

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Erosi Budaya**

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan budaya. Budaya yang beranekaragam hadir dari setiap daerah yang ada di Indonesia. Setiap provinsi memiliki ciri khas dan keunikannya masing – masing. Kemajemukan budaya yang ada di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keberagaman macam dan wujud kebudayaan lokal yang berkembang di Indonesia. Budaya menurut Koentjaraningrat berarti adalah keseluruhan system gagasan, implementasi, dan hasil karya manusia yang dijadikan milik kelompok tertentu dalam kehidupan bermasyarakat dengan terus belajar atau dilakukan (Binus Library, 2021). Dapat dikatakan bahwa budaya ada sampai sekarang karena telah dilakukan secara turun – temurun. Sampai saat ini, masyarakat dan pemerintah berperan penting sebagai penerus budaya bangsa. Seiring berjalannya waktu, Indonesia juga mendapatkan dampak dari perkembangan teknologi dan globalisasi. Dunia yang semakin berkembang membuat nilai – nilai kebudayaan tradisional seakan terkikis. Hal ini yang sekarang sering disebut sebagai erosi budaya (Suneki, 2012).

Globalisasi merupakan fenomena yang memengaruhi manusia secara global dalam hal teknologi dan perkembangan dunia. Hal tersebut membuat manusia harus terus bergerak dan mengikuti arus dunia agar dapat bersaing dan tidak tertinggal dari negara lain. Dampak besar yang terasa adalah perkembangan teknologi secara cepat dan masif. Teknologi membuat informasi tersebar secara luas dan dapat mempercepat laju kehidupan manusia dalam berbagai aspek seperti komunikasi dan ekonomi. Namun dari dampak positif yang dialami oleh berbagai belahan dunia, terdapat fenomena lain akibat dari terjadinya globalisasi yaitu akan ada aspek yang hilang dari peradaban manusia, baik itu peristiwa, kebiasaan, atau budaya/nilai yang telah ada sejak dahulu. Hal – hal yang berbau tradisional kemudian akan dianggap tidak penting dan tidak relevan untuk dibicarakan maupun dikembangkan. Manusia cenderung bersikap sebagai masyarakat modern tanpa mementingkan aspek budaya tradisional mereka. Contoh akan terjadinya erosi budaya tersebut adalah kita seringkali melihat bahwa di Indonesia budaya barat/timur negara lain sangat mudah

berkembang dan menjadi tren, berbeda dengan budaya tradisional yang jarang diberitakan dan disebarluaskan. Masyarakat seakan enggan untuk membicarakan dan melestarikan budaya tradisional asal mereka.

Dalam menghadapi dunia yang terus berjalan dengan globalisasi, masyarakat perlu mengetahui batasan – batasan akibat dari globalisasi itu sendiri. Ketika budaya negara lain masuk, kita perlu membatasi diri agar budaya negara lain tidak langsung menjadi budaya normal negara kita. Tidak menolak namun menghargai dan melakukannya dengan bijak. Masyarakat maupun pemerintah harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan globalisasi sehingga dengan adanya budaya luar yang masuk ke Indonesia, budaya lokal tidak terkikis dan terlupakan (M. I. Nahak, 2019).

Melihat budaya yang terlihat semakin terkikis dan mengalami erosi, sebetulnya banyak hal yang dapat masyarakat lakukan agar erosi budaya tidak terus – menerus terjadi secara masif. Budaya lokal yang dapat diimplementasikan secara modern dapat dikembangkan lebih lanjut maupun dikombinasikan dengan aspek yang modern sehingga mudah untuk diterima dan dinikmati publik (Dono Karmadi, 2007). Berbagai kesenian lokal dapat juga dihadirkan dalam bentuk yang menarik seperti video, *e-book*, atau *story telling* pada platform – platform media sosial. Hal ini akan membantu menaikkan eksistensi budaya lokal melalui platform digital yang dapat diakses oleh semua orang. Perlu diingat bahwa erosi budaya dapat dihindari dengan semua golongan masyarakat dapat turut melestarikan budaya lokal, tanpa terkecuali bidang – bidang kreatif seperti desainer, seniman, maupun *content creator*.

## **2.2 Cerita Rakyat Indonesia**

Cerita rakyat atau sering disebut dengan folklor merupakan salah satu bentuk budaya yang ada di Indonesia sampai saat ini. Cerita rakyat sering kali dikaitkan dengan penemuan atau sejarah objek tertentu yang berada di suatu daerah tertentu. Maka dari itu, cerita rakyat memiliki kekhasan atau keunikan tersendiri antara satu daerah dengan daerah yang lainnya. Cerita rakyat bersifat fiktif atau tidak nyata, namun memiliki tujuan lain yaitu memberikan pelajaran – pelajaran atau nilai karakter untuk anak – anak maupun orang dewasa (Indiarti, 2017).

Menurut Kumparan (2021), adapun ciri – ciri dari cerita rakyat pada umumnya yaitu sebagai berikut:

1. Biasanya diceritakan/disampaikan secara lisan dan langsung.
2. Bersifat tradisional dan memuat nilai – nilai budaya daerah tertentu.
3. Tidak diketahui pengarangnya.
4. Disampaikan secara turun – temurun.
5. Dapat memiliki banyak versi.
6. Memiliki perumpamaan dalam cerita yang disampaikan.

Walaupun tidak nyata, cerita rakyat di Indonesia memiliki fungsi – fungsi yang baik sehingga dapat terus dilestarikan keberadaannya dalam kehidupan bermasyarakat, yaitu:

#### 1. Sarana Pendidikan

Sebagai salah satu budaya yang tumbuh dan disampaikan kepada anak – anak, cerita rakyat memiliki fungsi sebagai sebuah sarana pendidikan. Setiap cerita rakyat yang ada di Indonesia memuat nilai – nilai karakter maupun nilai luhur yang baik untuk disampaikan kepada publik.

#### 2. Sarana Hiburan

Cerita rakyat tidak semuanya bercerita mengenai kesedihan maupun pendidikan moral yang pedih, namun juga dapat menghibur para pendengar, pembaca, atau penontonnya. Banyak cerita rakyat yang telah diangkat ke dalam sebuah film atau serial sehingga lebih menarik untuk disaksikan.

#### 3. Sarana Sosial Budaya

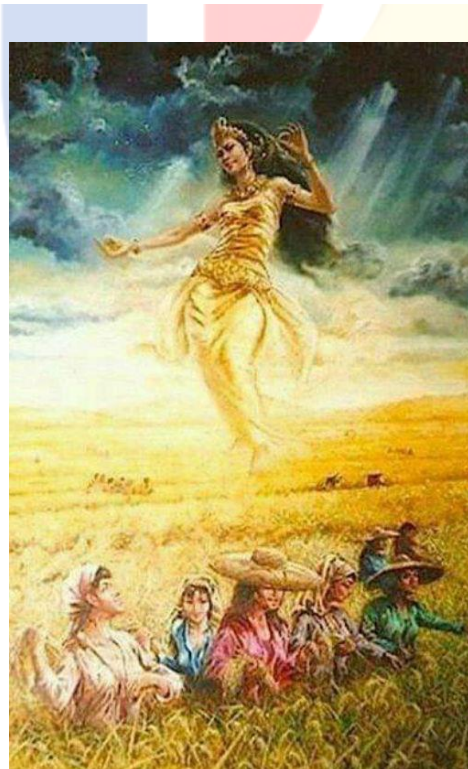
Sebagai sarana sosial budaya, cerita rakyat berperan sebagai pelestarian budaya lokal daerah tertentu. Selain itu, masyarakat juga dapat belajar mengenai keunikan daerah tersebut melalui nilai moral maupun pesan yang disampaikan.

### 2.3 Dewi Sri

Dewi Sri merupakan salah satu cerita rakyat yang ada di Indonesia. Dewi Sri identik dengan legenda tanaman padi dan juga sebagai simbol kesuburan (Kridalaksana, 2001).



Gambar 2.1 Ilustrasi Dewi Sri  
(Sumber : KamiKamu)



Gambar 2.2 Dewi Sri  
(Sumber : Shopee)

Arti dibalik nama Sri berasal dari Bahasa Sansekerta yang artinya adalah kesuburan (*prosperity*), kekayaan (*welfare*), keberuntungan (*good fortune*), kesehatan (*health*), keindahan (*beauty*), dan personifikasi (*personification*). Nama Sri juga bisa bermakna penghormatan atau keindahan. Di Indonesia sendiri, penemuan akan cerita rakyat Dewi Sri yang tertua atau pertama kali dilihat pada naskah Teks Tantu Panggelaran. Naskah tersebut adalah sebuah karya sastra Jawa yang diperkirakan dibuat pada saat era Kerajaan Majapahit (Annisa Auliani, 2021). Melalui cerita tersebut, Dewi Sri kemudian sangat disanjung oleh masyarakat di Jawa maupun Bali. Dewi Sri dianggap sebagai dewi dengan karakteristik yang cantik dan menawan, baik hati, disukai setiap pribadi di negeri khayangan. Kesuciannya juga membawa kesuburan dan kemakmuran bagi alam Nusantara. Dewi Sri memiliki cerita yang menyedihkan, namun membawa berkat di sekitarnya. Berikut merupakan cerita mengenai Dewi Sri.

*“Kisah Dewi Sri bermula dari cerita Batara Guru yang dikenal sebagai sang penguasa langit. Batara Guru pada saat itu memerintahkan seluruh dewa dan dewi untuk bekerja membangun istana. Tidak ada yang boleh menolak, jika ada yang menolak atau tidak bekerja, maha dewa atau dewi tersebut akan dipenggal kepalanya. Mendengar perintah yang sangat kejam ini, Dewi Antaboga khawatir karena ia tidak memiliki tangan dan kaki.*

*Bermula dari perintah tersebut, Dewi Antaboga meminta saran kepada Dewa Narada, tetapi hasilnya adalah nihil. Dewa Narada tidak dapat membantu sang dewi. Akhirnya Dewi Antaboga pun menangis. Air tangisannya jatuh ke tanah dan seketika keluarlah tiga buah permata yang sebenarnya adalah sebuah telur. Karena takut untuk dipenggal, Dewi Antaboga kemudian membawa telur – telur tersebut kepada Batara Guru sebagai permintaan ampun dan maaf.*

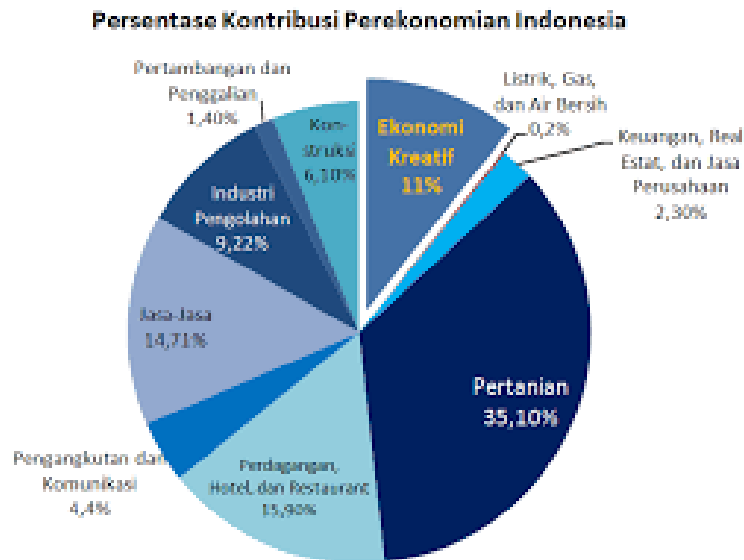
*Di tengah perjalanan menuju Batara Guru, Dewi Antaboga diserang oleh seekor gagak. Telur yang ada di mulut Dewi Antaboga berjatuhan dan tersisa hanya satu telur. Ia kemudian bergegas memberikan telur tersebut kepada Batara Guru. Waktu terus berjalan, telur tersebut menetas menjadi seorang bayi yang cantik. Batara Guru pun senang dengan bayi tersebut sehingga ia menjadikan bayi tersebut sebagai anak angkat dan tidak membunuhnya. Bayi tersebut semakin tumbuh menjadi seorang wanita yang cantik dan elok, sehingga diberikan nama Dewi Sri kepada dirinya. Ia memiliki tutur kata yang halus dan menarik mata siapapun yang melihat dirinya. Bahkan Batara Guru pun terkesima dengan kecantikan sang dewi. Para dewa khayangan yang melihat Batara Guru menyukai Dewi Sri berusaha memisahkan keduanya. Namun agar kerajaan langit tidak hancur, mereka pun meracuni Dewi Sri hingga tewas. Dewi Sri yang telah meninggal kemudian dibawa oleh para dewa untuk dikubur di bumi. Hal ini dilakukan agar tidak ada bukti bahwa para dewa yang membunuhnya.*

*Siapa yang sangka bahwa dari kubur Dewi Sri muncul hal yang sangat bermanfaat. Dewi Sri yang suci menghasilkan kelapa dari kepalanya, bibir, hidung, dan telinga muncul sayur – sayuran, dan payudaranya muncul buah – buahan. Dari pusar sang dewi kemudian tumbuh tanaman padi. Tanaman tersebut mulai tumbuh secara cepat dan luas di berbagai daerah. Hal – hal yang baik muncul dari seseorang yang mempunyai sifat yang baik juga. Apa yang ada di dalam seseorang memunculkan hasil yang sama dengan apa yang mereka perbuat atau katakan.” (Kusumo, 2021).*

#### **2.4 Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif merupakan sebutan untuk era perekonomian yang bertumpu pada ide – ide atau gagasan yang bersumber dari kreativitas dan pengembangan produk demi kesejahteraan masyarakat (Saksono, 2012). Usaha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu penyumbang kegiatan ekonomi terbesar, baik dalam penyerapan tenaga kerja maupun jumlahnya. UMKM di Indonesia pada saat ini didominasi oleh sektor – sektor ekonomi kreatif (Sari, 2020).

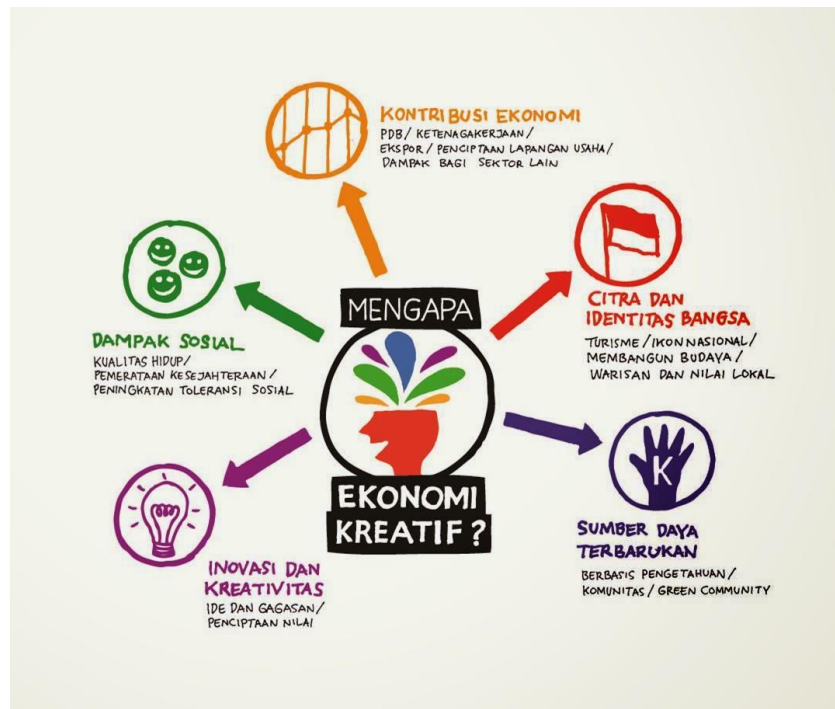


Gambar 2.3 Persentasi Kontribusi Perekonomian Indonesia tahun 2015  
(Sumber : STIE Indonesia Banking School)

Ekonomi kreatif mulai ditingkatkan di Indonesia pada masa kepresidenan Susilo Bambang Yudhoyono dimana beliau mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif adalah pembentuk ekonomi gelombang keempat yang berorientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan (Aldy Purnomo, 2016). Orientasi tersebut berkembang dari zaman dahulu dimana industri yang ada hanya berfokus pada ekonomi dan tidak pada orisinalitasnya. Perkembangan orientasi semakin muncul seiring dengan perkembangan teknologi terutama di Indonesia. Semua orang dapat mengakses informasi dari seluruh dunia dengan cepat dan mudah tanpa halangan apapun. Industri kemudian dapat mengembangkan usahanya dari segi pola kerja, pola industri, maupun distribusi. Akibat dari perkembangan teknologi dan pergeseran orientasi yang masif adalah daya saing antar-usaha yang besar dan kompetitif. Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha yang tidak memiliki nilai jual lama kelamaan akan mati jika tidak mengubah pola usahanya.

Seiring berjalannya waktu, negara mulai meyakini bahwa sumber daya terbesar yang dapat dieksplor adalah sumber daya manusia itu sendiri. Bukan dari

sumber daya alam yang berlimpah. Kita sebagai manusia memiliki akal sehat dan kreativitas yang tidak terbatas. Setiap orang dapat mengemukakan pendapatnya dan ide – ide yang belum pernah ada sebelumnya. Maka dari itu, pemerintah mulai menggerakkan ekonomi kreatif sebagai sub-sektor ekonomi yang perlu ditingkatkan dan diperluas secara kualitas dan kuantitas. Ekonomi kreatif juga memberikan dampak lain selain peningkatan ekonomi terhadap negara, yaitu:



Gambar 2.4 Kontribusi Ekonomi Kreatif bagi Negara  
(Sumber : Kompasiana, Ekonomi Kreatif dan Kontribusinya untuk Negara)

### 1. Citra dan Identitas Bangsa

Ekonomi kreatif memiliki kaitan yang erat dengan nilai tradisional bangsa, dimana banyak UMKM yang mengembangkan bisnisnya dengan cara mengolah konsep tradisional menjadi produk yang dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini membuat budaya tradisional dilestarikan dengan cara yang berbeda dari yang biasanya. Sektor – sektor ekonomi kreatif akan memberikan kesan dan nilai luhur Indonesia yang kemudian menjadi ikon daerah tersebut. Ekonomi kreatif juga dapat membuat daerah tersebut dilirik oleh turis maupun perusahaan asing guna mengembangkan industri ke dunia internasional.



## 2. Sumber Daya Terbarukan

Seperti yang kita ketahui, ekonomi kreatif merupakan usaha berbasis intelektual yang dimiliki oleh manusia. Ide kreatif muncul dari pemikiran konsep yang matang dan analisa yang telah dilakukan sebelumnya. Pekerjaan seperti ini tidak bisa dilakuin secara otomatis menggunakan robot. Hal inilah yang membedakan manusia dengan makhluk hidup yang lain. Melalui ekonomi kreatif, masyarakat juga dapat membentuk komunitas – komunitas usaha sesuai dengan bidang yang sedang dikerjakan maupun yang diminati. Pemerintah juga gencar untuk memberikan informasi serta kelas – kelas yang dapat diikuti oleh masyarakat umum agar para pelaku usaha dapat memahami konsep kreativitas dan *entrepreneur* dalam sub-sektor ekonomi kreatif.

## 3. Inovasi dan Kreativitas

Manusia tidak bisa dipisahkan dari kata belajar. Manusia harus terus belajar dan menghasilkan sesuatu. Definisi inovasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2021 adalah penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Kreativitas manusia tidak memiliki batasan sehingga selalu berkembang dan berubah seiring dengan perkembangan atau tren di dunia. Inovasi tersebut dapat berupa sesuatu hal yang baru dan belum pernah ada di pasar maupun pengembangan produk menjadi sesuatu yang baru dan unik.

## 4. Dampak Sosial

Ekonomi kreatif juga memiliki dampak social terhadap lingkungan. Dalam pengembangan usaha maupun pembentukan suatu produk, pasti ada banyak pihak yang bekerja sama guna inovasi produk tersebut. Contohnya jika seorang desainer ingin membuat suatu produk, ia memerlukan sebuah tim untuk saling bertukar pikiran dan menganalisa pasar lebih lanjut. Ia juga membutuhkan sumber daya manusia lain

sebagai target pasar atau target observasi untuk menentukan konsep suatu produk. Desainer juga membutuhkan pelaku usaha atau vendor yang dapat membuat konsep produknya menjadi nyata. Pembuatan suatu produk akan membutuhkan banyak orang dan ketika kita melibatkan banyak orang, secara tidak langsung kita berbagi pekerjaan dan keuntungan pada akhirnya. Pelaku usaha dapat meningkatkan taraf hidup pengrajin – pengrajin kecil di daerah guna memanfaatkan sumber daya lokal yang lebih maksimal tanpa harus bekerja sendiri.

#### 5. Kontribusi Ekonomi

Kontribusi ekonomi dari sub-sektor ekonomi kreatif yang paling dapat dirasakan adalah perluasan atau pembangunan lapangan pekerjaan. Seorang pelaku usaha memerlukan orang untuk membantunya dalam menjalankan usaha. Pelaku usaha juga dapat membuka lowongan untuk berbagai lini pekerjaan dan masyarakat umum dapat bekerja pada perusahaan tersebut. Selain pembukaan lapangan pekerjaan, ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan sub-sektor ekonomi yang lainnya. Keuntungan dari ekonomi kreatif lokal yang dikenal negara – negara dari berbagai dunia akan membawa dampak positif bagi sub-sektor ekonomi lainnya yang ada Indonesia, misalnya peningkatan jumlah turis yang masuk ke dalam negeri maupun ekspor-impor yang dilakukan dari/ke Indonesia. Perusahaan – perusahaan atau negara – negara lain pun dapat bekerjasama dengan pelaku usaha lokal dalam jangka waktu yang lama.

### 2.5 Fesyen

Fesyen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti mode. Mode sendiri bukan hanya membicarakan soal produk yang dipakai, namun juga gaya berpakaian atau berperilaku. Pada dasarnya, fesyen atau mode ini merupakan gabungan produk – produk fesyen maupun aksesoris yang dipakai oleh penggunanya sebagai sarana berekspresi atau mengemukakan sikap/sifat mereka sendiri. Melalui hal itu, tumbuh suatu tren yang baru setiap beberapa waktu di suatu

daerah tertentu terkait dengan fesyen yang akan dipakai oleh masyarakat (Nur Agustin & Ciptandi, 2019). Dapat dikatakan bahwa fesyen sendiri bukan hanya sekedar memakai pakaian atau busana tertentu.



Gambar 2.5 Gaya Fesyen Modern  
(Sumber : Pexel.com, Fashion Model)

### 2.5.1 Perkembangan Fesyen di Indonesia

Fesyen di Indonesia mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman dalam beberapa dekade terakhir. Jika pada waktu dahulu fesyen di Indonesia hanya sebagai kebutuhan primer untuk melindungi badan, maka pada abad 20-an dan 21-an sudah berkembang menjadi sebuah mode. Awal perkembangan fesyen dapat dilihat di saat produk – produk buatan dalam negeri mulai mendapatkan *influence* dari negara – negara sekitar seperti China dan Eropa. Produk tersebut sering disebut sebagai produk fesyen dengan pencampuran budaya. Contoh produk fesyen tersebut misalnya kebaya atau baju koko. Fesyen kemudian mulai berkembang pesat pada saat banyak informasi yang masuk ke Indonesia secara cepat melalui media massa atau Internet. Ada beberapa faktor utama yang memengaruhi perkembangan fesyen di Indonesia menurut Kompasiana.com, yaitu:

## 1. *Entertainment*

Dunia *entertainment* atau biasa disebut dengan dunia hiburan memang sudah sangat dikenal dengan gaya fesyen yang glamor maupun mewah. Dunia hiburan tidak bisa dilepaskan dengan perkembangan tren fesyen dari seluruh dunia. Bisa jadi melalui dunia hiburan, tren fesyen baru juga terbentuk. Ketika segelintir artis maupun aktor menggunakan produk fesyen atau mempunyai gaya tertentu yang dianggap masyarakat baik dan menarik, masyarakat kemudian akan tertarik untuk menggunakan produk atau gaya yang sama dengan artis tersebut. Dunia hiburan tanah air pun banyak mendapatkan pengaruh dari Eropa maupun Amerika sehingga tren fesyen luar negeri semakin mudah berkembang di Indonesia.



Gambar 2.6 Nadin Amizah dengan Gaya Fesyen Berkain menjadi Tren  
(Sumber : Beauty Journal by Sociolla)

## 2. Media massa

Penyebaran informasi yang masif erat kaitannya dengan media massa. Sebelum semua orang dapat menggunakan Internet, perusahaan media massa pastinya merupakan sarana tren fesyen dan informasi terkait hal itu untuk berkembang dengan cepat. Televisi dan koran merupakan media massa yang mudah untuk menyiarkan berita mengenai tren fesyen

yang sedang berkembang. Sama halnya seperti dunia hiburan, tren yang ada diluar negeri atau daerah tertentu di Indonesia dapat tersampaikan dengan cepat melalui media massa.

**Bisnis Indonesia**  
**Weekend** Life & Style

Minggu, 10 Juni 2018  
No. 598  
Tahun XXXIX/No. 1175  
Terbit 16 halaman

**Tampil Menawan Saat Lebaran**  
Hari Kemenangan tinggal hitungan jari. Beragam persapan untuk merayakan Lebaran mulai dilakukan, baik oleh kaum Adam maupun Hawa.

**Armani Deo Karma, Armani Deo Trésor, & Deo Havana**

Desainer Francesco Moschino kembali menunjukkan kemampuannya dengan koleksi terbaru yang menggabungkan elemen klasik dan modern. Koleksi ini terdiri dari berbagai macam pakaian yang cocok untuk berbagai kesempatan. Salah satunya adalah gaun malam yang elegan dan mewah. Gaun ini memiliki detail yang indah dan memberikan kesan yang tak terlupakan. Selain itu, Moschino juga menghadirkan koleksi pakaian kasual yang nyaman dan praktis. Koleksi ini cocok untuk digunakan sehari-hari. Dengan koleksi terbaru ini, Moschino membuktikan kembali bahwa fashion adalah seni yang tak pernah mati.

**Omega Deville Trésor**  
Gaya Modern dengan Sentuhan Berlian yang Klasik

Meskipun berlian sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sejak ribuan tahun lalu, namun baru belakangan ini berlian menjadi simbol kemewahan dan status sosial. Berlian adalah salah satu jenis mineral yang terbentuk di dalam perut bumi pada suhu dan tekanan yang sangat tinggi. Berlian memiliki sifat yang unik, yaitu sangat keras dan tahan lama. Oleh karena itu, berlian sering digunakan sebagai perhiasan. Selain itu, berlian juga memiliki nilai estetika yang tinggi. Berlian dapat memantulkan cahaya dengan indah, sehingga memberikan kesan yang mewah dan elegan. Berlian adalah salah satu jenis mineral yang paling berharga di dunia. Oleh karena itu, berlian sering digunakan sebagai perhiasan. Selain itu, berlian juga memiliki nilai estetika yang tinggi. Berlian dapat memantulkan cahaya dengan indah, sehingga memberikan kesan yang mewah dan elegan. Berlian adalah salah satu jenis mineral yang paling berharga di dunia. Oleh karena itu, berlian sering digunakan sebagai perhiasan.

Omega Deville Trésor hadir dengan desain yang elegan dan mewah. Jam tangan ini memiliki detail yang indah dan memberikan kesan yang tak terlupakan. Selain itu, Omega Deville Trésor juga memiliki fitur yang canggih dan praktis. Jam tangan ini cocok untuk digunakan sehari-hari. Dengan Omega Deville Trésor, Anda dapat menunjukkan gaya dan selera yang tak ternilai.

Omega Deville Trésor hadir dengan desain yang elegan dan mewah. Jam tangan ini memiliki detail yang indah dan memberikan kesan yang tak terlupakan. Selain itu, Omega Deville Trésor juga memiliki fitur yang canggih dan praktis. Jam tangan ini cocok untuk digunakan sehari-hari. Dengan Omega Deville Trésor, Anda dapat menunjukkan gaya dan selera yang tak ternilai.

Gambar 2.7 Artikel Fesyen dalam Koran Digital (Sumber : Gramedia Digital, E-Books Bisnis Indonesia)

3. Dunia Bisnis

Dunia bisnis dengan industri fesyen berhubungan satu dengan lainnya. Dalam hal ini berkaitan dengan kebutuhan, permintaan, dan distribusi produk fesyen tersebut. Ketika para pelaku usaha fesyen mulai menjual produknya ke target pasar mereka, pelaku usaha harus dapat

membangun bisnis dengan komitmen dan tenaganya. Dunia bisnis tidak lagi hanya menyangkut soal penjualan, tetapi juga pemasaran, pengolahan, distribusi produk, promosi, dan lainnya. Ketika ada tren fesyen sedang berlangsung, pelaku usaha harus dapat memberikan produk terbaiknya agar dapat bersaing di pasar pada saat tren fesyen tersebut berkembang.

#### 4. Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan fesyen di Indonesia. Ketika Internet mulai masuk dan digunakan oleh masyarakat Indonesia, kita sebagai pengguna Internet dapat melihat informasi dari seluruh dunia secara actual dan cepat. Seringkali perkembangan fesyen kita lihat melalui Internet dan bukan melalui media – media cetak lainnya. Masyarakat dapat menyaksikan berbagai kegiatan *fashion show* dari merk fesyen ternama dunia hanya dengan memakai Internet.



Gambar 2.8 New York Fashion Week 2021 Stream Online & Offline  
(Sumber : Arifa Sujon)

Maka dari itu, perkembangan teknologi memungkinkan kita sebagai pengguna fesyen atau desainer sekalipun untuk menyaksikan tren dan mengimplementasikannya dalam kehidupan kita sehari-hari. Selain menerima informasi tersebut, perkembangan teknologi memungkinkan orang – orang untuk belajar mengenai fesyen tanpa harus ke luar negeri.

Cara membuat pola pakaian, *mix and match* busana, pengolahan limbah tekstil menjadi pakaian baru, dan contoh lainnya merupakan dampak positif dari perkembangan teknologi terhadap fesyen di Indonesia.

### 2.5.2 Produk Fesyen di Indonesia

Fesyen dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori. Terutama di Indonesia, produk – produk fesyen harus sesuai dengan tujuan dan fungsi dari pemakaian produk itu sendiri dikarenakan cuaca iklim tropis yang dimiliki oleh Indonesia. Jika pengguna fesyen memadupadankan produk fesyen yang *stylist*, tetapi kurang nyaman saat dipakai, hal tersebut dapat menimbulkan efek samping pada kulit maupun gaya orang tersebut saat memakai produk fesyen. Ada beberapa klasifikasi besar dalam fesyen di Indonesia seperti yang dikutip dari tulisan Fadilla, Cory A, & Siagian, 2021 yaitu sebagai berikut.

#### A. Pakaian (Atasan/Bawahan)

Pakaian dapat berupa gaun, *two-pieces*, jas, jaket, mantel, blus, kemeja, kaos, celana bahan, *overalls*, *jumpsuit*, sweater, cardigan, kemeja polo, pakaian renang.



Gambar 2.9 Tipe – tipe Pakaian Atasan/Bawahan  
(Sumber : 123rf.com, Types of Fashion Products)

## B. Tambahan Fesyen Kecil

Tambahan fesyen dapat berupa bandana, selendang, sapu tangan, dasi, sarung tangan, kaos kaki, stoking.



Gambar 2.10 Contoh Produk Fesyen Kecil  
(Sumber : Pinterest, Types of Fashion Accessories)

## C. Aksesoris

Aksesoris dapat berupa perhiasan, aksesoris rambut, payung, ikat pinggang, tas, dompet, sepatu, kacamata, jam tangan.



Gambar 2.11 Tipe – tipe Aksesoris  
(Sumber : Pinterest, Types of Fashion Accessories)

### 2.5.3 Gaya Fesyen

Fesyen juga memiliki gaya – gaya tersendiri yang telah dikenal di seluruh dunia. Gaya fesyen tersebut memiliki keunikan dan ciri khas masing



– masing yang menonjol sehingga mudah untuk ditemukan dan diidentifikasi. Berikut merupakan contoh gaya fesyen yang dikenal di seluruh dunia.

A. Gothic

Nuansa gaya fesyen gothic adalah apapun yang gelap dan didominasi warna hitam. Selain itu aksesoris atau pakaian yang dipakai memiliki corak yang misterius, eksotis, dan kompleks.

B. Bohemian

Gaya fesyen bohemian memiliki ciri khas pada pemakaian warna *earth tone*, aksesoris yang banyak, dan motif – motif yang eksotis. Kebanyakan dari penyuka gaya bohemian merupakan orang yang identik dengan gaya hidup nomaden ala *hipster*.

C. Punk

Punk identik dengan gaya fesyen yang gelap dan menyeramkan namun lebih dalam lagi mempunyai makna yang simbolis tentang perlawanan akan gaya hippie dan modifikasi *rock n roll*. Gaya fesyen punk merupakan gaya yang mencolok dengan ciri khas rambut lancip, aksesoris berbahan besi dan metal serta pakaian serba hitam.

D. Vintage

Gaya fesyen vintage merupakan gaya fesyen ala tahun 90-an yang melekat sampai sekarang. Perpaduan warna – warna yang hangat dan bentuk renda yang banyak membuat gaya fesyen vintage masih banyak digemari sampai saat ini.

E. Retro

Gaya fesyen retro mengambil nuansa fesyen ala tahun 70-an sampai 90-an. Hal yang membedakan gaya fesyen retro dengan vintage adalah penggunaan warna yang terang dan berani. Biasanya gaya fesyen retro mengambil konsep ala bar atau club pada masa itu.

## F. Artsy

Gaya fesyen *artsy* mulai dikenal pada masa tahun 2000-an ke atas dimana gaya fesyen ini mempunyai fokus pada ekspresi diri sendiri. Dapat diartikan bahwa gaya fesyen *artsy* adalah ekspresi seseorang dalam bentuk cara berpakaian sehingga ia dapat menjadi dirinya sendiri (*personal branding*). Ciri khas gaya fesyen *artsy* terletak pada corak dan warna yang mencolok dan penuh, jarang ditemukan dan dipakai oleh kebanyakan orang. Gaya ini biasanya memakai warna – warna cerah neon dan bersifat *eye-catching*.

## 2.6 Gaya Desain

Desain secara umum memiliki berbagai macam gaya, baik itu desain grafis, produk, maupun interior. Gaya dalam desain dapat berarti suatu ekspresi atau sikap estetis yang muncul dari teknik penciptaan, konsep visual, maupun estetikanya (Sunarto, 2013). Gaya desain ini dapat menjadi sebuah ide dalam pembentukan desain yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari – hari. Selain itu, gaya desain juga dapat menjadi sebuah ciri khas atau karakteristik seorang desainer, desain pada zaman tertentu, maupun periodenya. Ada beberapa kategori dalam gaya desain, yaitu:

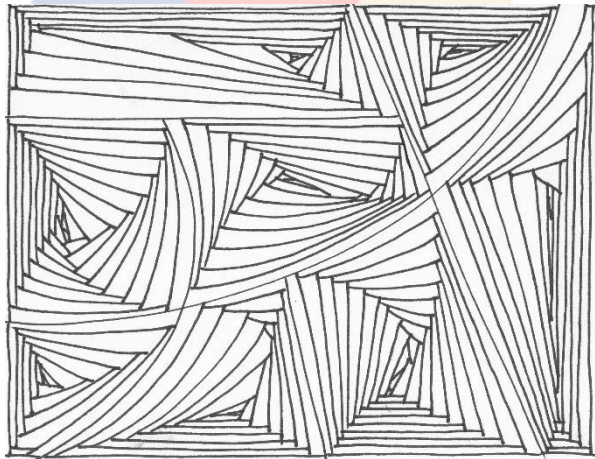
1. Gaya Zaman (*Period Style*)
2. Gaya Tempat
3. Gaya karena Suatu Gerakan Pemikiran (*Movement*)
4. Gaya Pribadi (*Personal Style*)

Keempat kategori tersebut menjadi acuan dalam pemilihan gaya desain oleh para desainer saat ini. Terdapat dua perbedaan besar akan keempat gaya desain tersebut. Gaya Zaman dan Gaya Tempat lebih bersifat mapan dan mendapat pengaruh alamiah yang terjadi secara berkesinambungan, sedangkan Gaya *Movement* dan Gaya Pribadi lebih bersifat ekspresif dari seorang desainer yang berupa inovasi atau ide konsep visual yang baru maupun pengembangan dari gaya desain yang sudah ada tanpa meninggalkan ciri khas gaya desain yang

bersangkutan. Perubahan dan perkembangan gaya desain dapat terbentuk akibat kondisi lingkungan, peradaban dan teknologi, maupun sikap atau sosiologis. Perbedaan satu gaya dengan gaya yang lain dapat diidentifikasi melalui elemen – elemen pembentuk desain berikut ini.

### 1. Garis

Pada dasarnya garis merupakan jejak yang ditinggalkan dari pergeseran dua buah titik. Jika jejak – jejak tersebut semakin banyak dan dibuat dalam sebuah harmoni, garis dapat membentuk gambar atau pola – pola. Garis dapat berfungsi sebagai *outline* atau garis luar/acuan dari sebuah gambar, maupun sebagai *shading* atau bayangan. Kumpulan garis yang diseimbangkan dapat memberikan kesan 2D atau 3D pada suatu gambar.



Gambar 2.12 Sebuah gambar dengan garis  
(Sumber : The Sketchbook Concern)

### 2. *Movement* atau *Emphasis*

*Movement* adalah gerak. *Emphasis* adalah sesuatu yang dibesarkan. Gerak dan *emphasis* dalam gaya desain digunakan untuk menentukan *point of interest* atau titik utama dari desain tersebut. *Movement* dan *emphasis* akan

mengarahkan mata kita sebagai indera penglihatan untuk menuju kepada titik sasaran visual sebuah gambar atau pola.



Gambar 2.13 Gambar dengan *movement*  
(Sumber : Virtual Learning)

### 3. Pola dan Tekstur

Elemen desain lain yang ada dalam gaya desain adalah pola dan tekstur. Pola terbentuk dari berbagai macam garis yang digambar dan diletakkan secara berulang. Tekstur terbentuk dari goresan – goresan yang dibentuk sedemikian rupa untuk memberikan kesan tekstur benda tertentu (misalnya kulit, permukaan tanah) agar orang yang melihat karya tersebut dapat turut merasakan kesan visual yang ada.

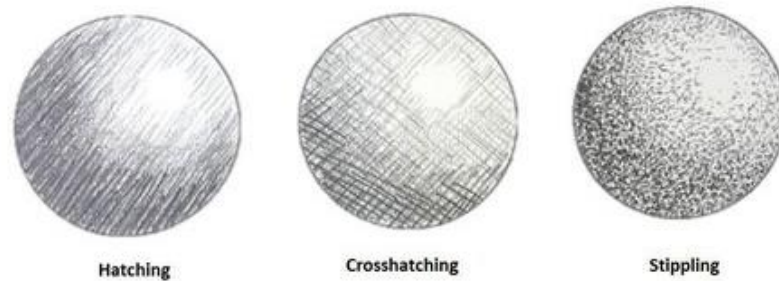


Gambar 2.14 Pola dan tekstur  
(Sumber : Vectezy)

### 4. *Shading* atau *Modeling*

Elemen berikutnya adalah *shading* atau *modeling*. *Shading* dihasilkan dari goresan – goresan garis yang digambar secara tebal-tipis untuk memberikan kesan bayangan. Ada tiga jenis *shading* dasar yaitu *hatching*, *cross-hatching*, dan *stippling*. *Hatching* merupakan *shading* dengan penggunaan

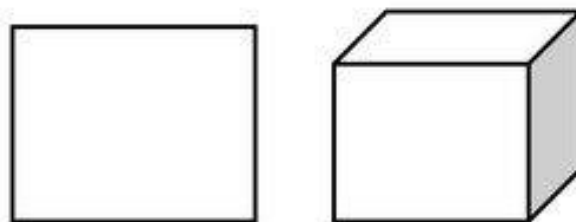
garis – garis yang parallel, sedangkan *cross-hatching* menggunakan teknik silang, dan *stippling* menggunakan titik – titik berjarak.



Gambar 2.15 Teknik *Shading*  
(Sumber : Quora.com, What are the Different Types of Shading Techniques?)

## 5. Bentuk dan Massa

Bentuk merupakan suatu area yang terbentuk dari garis yang menutup sedangkan massa adalah wujud tiga dimensional yang terkesan padat dan dapat dikenali semua ujungnya oleh indera penglihatan. Contoh dasar bentuk dan massa adalah lingkaran dan segiempat merupakan bentuk, sedangkan bola dan kubus adalah massa.



Gambar 2.16 Bentuk dan massa  
(Sumber : Pinterest, Element of Arts)

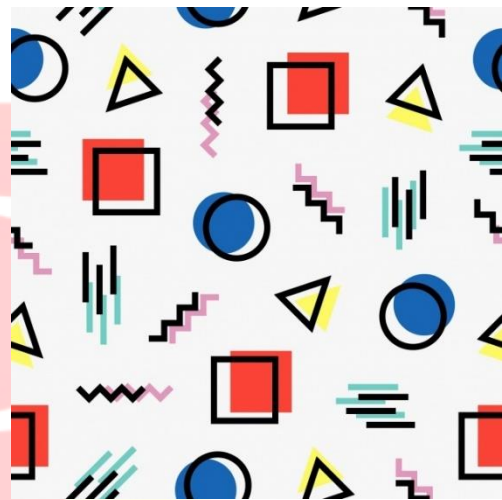
## 2.7 Gaya Memphis

Gaya Memphis merupakan sebuah gaya desain yang dikemukakan oleh desainer asal Italia, Ettore Sottsass. Pada awalnya, Sottsass membangun Memphis Group bersama dengan 22 orang desainer lainnya pada tahun 1981-1987. Menurut Sharon & Gumulya (2020), asal nama Memphis sendiri cukup unik karena berawal dari lagu Bob Dylan berjudul “Stuck Inside of Mobile with the Memphis Blues Again” yang secara terus – menerus diputar pada saat grup Memphis ini menjalankan rapat bersama. Gaya desain Memphis terlihat berbeda dari gaya desain lainnya yang minimalis, simpel, ataupun memiliki warna yang senada. Tujuan awal

dari pembentukan gaya desain Memphis adalah untuk memberikan ruang pada desainer – desainer yang memilih untuk tidak mendesain sesuatu dengan gaya desain yang terlalu serius, namun juga tetap menghadirkan fungsi selayaknya produk itu akan digunakan. Memphis mendapatkan pengaruh dari gaya Art Deco, Pop Art, 1950s Kitsch, Aztec Art, dan Totem yang juga berkembang pada saat Memphis menjadi terkenal tahun 80-an.



Gambar 2.17 Gaya Desain Memphis dengan Warna Pastel (Sumber : FineArtAmerica)



Gambar 2.18 Gaya Desain Memphis dengan Warna Primer (Sumber : Freepik)


Memphis hadir dengan berbagai corak berbentuk geometris, lingkaran, dan garis – garis bergelombang dengan warna yang mencolok terkesan norak. Biasanya warna yang dipakai menggunakan *tone* warna neon yang berani, kombinasi warna – warna primer, dan pastel. Jika dilihat secara estetika, gaya desain Memphis akan menjadi tidak lazim saat diaplikasikan ke dalam suatu produk. Kepopuleran gaya Memphis karena ciri khasnya menjadi peluang bagi desainer dari seluruh dunia untuk merancang produk mereka dengan gaya Memphis.


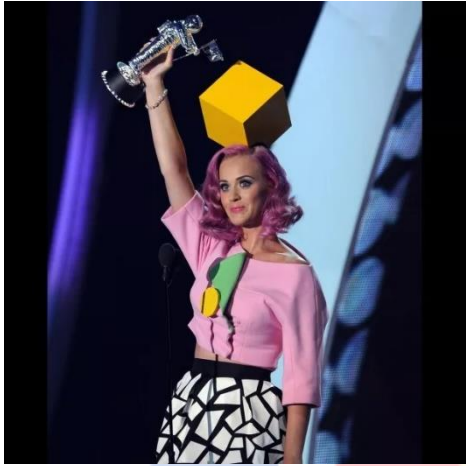



Gambar 2.19 Produk dengan Gaya Desain Memphis  
(Sumber : Kreativv)



Eksplorasi gaya desain Memphis yang tidak terbatas menjadi salah satu faktor mengapa Memphis menjadi pilihan bagi para desainer untuk digunakan sebagai konsep produk mereka. Ada beberapa produk dengan gaya desain Memphis yang paling populer sejak awal Memphis Group berdiri, yaitu sebagai berikut (Rahmatika, 2021).


Tabel 2.1 Produk – produk dengan Gaya Memphis  
(Sumber : 99.co)


No.	Foto Produk	Keterangan
1	 <p data-bbox="520 1749 868 1809">Gambar 2.20 The Ashoka Lamp (Sumber : 99.co)</p>	<p data-bbox="1038 1368 1425 1512">The Ashoka Lamp Karya Ettore Sottsass dari Memphis Group</p>

2	 <p data-bbox="485 618 903 678">Gambar 2.21 Apple Watch tahun 1995 (Sumber : 99.co)</p>	<p data-bbox="1038 230 1350 320">Prototype Apple Watch Tahun 1995</p>
3	 <p data-bbox="453 1263 916 1323">Gambar 2.22 Busana Karya Christian Dior (Sumber : 99.co)</p>	<p data-bbox="1038 748 1430 1010">Penyanyi papan atas Katy Perry memakai busana karya Christian Dior pada acara MTV Video Music Awards tahun 2011.</p>
4	 <p data-bbox="539 1720 847 1780">Gambar 2.23 Karpets Tapigri (Sumber : 99.co)</p>	<p data-bbox="1038 1328 1430 1641">Karpets Tapigri karya Nathalie Du Pasquier yang diproduksi oleh perusahaan bernama La Chance dan hadir dalam pameran Milan Design Week 2013.</p>



<p>5</p>	 <p>Gambar 2.24 Busana Karya Nathalie Du Pasquier (Sumber : 99.co)</p>	<p>Koleksi busana karya Nathalie Du Pasquier tahun 2014.</p>
<p>6</p>	 <p>Gambar 2.25 Gedung “Dream Come True” (Sumber : 99.co)</p>	<p>Gedung “Dream Come True” karya Camille Walala tahun 2015 yang berlokasi di Great Eeastern Street, London Timur.</p>

<p>7</p>	 <p>Gambar 2.26 <i>Flagship Store</i> karya Kartell (Sumber : 99.co)</p>	<p>Flagship Store Tribute karya Kartell tahun 2015.</p>
<p>8</p>	 <p>Gambar 2.27 <i>Skateboards</i> karya Alessandro Mendini (Sumber : 99.co)</p>	<p>Skateboards karya Alessandro Mendini Bersama SUPREME.</p>
<p>9</p>	 <p>Gambar 2.28 Acara Lelang David Bowie (Sumber : 99.co)</p>	<p>Acara lelang produk bergaya Memphis koleksi David Bowie.</p>

10	 <p data-bbox="472 636 932 696">Gambar 2.29 Mobil Garage Italia Customs (Sumber : 99.co)</p>	Desain visual mobil karya Garage Italia Customs Bersama BMW.
----	---	--

## 2.8 Cross-Culture

*Cross-culture* atau dalam bahasa Indonesia adalah lintas budaya merupakan sebuah hubungan interaktif antara dua atau lebih kebudayaan yang berbeda. *Cross-culture* seringkali dipakai sebagai salah satu acuan untuk melakukan sebuah penelitian karena sifatnya yang saling mengikat dan tidak menghilangkan nilai orisinal dari dua atau lebih kebudayaan yang digunakan dalam penelitian tersebut. Selain itu, penelitian dengan menggunakan studi *cross-culture* juga bertujuan untuk mendapatkan sebuah konklusi terhadap pertemuan dua atau lebih kebudayaan yang berbeda dari segi persepsi, bentuk, nilai, maupun merekonstruksi ulang kebudayaan – kebudayaan tersebut menjadi sesuatu yang baru (Pardede, 2009). Berikut merupakan contoh desain produk *cross-culture* yang menganut sistem *cross-culture*.



Gambar 2.30 Kursi “North East West” Karya Fritz Hansen  
(Sumber : Design Boom)

“North East West” karya Fritz Hansen merupakan produk hasil *cross-culture* antara kebudayaan Nordic dengan sentuhan budaya Jepang dengan kualitas dari pengrajin Italia. Sang desainer merasakan adanya keterikatan antara budaya - budaya tersebut terutama dalam cinta kepada alam, pohon, dan bunga pada saat musimnya tiba.



Gambar 2.31 Sepatu Sneakers “FLYMAX”  
(Sumber : Atlantis Press)

Sepatu dengan merk “FLYMAX” mengembangkan konsep *cross-culture* yang berupa tulisan tradisional dari Jawa yaitu Hanacaraka dengan sepatu modern bergaya *sneakers* yang berasal dari Amerika. Pemilihan produk sepatu sehari – hari ini diharapkan desainer dapat mengingatkan kalangan anak muda bahwa budaya tradisional Indonesia seperti tulisan tradisional Hanacaraka semakin lama semakin menghilang (Ardhianto, Adia Mahanaim, Hsieh, & Chen, 2021).

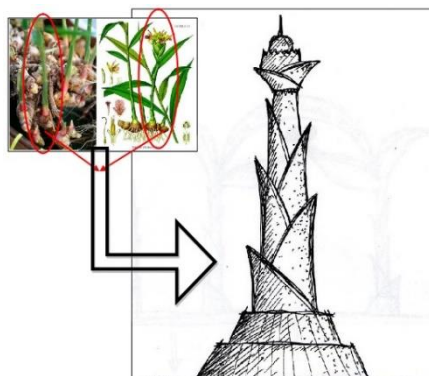
## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Gunawan (2013), metode kualitatif merupakan metode yang hasil datanya tidak dihasilkan dari prosedur statistik atau hitungan, melainkan memahami dan menafsirkan tingkah laku manusia menurut perspektif penulis. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna dari suatu objek secara mendalam dan untuk mengembangkan konsep dari suatu permasalahan atau fenomena yang sedang diteliti. Data yang diambil untuk penelitian kualitatif berorientasi pada kasus yang unik dan jumlah data akan diambil secara menyeluruh sampai pada titik dimana data tersebut dianggap memuaskan dan cukup. Alat dari penelitian kualitatif adalah penulis dari penelitian itu sendiri. Pada saat melakukan penelitian, penulis akan terjun langsung ke lapangan untuk meneliti secara aktif. Hasil penelitian tersebut akan disebut sebagai data primer. Sedangkan data – data tambahan atau pendukung untuk penelitian disebut sebagai data sekunder dan dapat diperoleh melalui studi literatur.

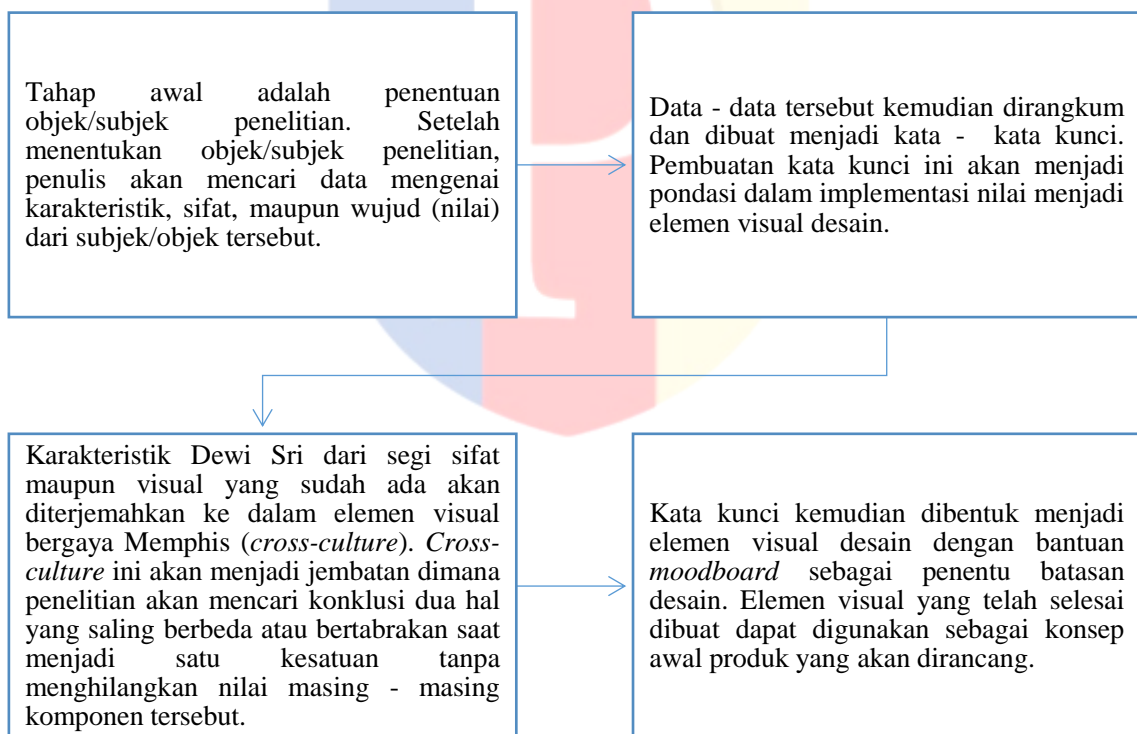
### 3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metafora rupa. Metafora rupa pada dasarnya adalah menggunakan sistem tanda untuk sistem tanda yang lain. Menerjemahkan suatu tanda dengan bentuk tanda yang berbeda berdasarkan kesamaan atau similaritasnya (Sekayasa, 2009).



Gambar 3.1 Contoh Pendekatan Metafora Rupa  
(Sumber : ndyteen)

Dalam konteks penelitian ini metafora rupa adalah penerapan narasi/teks ke dalam gaya desain Memphis yang bersifat semantik. Semantik berasal dari Bahasa Yunani “sema” yang artinya tanda atau lambang. Pada dasarnya, semantik lebih menekankan pada suatu nilai atau makna (Sachari & Sunarya, 2000). Semantik akan berfokus pada pemaknaan visual yang dihasilkan dari proses desain (Waskito, 2014). Melalui pendekatan metafora rupa, seorang desainer akan membuat suatu karya melalui konsep yang telah dipilih sebelumnya kemudian konsep tersebut diterjemahkan ke dalam sebuah elemen – elemen desain dan pada akhirnya menghasilkan suatu karakter bentuk atau citra tertentu. Untuk penelitian ini, penulis juga akan melakukan pendekatan metafora rupa yang bersifat semantik dengan sifat *cross-culture*. *Cross-culture* di sini akan membantu komponen – komponen yang dibahas agar tidak hilang orisinalitas dan nilai – nilainya. Berikut merupakan alur pendekatan penelitian menggunakan pendekatan metafora rupa.



Gambar 3.2 Skema Metafora Rupa  
(Sumber : Dokumen pribadi)

### 3.3 Penentuan Sumber Data dan Informasi

Terdapat dua jenis data yang akan dijabarkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut terkait penentuan sumber data dan informasi data primer dan data sekunder.

#### 3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung kepada sumbernya. Data primer dapat melibatkan sejumlah partisipan untuk pengumpulan data. Terkait proses pengambilan data primer pada penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data dengan cara observasi dan survei. Observasi mengenai cerita rakyat Indonesia “Dewi Sri” dan luaran produk yang beredar di pasar dan gaya desain Memphis. Survei dilakukan secara daring kepada partisipan mengenai penerapan konsep cerita rakyat Indonesia dengan gaya Memphis ke dalam produk fesyen. Berikut merupakan survei yang dilakukan oleh penulis terhadap partisipan.

Email
Nama
Jenis Kelamin <ul style="list-style-type: none"><li>• Laki – laki</li><li>• Perempuan</li></ul>
Usia <ul style="list-style-type: none"><li>• &lt; 17 tahun</li><li>• 17 - 20 tahun</li><li>• 21 - 25 tahun</li><li>• 26 - 30 tahun</li><li>• &gt; 30 tahun</li></ul>
Pekerjaan
Apakah Anda bersedia untuk dihubungi lebih lanjut setelah mengisi survei ini? * <ul style="list-style-type: none"><li>• Ya</li><li>• Tidak</li></ul>
Jika ya, mohon ketersediannya untuk meninggalkan nomor HP yang dapat dihubungi di bawah ini. *
<b><i>Penelitian dan Perancangan Produk</i></b> <b><i>Pada bagian ini, responden akan diberikan pertanyaan dan pilihan mengenai cerita rakyat Indonesia, gaya Memphis, dan produk terkait.</i></b>
Apakah Anda mengetahui cerita rakyat yang berasal dari Indonesia? * <ul style="list-style-type: none"><li>• Ya</li><li>• Tidak</li></ul>
Jika ya, cerita rakyat apa yang Anda ketahui? (Jika tidak, isi dengan "tidak ada") *
<b><i>Tentang Dewi Sri</i></b> <b><i>Dewi Sri merupakan salah satu cerita rakyat yang ada di Indonesia. Dewi Sri identik dengan legenda tanaman padi dan juga sebagai simbol kesuburan (Kridalaksana, 2001). Arti dibalik nama Sri berasal dari Bahasa Sansekerta</i></b>

*yang artinya adalah kesuburan (prosperity), kekayaan (welfare), keberuntungan (good fortune), kesehatan (health), keindahan (beauty), dan personifikasi (personification). Dewi Sri dianggap sebagai dewi dengan karakteristik yang cantik dan menawan, baik hati, disukai setiap pribadi di negeri khayangan. Kesuciannya juga membawa kesuburan dan kemakmuran bagi alam Nusantara. Dewi Sri memiliki cerita yang menyedihkan, namun membawa berkat di sekitarnya.*

Apakah Anda pernah mendengar cerita rakyat "Dewi Sri"? \*



Gambar 3.3 Ilustrasi Dewi Sri  
(Sumber : Google Images)

- Ya
- Tidak

Apakah Anda tertarik dengan desain produk dengan konsep budaya tradisional cerita rakyat Indonesia tersebut? \*

- Ya
- Tidak

Apakah Anda mengetahui desain bergaya Memphis? \*



Gambar 3.4 Gaya Desain Memphis  
(Sumber : 99.co)

- Ya
- Tidak

Menurut Anda, seberapa menarik gaya desain Memphis tersebut? \*

**Tentang Gaya Memphis**

*Gaya Memphis merupakan sebuah gaya desain yang dikemukakan oleh desainer asal Italia, Ettore Sottsass. Pada awalnya, Sottsass membangun Memphis Group bersama dengan 22 orang desainer lainnya pada tahun 1981-1987. Memphis hadir dengan berbagai corak berbentuk geometris, lingkaran,*



*dan garis – garis bergelombang dengan warna yang mencolok terkesan norak. Biasanya warna yang dipakai menggunakan tone warna neon yang berani, kombinasi warna – warna primer, dan pastel.*

Apakah Anda mengetahui desain produk bergaya Memphis? \*



Gambar 3.5 Busana Bergaya Memphis  
(Sumber : 99.co)

- Ya
- Tidak

Produk fesyen apa yang paling Anda gemari? \*

- Atasan (kaos, kemeja, blouse, dll)
- Bawahan (celana, rok, dll)
- Luaran (jaket, cardigan, dll)
- Aksesoris (perhiasan, topi, dll)

*Penggabungan Konsep Cerita Rakyat Indonesia "Dewi Sri" dengan Gaya Memphis. Pada bagian ini akan diberikan pertanyaan terkait penggabungan konsep cerita rakyat Indonesia "Dewi Sri" dengan gaya desain Memphis ke dalam produk fesyen.*

Ilustrasi Dewi Sri (kiri) dan fesyen bergaya Memphis (kanan)



Gambar 3.6 Konsep Awal Desain antara Dewi Sri dan gaya Memphis  
(Sumber : Google Images)

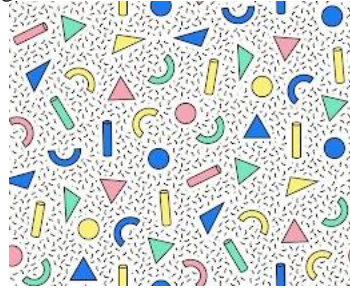
Produk fesyen apa yang menarik untuk dikembangkan dengan konsep dari cerita Dewi Sri dan gaya Memphis? \*

- Atasan (kaos, kemeja, blouse, dll)
- Bawahan (celana, rok, dll)
- Luaran (jaket, cardigan, dll)
- Aksesoris (perhiasan, topi, dll)

Menurut Anda, motif apa yang paling menarik dari ilustrasi di bawah ini? \*



A



B



C



D

Menurut Anda, warna apa yang paling menarik dari produk fesyen di bawah ini? \*



A



B



C



D

Menurut Anda, bentuk apa yang paling menarik dari produk fesyen di bawah ini? \*



A



B



C



D

Menurut Anda, seberapa menarik produk dengan konsep cerita rakyat "Dewi Sri" yang bergaya Memphis?\*

Seberapa Anda tertarik dengan produk yang dengan konsep cerita rakyat "Dewi Sri" yang bergaya Memphis?\*

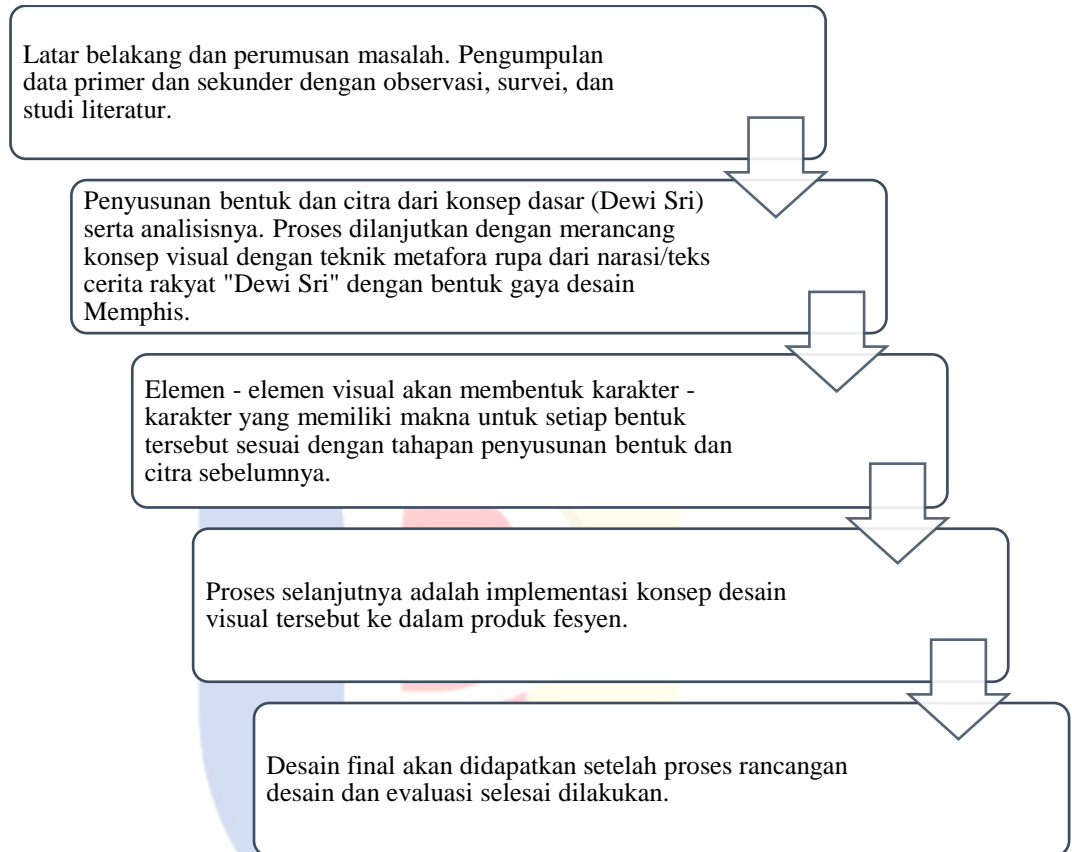
Saran untuk desain produk fesyen berbasis konsep tersebut?\*

### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sehingga proses pengumpulan data sekunder tidak secara langsung dari sumber. Data sekunder juga sudah berbentuk informasi sehingga tidak ada proses pengolahan data pada kategori data sekunder. Data sekunder dari penelitian ini akan diambil melalui studi literatur yang mencakup buku atau teks, dan artikel.

Setelah mengumpulkan data primer dan data sekunder, maka proses selanjutnya adalah membuat sebuah konsep desain produk fesyen secara visual dan bentuk menggunakan data yang sudah dianalisis sebelumnya. Konsep tersebut

terbentuk dari sebuah implementasi narasi/teks ke dalam sebuah bentuk desain produk dan visual yang modern. Berikut merupakan skema proses penelitian dan desain.



Gambar 3.7 Skema Proses Penelitian dan Desain dengan Pendekatan Metafora Rupa  
(Sumber : Dokumen pribadi)