generasi muda sehingga memiliki peran penting untuk mendukung perkembangan tren fesyen di tahun 2023.

Fesyen sangat berhubungan erat dengan tren. Fesyen di Indonesia saat ini sudah melalui perkembangan yang terus menerus terjadi. Berbagai macam tren muncul dengan membawakan karakteristik yang berbeda-beda. Tren fesyen adalah fenomena inovasi dari waktu ke waktu di mana busana ataupun pelengkap busana menjadi populer dan disukai oleh banyak orang dalam kalangan waktu tertentu. Tren fesyen menjadi cerminan status seseorang sehingga dapat meningkatkan minat terhadap perubahan fesyen untuk menampilkan gaya yang *fashionable* dan terkini. (Sari & Patrikha, 2021).

Salah satu tren fesyen yang sering kali dilakukan oleh para desainer busana dan aksesoris adalah tren dengan mengambil inspirasi dari budaya lokal di Indonesia. Budaya yang diambil dalam rancangan produk fesyen bisa berupa keindahan alam, tradisi, keunikan flora fauna dan sebagainya. Biasanya para desainer di Indonesia ingin memberikan pesan atau makna terkait budaya yang diangkat untuk masyarakat Indonesia dapat menjaga keberadaan budaya tersebut. Selain itu, penggunaan budaya sebagai inspirasi dalam rancangan produk fesyen juga dapat digunakan untuk memperkenalkan budaya lokal Indonesia kepada pendatang dari luar. Pada tren fesyen budaya ini dapat dibuat dengan berbagai produk seperti pakaian, aksesoris, riasan, dan banyak lagi.

2.3.3 Contoh Perancangan Fesyen dengan Budaya

Salah satu contoh hal yang dilakukan dalam kalangan fesyen desainer di Indonesia adalah acara peragaan busana dengan mengusung tema budaya lokal endemik fauna di Indonesia. Menurut Ngatung dalam portal berita Wolipop (2018) Salah satu desainer lokal Indonesia pernah

melakukan perancangan dan peragaan busana dengan mengangkat tema “Intropical” yang mengambil inspirasi dari ragam flora dan fauna Indonesia adalah Nonita dan Sarkodit. Tema “Intropical” memiliki arti pembukaan musim panas, yang dimana dalam tema ini mengandung cerita tentang keresahan dari desainer yaitu Nonita dan Sarkodit terhadap kerusakan yang terjadi pada alam Indonesia. Keresahan ini didapat saat Nonita sedang melakukan penyelaman, di sana dia melihat banyak sampah yang mencemari area lautan, sehingga membuat Nonita ingin membangun motivasi dari masyarakat Indonesia untuk bisa peduli dengan lingkungan alam.



Gambar 2.10 Hasil Rancangan Busana Nonita dan Sarkodit yang Mengangkat Endemik Flora dan Fauna Indonesia

(Moh.Abduh, 2018)

Dalam acara koleksi busana Teranyar Purana di tahun 2018, Nonita dan Sarkodit membuat ide motif yang mengambil dari motif pada flora dan fauna endemik Indonesia seperti kakatua jambul kuning hingga daun walisongo. Dari gambar 2.10, salah satu inspirasi utama dari perancangan busana tersebut adalah endemik fauna Indonesia yang memiliki nama Kakatua Jambul Kuning, sehingga pada rancangan busana tersebut terdapat aksen warna Kuning yang cukup mencolok dan kalung dengan bentuk anatomi dari Kakatua Jambul Kuning.

2.4 Apparel

Apparel merupakan suatu produk yang dikenakan oleh manusia. Menurut Rebecca H. Holman di tahun 1981 *apparel* dapat didefinisikan sebagai produk yang berfungsi untuk memperindah atau merubah penampilan tubuh yang memiliki fungsi, seperti pakaian untuk melindungi kulit, jam tangan untuk memantau waktu, dan perhiasan untuk mempercantik pengguna. Menurut Wiranata (2023) *Apparel* memiliki ragam jenis dapat berupa pakaian ataupun aksesoris fesyen serta tidak memiliki batasan pada bentuk desain dan material yang digunakan, sehingga *apparel* menjadi sebutan untuk rancangan produk yang luas. Perancangan produk *apparel* dapat memiliki berbagai macam desain, mulai dari yang sederhana sampai dengan desain yang *anti-mainstream*. Maka tidak heran jika produk *apparel* memiliki bentuk dan desain yang unik tergantung bagaimana desainer ingin hasil desainnya dapat menampilkan sesuatu entah aura, *mood*, suasana, cerita, atau hal lainnya. Pada perancangan produk *apparel* dapat menggunakan budaya sebagai inspirasi yang akan diaplikasikan dalam bentuk suatu produk *apparel*, dan biasanya ada tujuan yang ingin dicapai desainer dari budaya tersebut.

2.5 Aksesoris Fesyen

Accessories merupakan bahasa Inggris yang jika diartikan berarti perlengkapan atau aksesoris. Dalam dunia industri fesyen, kata aksesoris biasanya merujuk pada benda-benda yang berfungsi sebagai pelengkap busana. (Putra & Wahmuda, 2021). Aksesoris merupakan bagian dari fesyen yang berperan untuk menunjang penampilan seseorang agar lebih hidup dan menarik. Pelengkap busana atau aksesoris dapat dibagi menjadi tiga jenis tergantung dengan tujuan dari produknya yaitu milineris untuk melengkapi busana dengan fungsi atau kegunaan tertentu untuk pemakainya. Kedua, aksesoris yang berfungsi untuk menambah keindahan secara estetika bagi pengguna. Dan terakhir *garniture* benda yang biasanya melekat langsung pada busana untuk menambah eksistensi dari busana tersebut. (Islami et al, 2020). Berikut adalah contoh produk pada setiap jenis pelengkap busana yang dihubungkan pada gambar 2.10 sebagai referensi contoh objek perancangan aksesoris berdasarkan budaya.

2.5.1 Pelengkap Busana Milineris

Produk Milineris merupakan produk yang biasanya digunakan berdasarkan dari fungsi kegunaannya. Contoh produk Milineris yang jika dihubungkan dengan rancangan busana berbasis budaya yang ada pada gambar 2.10 berupa topi, kacamata, dan alas kaki. Jika dilihat dari situasi yang sesuai dengan tema “*Intropical*” di mana merujuk pada lokasi seperti pantai dengan memiliki cuaca hangat dan sejuk, masing-masing produk aksesoris milineris ini memiliki sifat fungsional seperti topi yang memiliki fungsi untuk melindungi kepala dari paparan sinar matahari, kacamata untuk membantu penglihatan manusia agar lebih jelas, dan ala kaki untuk melindungi kaki dari kotoran yang ada di tanah atau pasir saat berjalan.

Meskipun setiap aksesoris memiliki peran fungsional tentu juga tidak dapat lepas dari nilai estetika untuk memaksimalkan penampilan agar menarik. Nilai estetika ada dalam ketiga produk rancangan busana Nonita dan Sarkodit, hal ini dapat dilihat dengan bagaimana perpaduan antara bentuk dan warna yang sesuai dan tetap mempertahankan inspirasi budaya yang diambilnya. Dengan berbagai bentuk dan warna pada setiap rangkaian aksesoris milineris yang ada pada gambar 2.10 tetap cocok jika dipadukan dengan busana lengkap.

2.6 Tas

Tas merupakan produk penting dalam penampilan seseorang dan termasuk ke dalam produk *apparel* pada kategori aksesoris. Produk tas masuk pada jenis produk pelengkap busana Milineris yang artinya memiliki nilai fungsi untuk penggunaannya. Penggunaan tas sebagai bagian yang penting dalam fesyen tidak dibatasi oleh usia dan jenis kelamin sekalipun. Menurut Wiranto, Prasetya & Susanto dalam jurnalnya di tahun 2021 merangkum beberapa definisi tas dari berbagai sumber dengan kesimpulan bahwa tas merupakan produk fungsional untuk membawa, menahan, dan menyimpan sesuatu dengan material yang tidak kaku (*non-rigid*). Tas dapat dilihat dari sisi kegunaan dan juga desain yang dapat membantu penampilan menjadi menarik dan juga dapat memberikan kesan tertentu pada orang lain. Tas tidak hanya berfungsi untuk membawa barang saat

berpergian saja, tetapi juga sebagai produk fesyen yang sangat digemari agar dapat menunjang penampilan agar lebih bergaya dan meningkatkan rasa percaya diri bagi pengguna. Hal ini dapat disimpulkan jika tas mengalami perkembangan dari masa lalu yang lebih mengutamakan nilai fungsi, namun sekarang juga memiliki nilai gaya hidup dan sebagai produk yang memiliki nuansa. (Wiranto et al, 2021).

Tas memiliki berbagai macam jenisnya sesuai dengan jumlah dan jenis barang yang ingin dibawa. Selain itu tas dapat dibedakan berdasarkan bagaimana hasil penampilan dari yang diinginkan pengguna seperti penampilan casual, formal, atau penampilan lainnya. Tas dapat menjadi produk yang sering digunakan oleh banyak orang saat berpergian sehingga penting untuk menyesuaikan juga dengan jenis kegiatan yang dilakukan. Menurut Mahmud (2019) beberapa jenis tas yang sering digunakan oleh masyarakat berdasarkan kegunaannya seperti tas ransel yang digunakan di punggung dengan fungsi untuk memuat barang-barang dengan jumlah yang banyak, *tote bag* adalah jenis tas yang dapat digunakan dengan meletakan di salah satu bahu atau dijinjing dengan tangan dan dapat membawa berbagai jenis barang tergantung ukurannya, *shoulder bag* yang digunakan dengan meletakan di area bahu dengan panjang tali yang pendek dan biasanya digunakan saat kegiatan casual. Selain itu juga ada yang namanya *messenger bag* yang mirip dengan *shoulder bag*. Tas ini memiliki ukuran tali yang lebih panjang namun dapat diatur dan penggunaannya menyilang pada tubuh.

2.6.1 Messenger Bag

Messenger bag merupakan salah satu jenis tas yang menjadi tren dan banyak digunakan oleh orang saat ini. *Messenger bag* merupakan jenis tas yang memiliki ukuran cukup besar sehingga dapat menampung banyak barang sekaligus. *Messenger bag* terinspirasi dari tas kurir di tahun 1950 dan diubah bentuk serta material menjadi model seperti sekarang. (Hermana et al, 2021).



Gambar 2.11 Contoh Tas Kurir di Tahun 1950
(Fletcher, 1951)



Gambar 2.12 Contoh Messenger Bag yang digunakan Saat Ini
(BirdinBag.com)

Messenger bag biasanya dapat digunakan oleh pria dan wanita karena memiliki desain yang bersifat *unisex* serta pilihan warna yang solid. *Messenger bag* mempunyai desain modern yang membuat banyak disukai oleh kalangan anak muda. *Messenger bag* dapat digunakan dalam acara santai seperti berkumpul bersama teman ataupun untuk kegiatan belajar seperti perkuliahan. Penggunaan *messenger bag* dapat dilakukan sama seperti *crossbody bag*. Pengguna menyilangkan tali tas di tubuh atau hanya meletakkan tali di bahu tanpa menyilangnya. Kedua cara penggunaan *messenger bag* dapat disesuaikan dengan mengatur panjang tali sehingga ini memberikan dua opsi kenyamanan bagi pengguna.

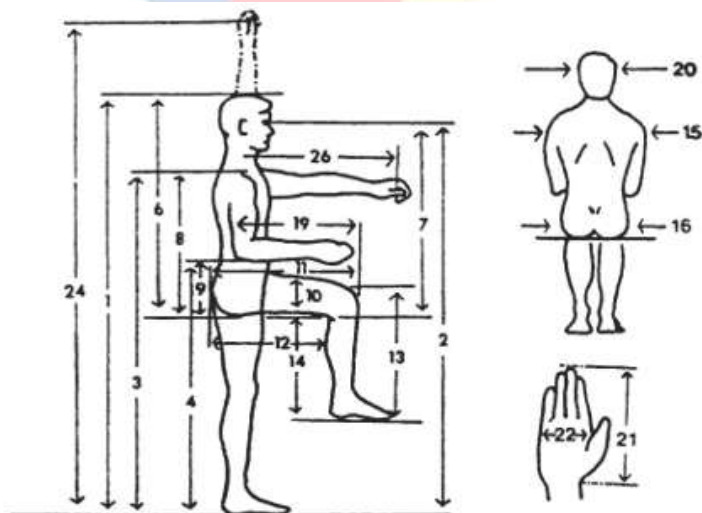
2.6.2 Ergonomi Messenger Bag

Dalam perancangan sebuah produk tentu penting untuk mengetahui hal dasar dari sebuah desain seperti Ergonomi. Menurut Al-Shamrani dan Baset (2023) dalam jurnalnya mengatakan bahwa cara penggunaan tas dapat dibagi menjadi tiga, yaitu penggunaan dua bahu di belakang, satu bahu disamping, dan *crossbody*. Selain itu dalam jurnalnya juga menjelaskan bahwa ergonomi pada produk tas merupakan hal yang

penting karena penggunaan tas dari desain yang tidak benar akan dapat memengaruhi postur bahu pengguna bahkan mengakibatkan Skoliosis. Ergonomi tas dapat mempengaruhi beberapa hal seperti ukuran, berat, material, dan lain sebagainya.

Penentuan material produk harus disesuaikan dengan daya tahan dan keandalan yang ingin diberikan oleh perancang. Pada produk tas dengan konsep satu bahu dan *crossbody* harus digunakan secara bergantian, karena dapat mempengaruhi keseimbangan bahu. Lalu tas identik dengan kegiatan berjalan, dimana hal ini merujuk pada ergonomi saat pengguna melakukan gerakan umum manusia saat berjalan, yang ditandai pada gerakan memindahkan tubuh dengan seimbang dan simetris menggunakan dua tungkai. Bagian bahu, leher, punggung, pinggul, dan dada merupakan bagian yang dapat merasakan langsung dari penggunaan tas. Maka dari itu disarankan penggunaan tas memiliki berat kurang dari 10% berat tubuh. (Al-Shamrani & Baset, 2023).

Dalam ergonomi ada pula antropometri yang memiliki peran dalam menentukan ukuran yang tepat dari suatu produk. Pada produk messenger bag ada beberapa data pengukuran antropometri yang digunakan dan dapat dilihat dari gambar 2.13, yaitu lebar bahu (15) dan tinggi dari bahu hingga pinggang (8).



No	Dimensi Tubuh	Pria			Wanita		
		Persentil (mm)			Persentil (mm)		
		P ₅	P ₅₀	P ₉₅	P ₅	P ₅₀	P ₉₅
1	Tinggi Tubuh Posisi Berdiri Tegak	1532	1632	1732	1464	1563	1662
2	Tinggi Mata	1425	1520	1615	1350	1446	1542
3	Tinggi Bahu	1247	1338	1429	1184	1272	1361
4	Tinggi Siku	932	1003	1074	886	957	1028
5	Tinggi Genggaman Tangan pada Posisi Relaks ke Bawah	655	718	782	646	708	771
6	Tinggi Badan pada Posisi Duduk	809	864	919	775	834	893
7	Tinggi Mata pada Posisi Duduk	694	749	804	666	721	776
8	Tinggi Bahu pada Posisi Duduk	523	572	621	501	550	599
9	Tinggi Siku pada Posisi Duduk	181	231	282	175	229	283
10	Tebal Paha	117	140	163	115	140	165
11	Jarak dari Pantat ke Lutut	500	545	590	488	537	586
12	Jarak dari Lipat Lutut ke Pantat	405	450	495	488	537	586
13	Tinggi Lutut	448	496	544	428	472	516
14	Tinggi Lipat Lutut	361	403	445	337	382	428
15	Lebar Bahu	382	424	466	342	385	428
16	Lebar Panggul	291	330	371	298	345	392
17	Tebal Dada	174	212	250	178	228	278
18	Tebal Perut	174	228	282	175	231	287
19	Jarak dari Siku ke Ujung Jari	405	439	473	374	409	287
20	Lebar Kepala	140	150	160	135	146	157
21	Panjang Tangan	161	176	191	153	168	183
22	Lebar Tangan	71	79	87	64	71	78
23	Jarak Bentang dari Ujung Jari Tangan Kanan ke Kiri	1520	1663	1806	1400	1523	1646
24	Tinggi Pegangan Tangan pada Posisi Tangan Vertikal ke Atas & Berdiri Tegak	1795	1923	2051	1713	1841	1969
25	Tinggi Pegangan Tangan pada Posisi Tangan Vertikal ke Atas & Duduk	1065	1169	1273	945	1030	1115
26	Jarak Genggaman Tangan ke Punggung pada Posisi Tangan ke Depan	649	708	767	610	661	712

Gambar 2.13 Data Antropometri
(Nurmianto, 1991)

2.6.3 Teknik Tekstil

Pada perancangan produk tas menggunakan berbagai macam jenis material tekstil, salah satunya adalah material kain perca. Kain perca adalah jenis kain yang berasal dari kain sisa atau limbah tekstil yang sudah tidak terpakai namun masih bisa digunakan untuk kebutuhan dan manfaat lainnya. (Mulyani et al, 2021). Kain perca ini dapat digunakan untuk berbagai keperluan dengan menghasilkan sebuah produk baru seperti layaknya produk tas. Tujuan dari penggunaan kain perca ini pada rancangan produk adalah untuk mengusung tema *sustainable* ataupun *upcycling*.

Tas yang menggunakan sisa kain bekas dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik tertentu yang dapat menyatukan kain-kain tersebut, sehingga menghasilkan sebuah kain baru yang layak pakai. Salah satu teknik yang dapat digunakan adalah teknik *Quilting*, Teknik ini merupakan salah satu jenis seni jahit yang menggabungkan dua atau lebih

lembar kain dengan dijahit menjadi satu menggunakan tangan ataupun mesin dan menghasilkan motif jahitan jelujur sehingga munculnya nilai estetika dari hasil jahitan tersebut. (Dewanti et al, 2021). Penggunaan teknik *Quilting* ini biasanya digunakan pada kain perca sehingga dapat menyatukan dan menciptakan kain baru.



Gambar 2.14 Hasil dari Teknik *Quilting*

(Suzyquilts.com)

Selain teknik *Quilting* ada pula teknik lain yang dapat digunakan pada kain perca, yaitu teknik *Faux Chenille*. Penggunaan teknik *Faux Chenille* dilakukan dengan memilih beberapa kain yang akan digunakan, kemudian dibuat beberapa jahitan jelujur dengan berbentuk garis diagonal, lalu menggunting kain sela jahitan namun tidak dengan kain paling dasar, baru kemudian menyikat sela tersebut sehingga menghasilkan serat halus mirip dengan bludru. (Tariq, 2023). Hasil dari teknik *Faux Chenille* adalah berupa serat-serat benang halus dengan gradasi warna sesuai tumpukan dari kain sebelumnya.



Gambar 2.15 Hasil dari Teknik Faux Chenille
(Sewguide.com, 2023)

2.7 Perancangan Terdahulu

Tabel 2.1 Perancangan Terdahulu

No.	Tahun	Judul	Keterangan
1.	2021	Kupu-kupu Sebagai Sumber Ide Desain Pembuatan Tas <i>Fashion</i> Wanita Model <i>Sling Bag</i> Oleh: Inas Amalia Salma	Dalam perancangan ini menggunakan metode campuran dan pengampilkasian kupu-kupu sebagai inspirasi dilakukan dengan mengambil perkembangan desain yang sudah ada (<i>existing product design</i>). Adapun beberapa tahapan yang dilakukan perancang dalam membuat tas <i>sling bag</i> seperti <ul style="list-style-type: none"> - Membuat konsep produk dengan melihat hasil desain tas kupu-kupu yang sudah ada, lalu melakukan <i>brainstorming</i>, dan pembuatan <i>imageboard</i>. - Perancangan produk berdasarkan konsep dasar dibuat dengan melakukan stilasi pada objek kupu-kupu. - Mengembangkan ide atau desain dengan membuat tiga alternatif desain; - Menentukan desain akhir yang akan

No.	Tahun	Judul	Keterangan
			<p>digunakan;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dan terakhir tahap desain akhir yang dilakukan dengan pembuatan <i>mock-up</i>. Pembuatan <i>mock-up</i> dimulai dengan menentukan alat dan bahan yang dipakai, kemudian membuat pola dengan kertas, lalu dicetak pola tersebut pada kain, kemudian dilakukan pemotongan serta perakitan hingga <i>finishing</i> produk jadi. <p>Dari rangkaian perancangan ini menghasilkan produk tas <i>sling bag</i> yang unik, sederhana, dan modis.</p>
2.	2021	<p>Namakaliu: Metafora Burung Kuau Raja Dalam Penciptaan Busana Dengan Edgy Style Look Androgyny</p> <p>Oleh: I Dewa Ayu Reika Agustin Dia Sapariadi , Tjok Istri Ratna Cora S. dan I Ketut Muka</p>	<p>Perancangan ini mengangkat tema burung Kuau Raja dengan menggunakan pendekatan Metafora untuk mengubah atau memindahkan makna yang sesungguhnya (abstrak) menjadi makna yang konkret sehingga dapat dialihkan menjadi visual.</p> <p>Perancangan ini menggunakan metode Frangipani dengan delapan langkah yang dapat dilihat dalam prosesnya perancang menganalisis karakteristik dari burung Kuau Raja. Dari karakteristik tersebut, perancang membuat <i>mind mapping</i> untuk memilih beberapa konsep yang akan digunakan dengan pendekatan Metafora, perancang memindahkan konsep tersebut menjadi kata kunci yang memiliki nilai kesamaan, kemudian dari kata kunci yang sudah dibuat akan di transfer menjadi sebuah visual berupa simbol atau ikon dengan pendekatan Semiotika.</p>
3.	2021	Perancangan Produk	Dalam penelitian ini, perancang membuat

No.	Tahun	Judul	Keterangan
		<p>Running Shoes Untuk Pelari Milenial Dengan Konsep Urban Streetwear</p> <p>Oleh: Kautsar f Eru Cakra, Mohamad Arif Waskito</p>	<p>produk <i>running shoes</i> dengan mengambil objek hewan yaitu ikan Hiu. Perancangan <i>running shoes</i> ini sudah dianalisis dari beberapa aspek seperti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspek pengguna untuk menentukan target pengguna; - Aspek visual untuk menentukan karakteristik sepatu yang akan dibuat; - Aspek ergonomis untuk menentukan ukuran pengguna; - Aspek teknik untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan sebuah <i>running shoes</i>. <p>Pada proses kreatif yang dilakukan, perancang menggunakan pendekatan Semantik Metafora untuk membuat suatu image atau karakter pada produk <i>running shoes</i>. Pada praktiknya perancang melihat dari beberapa hal seperti,</p> <ul style="list-style-type: none"> - visual dan anatomi ikan hiu sebagai motif dan model visual dari produk; - cara bergerak dan perilaku ikan hiu sebagai penghubung konteks yang cocok dengan <i>running shoes</i> karena ikan hiu dapat bergerak dengan cepat dan lincah. Dari konsep yang dibuat oleh perancang menghasilkan beberapa alternatif desain.
4.	2021	<p>Penerapan Seamless Tucks pada Busana Pesta dengan Tema The Gray Hole</p> <p>Oleh: Indarti Indarti dan Aprilia Anggi Wati Putri</p>	<p>Dalam perancangan ini menggunakan metode <i>3 stage design process</i> sebagai metode dalam perancangan. Adapun detail yang dilakukan oleh perancang di setiap tiga tahapan tersebut, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pada tahapan <i>problem definition & research</i> dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan produk

No.	Tahun	Judul	Keterangan
			<p>untuk konsumen dengan mempertimbangkan market <i>sustainability</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Creative exploration</i> dilakukan dengan mengambil bentuk dari Batu Apung yang memiliki pori-pori sebagai inspirasi <i>seamless tucks</i>. Dari pengambilan inspirasi tersebut dapat dibuat unsur desain dengan menentukan garis, bentuk, tekstur, dan warna. - <i>Implementation</i> dilakukan dengan menerapkan unsur-unsur desain dalam rancangan busana gaun evening yang dapat digunakan dalam acara pesta.
5.	2023	<p>Pemaknaan Simbol Payas Agung Wanita Bali Menginspirasi Perancangan Fesyen Couture</p> <p>Oleh: Tasya Prisila Dilita</p>	<p>Dalam proses perancangan ini menggunakan metode <i>three stage design process</i>, dimana proses desain dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pada tahapan <i>problem definition & research</i> dilakukan dengan mengidentifikasi kebudayaan Payas Agung Wanita Bali, kajian semiotika, dan fesyen <i>Couture</i>. - <i>Creative exploration</i> dilakukan dengan mengeksplorasi bentuk, warna, dan teknik yang sesuai dengan budaya yang diambil. Lalu dibuat beberapa alternatif desain dan akan memilih satu diantaranya. setelah itu melakukan evaluasi dari prototipe yang dibuat kemudian akan mengeksplorasi kembali kekurangan yang didapat saat evaluasi. - <i>Implementation</i> pada tahap ini,

No.	Tahun	Judul	Keterangan
			perancang sudah memasuki pembuatan produk akhir yang sesuai dengan desain dan evaluasi yang dilakukan.

Dari kelima perancangan yang sudah dilakukan dapat dilihat perbandingan persamaan dan perbedaan terkait beberapa hal. Pada persamaan yang ditemukan dari kelima perancangan di atas terdapat tiga hal yang dapat dibahas sebagai berikut.

1. Hasil rancangan yang dihasilkan berupa produk fesyen yang dapat digunakan.
2. Pada perancangan produk memiliki objek khusus yang dipilih sebagai inspirasi untuk ide desain. Objek yang ada pada kelima perancangan ini berupa fauna, namun ada pula yang berupa benda mati.
3. Dalam proses perancangan produk dari berbagai metode yang dipaparkan terdapat tiga tahapan utama yang selalu dilalui oleh para perancang, yaitu memahami objek inspirasi dan objek yang akan dibuat secara mendalam, melalui tahap pembuatan konsep dari objek inspirasi sebagai ide awal, melakukan proses kreasi ide, dan terakhir implementasi hasil dari ide akhir yang dibuat.

Selain persamaan adapun perbedaan yang dapat dilihat dari kelima rancangan di atas. Berikut adalah perbedaan setiap rancangan.

1. Metode pada setiap rancangan berbeda yang disesuaikan dengan objek, arah desain yang diinginkan, dan hasil produk akhir.
2. Pada setiap rancangan memiliki hasil akhir spesifik yang berbeda di mana produk yang dihasilkan berupa busana, tas, dan sepatu kemudian pada masing-masing produk akhir ada yang dapat digunakan sehari-hari ada pula yang digunakan disaat-saat tertentu.