

BAB III

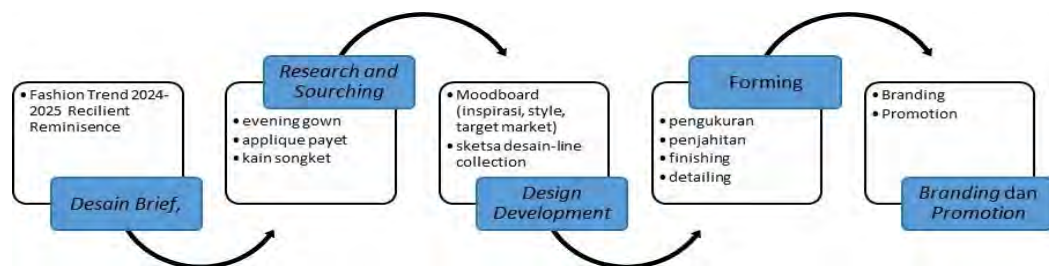
METODE PENCIPTAAN

Metode penciptaan adalah langkah-langkah atau cara untuk menciptakan sesuatu yang sebelumnya telah dipikirkan terlebih dahulu untuk diwujudkan (Sapitri, Y. 2016:46). Secara umum metode dapat diartikan sebagai suatu cara untuk bergerak atau melakukan sesuatu secara sistematis dan tertata, keteraturan pemikiran dan tindakan, atau juga teknik dan susunan kerja dalam bidang atau lapangan tertentu (Rohidi, 2011:171). Metode penciptaan kini termasuk dalam bagian ilmiah karena penciptaan melibatkan proses berpikir serta langkah-langkah yang prosedural. Menurut (Mujiono 2010: 75), bahwa prosedur yang dimaksud adalah “keseluruhan proses penciptaan, mulai dari pencarian subjek penciptaan, penetapan objek penciptaan, pencarian landasan teoretik atau pengalaman empirik sampai mencakupi metode penciptaan yang dibarengi eksplorasi teknik, bahan, dan akhirnya ke produk seni rupa”.

Sehubungan dengan hal di atas, metode atau tahapan penciptaan karya ini berbasis pada *Frangipani, The Secret Steps of Art Fashion* dari Ratna (2021: 5-7). Metode ini telah digunakan oleh desainer yang mengangkat budaya Bali seperti yang dilakukan oleh Paramita, Ni Putu Darmara, Wiadnyani, Ni Komang dan Priatmaka dalam menciptakan busana dengan Konsep Pemedal Agung Puri Semarajaya Klungkung (2023: 134-140). Pada prinsipnya metode ini terdiri dari sepuluh tahapan, yakni: (1) *Finding the Brief Idea* (menentukan ide pemantik), (2) *Researching and Sourcing of Art Fashion* (riset dan sumber dari seni *fashion*), (3) *Analizing Art Fashion Element* (analisis elemen seni *fashion*), (4) *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (menarasikan ide seni *fashion* ke dalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi), (5) *Giving a Soul to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy, and Construction* (memberikan jiwa pada ide seni *fashion* melalui contoh, *sample*, dan konstruksi pola), (6) *The Final Collection* (koleksi *final*), (7) *Promoting and Making a Unique Art Fashion* (mempromosikan dan membuat seni *fashion* yang unik), (8) *Affirmation Branding* (afirmasi merek), (9)

Navigating Art Fashion Production (mengarahkan produksi seni *fashion*). dan (10) *Introducing The Art Fashion Business* (memperkenalkan bisnis seni *fashion*).

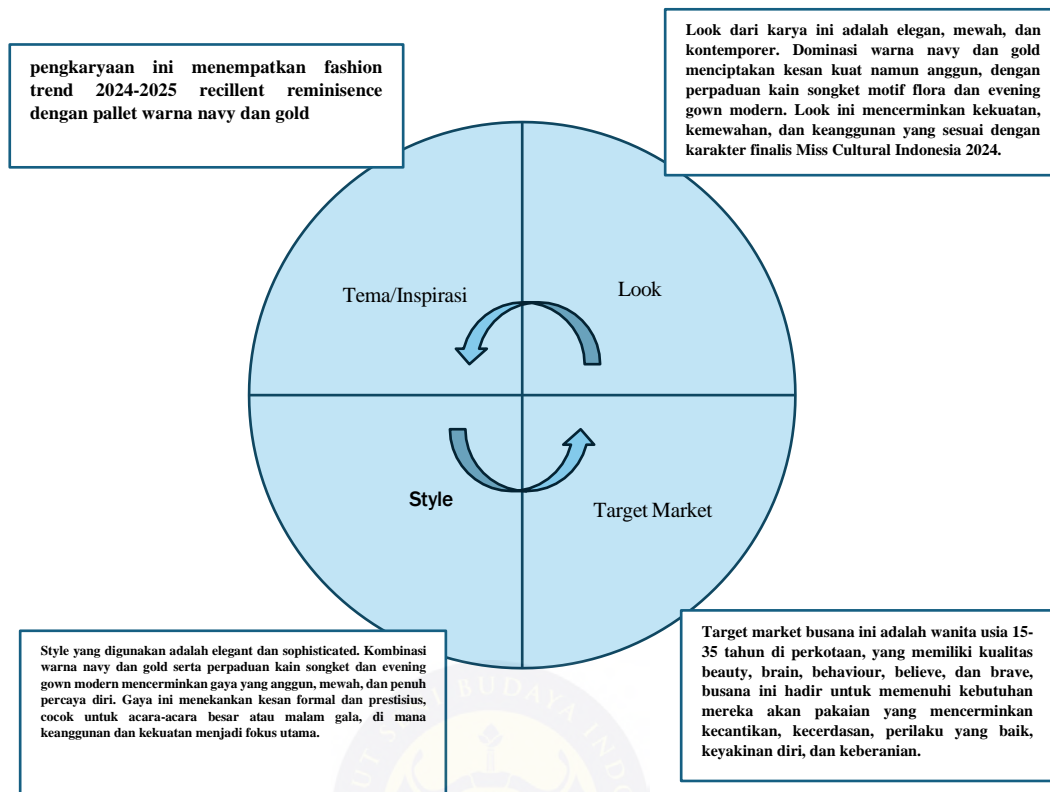
Dalam konteks tugas akhir ini pengkarya membagi kesepuluh tahapan di atas menjadi lima tahap, yakni: (1) *Desain Brief*, (2) *Research and Sourcing*, (3) *Design Development*, (4). *Forming*, dan (5). *Promotion, Marketing, Branding, and Sales*. Berdasarkan penjelasan diatas, thapan metode penciptaan karya ini dapat dijelaskan melalui bagan berikut.



Gambar 3. 1 Proses penciptaan karya
(Dani, 2024)

3.1 Desain Brief

Pada tahap ini pengkarya menempatkan *Fashion Trend 2024-2025 Recilient Reminiscence* sebagai ide pemantik karya. Pilihan ini didasarkan pada kebutuhan estetik yang selaras dengan penyajian karya, yakni dikenakan oleh tiga *finalist* Miss Cultural Indonesia 2024 yang didominasi warna *navy* dan *gold*. Ide ini kemudian dikonstruksi menjadi konsep desain yang selanjutnya diteliti dengan mencari sumber-sumber yang dapat dipercaya. Keluaran tahapan ini berupa peta pikir (*mind mapping*) ide pemantik konsep desain.



Gambar 3. 2 Mind mapping
(Dani, 2025)

3.2 Research and Sourcing

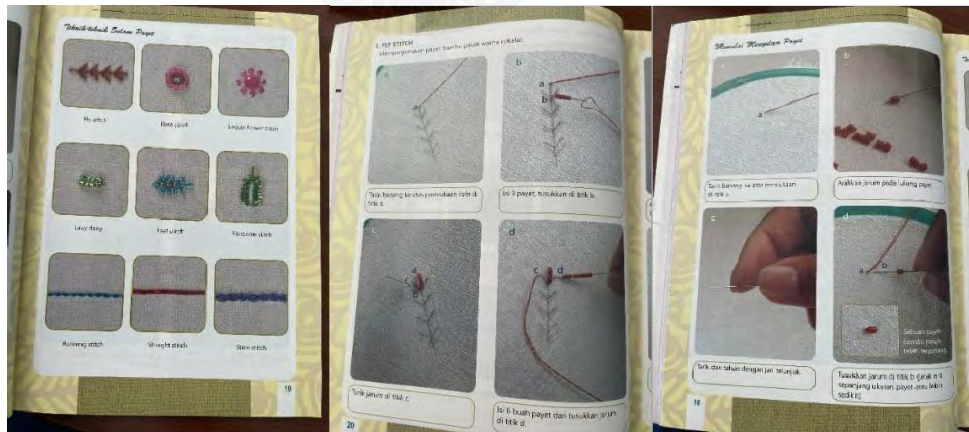
Pada tahap ini pengkarya melakukan riset terhadap objek penciptaan itu sendiri, yakni *evening gown*, *applique* payet dan kain songket. Riset ini diperlukan untuk menggali kemungkinan aspek bentuk *evening gown* berserta kelengkapannya melalui studi pustaka, *study pictorial*, dan berdasarkan pengalaman empirik pengkarya sebagai desainer di berbagai *event* sejenis, seperti Miss Universe Indonesia, Grand Model Indonesia, Putera Puteri Batik Jawa Barat dan *event* lainnya. Keluaran tahap kedua adalah hasil riset dengan sumber ilmiah yang bermuara pada konsep desain. Konsep desain ini juga didasarkan pada analisis terhadap elemen estetis *evening gown*, yakni dari sisi *form* (bentuk) dan konten, yakni muatan karya atau pesan yang akan disampaikan melalui bentuk.

Penggalian data-data riset penciptaan ini melalui beberapa tahapan penting, diantaranya sebagai berikut :

- 1) **Studi pustaka dan piktorial.** Pada tahap ini pengkarya mengumpulkan referensi dari berbagai sumber, termasuk buku, majalah mode, dan gambar-gambar yang relevan dengan tema desain, teknik *applique* payet, dan penggunaan kain songket. Berikut pengkarya sedang mencari referensi dari berbagai sumber.



Gambar 3.3 Pencarian referensi buku mengenai karya yang akan dibuat
(Dokumentasi : Dani, 2024)



Gambar 3. 4 Pengkarya mendapatkan materi teknik sulam payet
(Dokumentasi : Dani, 2024)

- 2) **Bentuk (*form*).** Pada tahap ini pengkarya mencari siluet yang cocok untuk *evening gown* yang akan dibuat seperti panjang gaun, detail kerah dan lengan serta siluet *A-line*, *ballgown* dan *mermaid*



Gambar 3.5 Siluet A-line
(Sumber : <https://id.pinterest.com/anisazulfawafa/macam-bentuk-siluet/>
diunduh pada tanggal 7 mei 2025)



Gambar 3.6 Siluet S-line
(Sumber : <https://id.pinterest.com/anisazulfawafa/macam-bentuk-siluet/>
diunduh pada tanggal 7 Mei 2025)

- 3) **Warna.** Pada tahapan ini pengkarya mencari warna yang sesuai dengan tema dan target pasar dari referensi *trend forecasting 2024-2025 resilient*. Berikut adalah gambar warna yang dipilih oleh pengkarya.



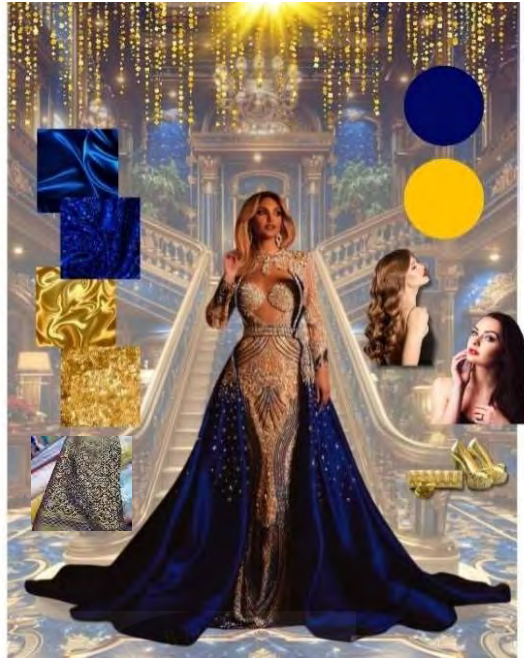
Gambar 3.7 Referensi warna
(Sumber : *fashion trend 2024-2025*)

- 4) Konten. Pada elemen ini pengkarya memasukan pesan atau tema yang ingin disampaikan melalui desain, yaitu kesan elegan, mewah, modern, tradisional, dan sebagainya.
- 5) Pemilihan Bahan. Pada tahap ini pengkarya memilih bahan yang sesuai dengan desain, termasuk kain songket, bahan dasar *evening gown*, dan bahan untuk *applique* payet. Pembelian bahan untuk pengkaryaan keseluruhan dilakukan secara *online*, mulai dari bahan utama dan bahan pendukung lainnya.

3.3 Design Development

Pada tahap ini pengkarya menuangkan gagasan ide pengkaryaan ke dalam bentuk dua dimensi yang diawali dengan pembuatan tiga *moodboard*, yakni *moodboard* inspirasi, *moodboard* style dan *moodboard* target market. Berangkat dari ketiga *moodboard* tersebut kemudian dibuat sketsa desain, desain terpilih, hingga ditemukan master desain yang menjadi *line collection* dan siap dieksekusi menjadi karya yang sesungguhnya. Berikut dalah beberapa *moodboard* yang sudah dibuat oleh pengkarya:

3.3.1 *Moodboard* Inspirasi



Gambar 3. 8 *Moodboard* inspirasi

(Sumber : Dani, 2024)

Moodboard ini dibuat dari inspirasi *Fashion Trend 2024-2025 Resilient* subtema *Reminiscence* sebagai ide pemantik karya. Fokus utama yang diambil adalah padu-padan kain songket berwarna *navy* dan *gold* karena menyelaraskan dengan kebutuhan estetik penyajian karya di *event* Mister Miss Cultural Indonesia 2024.

3.3.2 *Moodboard style*

Moodboard style dapat didefinisikan sebagai pendekatan visual yang sistematis dalam mengumpulkan dan mengatur elemen-elemen desain untuk menyampaikan estetika, tema, atau konsep tertentu sebelum implementasi desain yang sebenarnya. (Pratama et al., 2022, hlm. 102). Berikut adalah *moodboard style* yang dibuat pengkarya.



Gambar 3.9 *Moodboard style*
(Sumber : Dani, 2024)

Style yang digunakan pada pengkaryaan ini yaitu royal couture, dengan ciri penggunaan kain *exclusive*, *detailing* yang cukup rumit dan proses jahit tingkat tinggi.

3.3.3 Moodboard Target Market

Moodboard target pasar membantu tim desain dan pemasaran *fashion* untuk memiliki pemahaman visual yang sama mengenai siapa konsumen mereka, apa yang mereka inginkan, dan bagaimana merek dapat berkomunikasi secara efektif dengan mereka melalui produk dan citra visual (Hidayat & Dewi, 2020:68). Berikut adalah *moodboard* target market yang dibuat oleh pengkarya.



Gambar 3.10 *Moodboard* target market
(Sumber : Dani, 2024)

Moodboard target market diatas ditujukan untuk model wanita usia 15-35 tahun yang memiliki 5B yaitu, *beauty, brain, behavior, believe* dan *brave*.

3.3.4 9 Look Sketsa Desain



Gambar 3.11 9 *Look* Sketsa desain
(Sumber : Dani, 2024)

3.3.5 9 Look Alternatif Desain

Pada tahap ini pengkarya membuat beberapa alternatif desain yang lebih detail berdasarkan konsep yang telah dikembangkan. Berikut alternatif desain yang pengkarya buat.



Gambar 3.12 Alternatif desain
(Sumber : Dani, 2024)



Gambar 3.13 9 Alternatif desain
(Sumber : Dani, 2024)

3.3.6 3 Look Karya Mater





Berikut adalah master desain terpilih yang menjadi *line collection*.



Gambar 3.14 3 Look Karya Master
(Sumber : Dani, 2024)

3.3.6.1 Material karya

Tabel 3.1 Material karya

Material	Keterangan
	<p>Kain satin maxmara</p> <p>Kain ini digunakan pada ketiga karya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serat sintetis • Mengkilap • <i>Flowly</i> • Jatuh • Memberikan kesan mewah
	<p>Kain satin maxmara</p> <p>Kain ini digunakan pada ketiga karya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serat sintetis • Mengkilap • <i>Flowly</i> • Jatuh • Memberikan kesan mewah
	<p>Kain tille polos</p> <p>Kain ini hanya digunakan pada karya 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serat sintetis • Kaku • <i>Transparant</i> • Mengembang
	<p>Kain tille payet</p> <p>Kain ini digunakan pada ketiga karya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serat sintetis • Jatuh • Bertekstur • Memberikan kesan mewah • Berat • mengkilap



Kain sequins *gold*

Kain ini digunakan pada ketiga karya

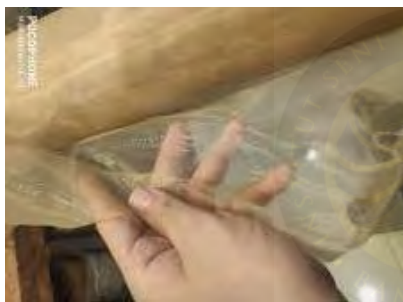
- Serat sintetis
- *stretch*
- sangat mengkilap
- bertekstur
- jatuh
- berat



Kain sequins *navy*

Kain ini digunakan pada ketiga karya

- Serat sintetis
- *stretch*
- sangat mengkilap
- bertekstur
- jatuh
- berat



Kain tulle gazar

Kain ini digunakan pada ketiga karya

- Serat sintetis
- *transparant*
- ringan
- kaku
- sedikit mengkilap

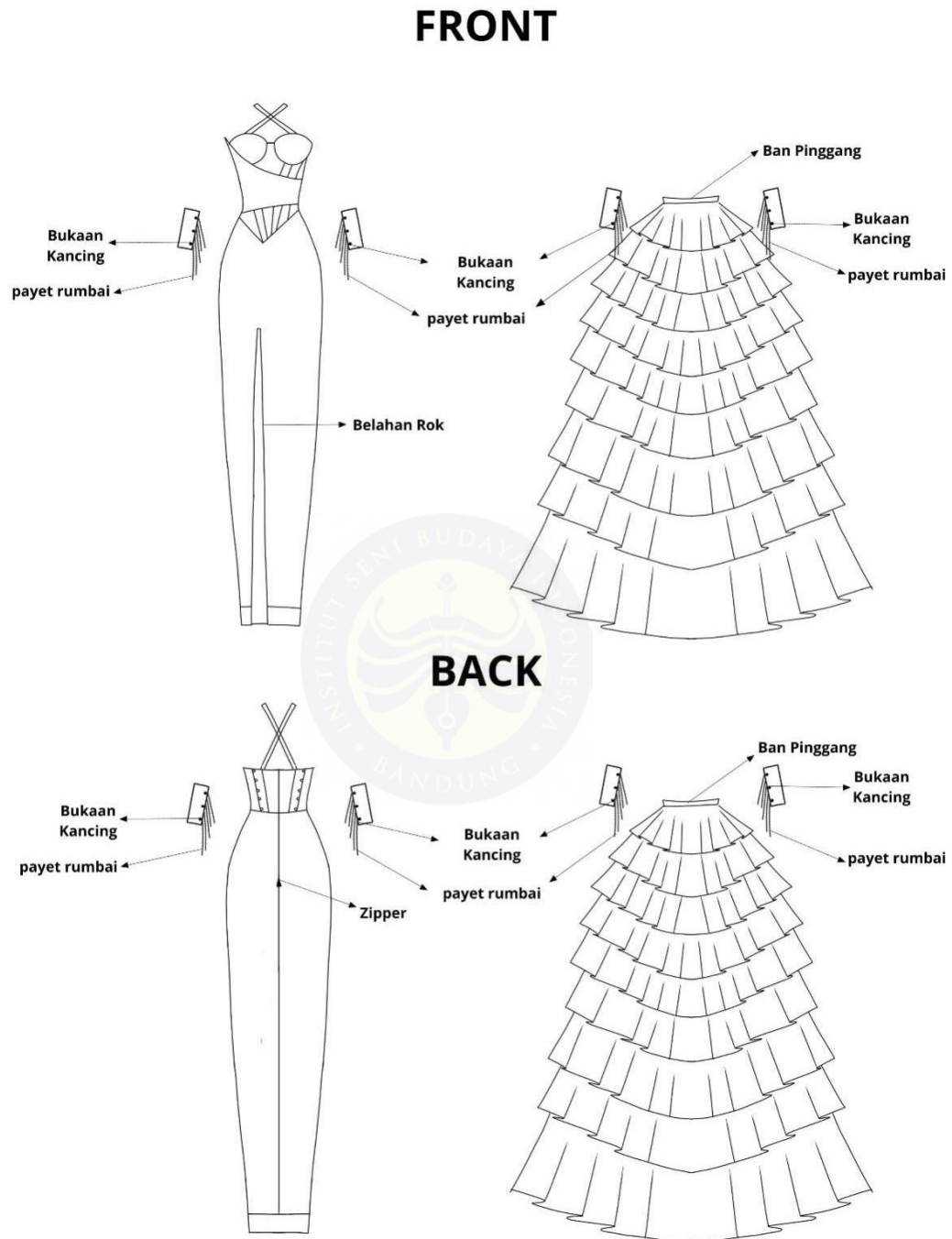


Kain sequins *navy besar*

Kain ini digunakan pada ketiga karya

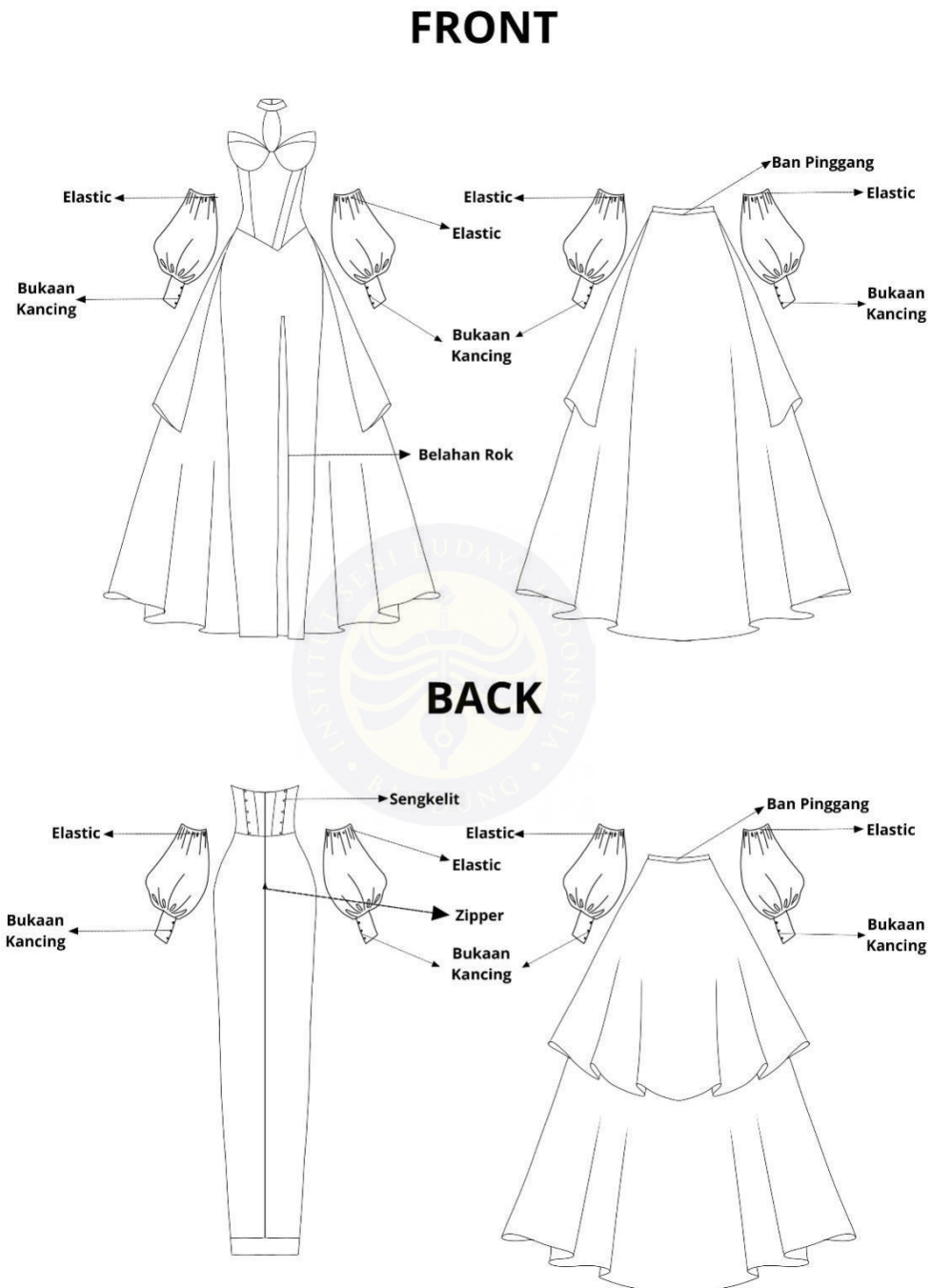
- Serat sintetis
- Jatuh
- Bertekstur
- Memberikan kesan mewah
- Ringan
- Mengkilap

3.3.6.2 Hanger Desain Karya Look 1



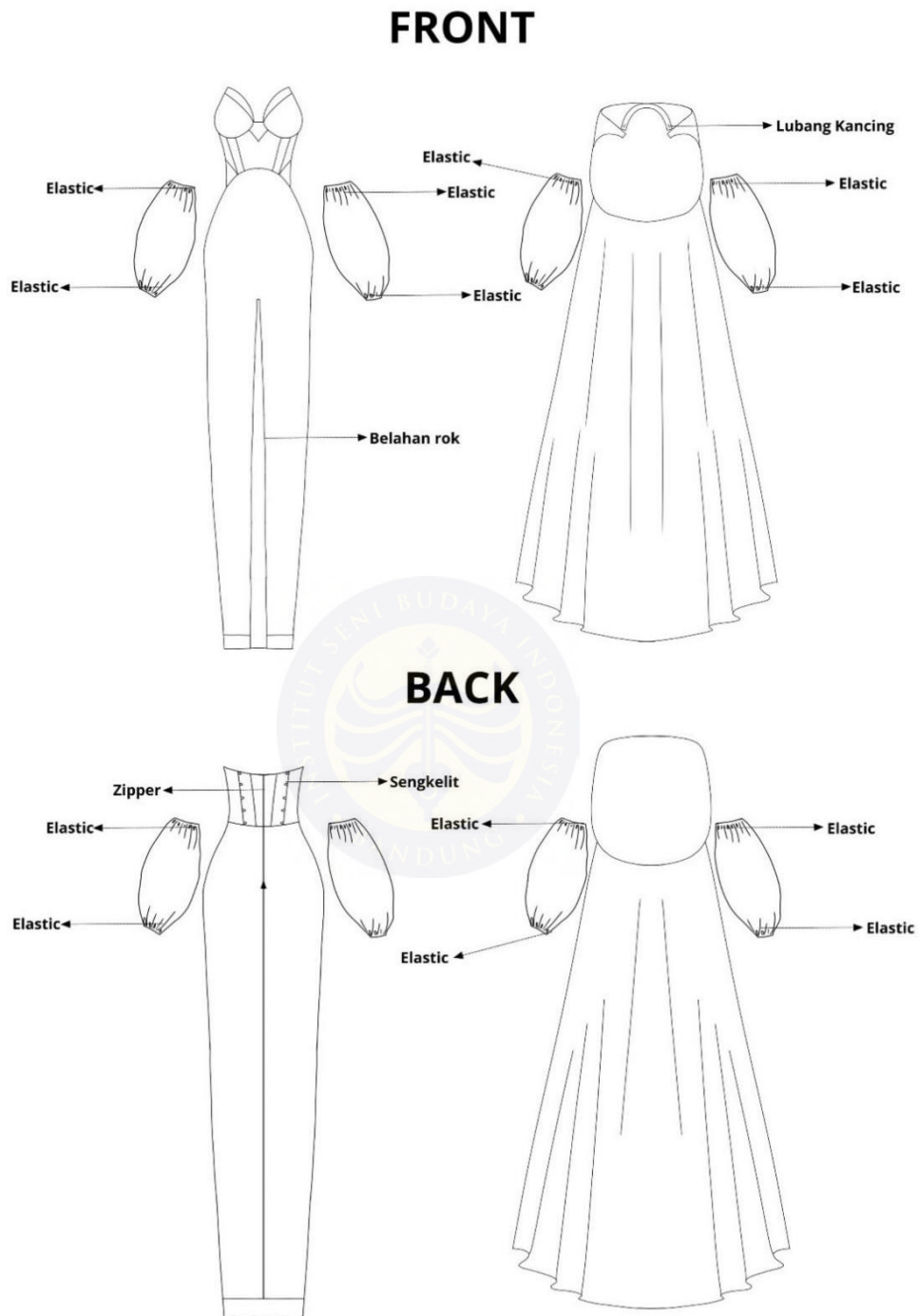
Gambar 3.15 Hanger desain karya 1
(Sumber : Dani, 2024)

3.3.6.3 Hanger Desain Karya Look 2



Gambar 3.16 Hanger desain karya 2
(Sumber : Dani, 2024)

3.3.6.4 *Hanger* Desain Karya Look 3



Gambar 3.17 *Hanger* desain karya 3
(Sumber : Dani, 2024)

3.4 Forming

Pada tahap *forming*/pembentukan ini, pengkarya tidak membuat contoh produk terlebih dahulu, namun langsung melakukan eksplorasi bentuk *evening gown* pada tubuh *mannequin*. Hal ini dilakukan karena pola yang digunakan adalah pola dengan sistem *draping*. *Sample* produk juga tidak dibuat karena karya ini bukan untuk produksi massal, namun eksklusif. Pada tahap ini pengkarya merealisasikan tiga *evening gown* melalui beberapa tahap, yakni proses *draping*, pemotongan pola, *spreading*, pemotongan kain, penjahitan, *applique* payet karya. Berikut beberapa proses tahapan *forming*.

3.4.1 Proses *Draping*

Draping merupakan salah satu cara pembuatan pola busana dengan metode 3D dengan cara membuat desain langsung pada badan. Menurut Helen Joseph-Armstrong dalam Aliya Fayza Ulil Azmi1 dan Inty Nahari (2024:48) “*Draping is a unique method for creating designs without the aid of a pattern or measurements.*” Yang artinya “*Draping* adalah metode yang unik untuk menciptakan dan mengkreasikan desain tanpa bantuan sebuah pola atau ukuran”. Menurut Ernawati dalam Aliya Fayza Ulil Azmi1 dan Inty Nahari (2024:48-49), pembuatan pola dengan teknik *draping* ialah teknik pembuatan pola busana yang dilakukan sesuai dengan ukuran nya dan bentuk badan seorang model, gunanya untuk mempermudah prosedur dalam pembuatan pola. Model dapat diganti dengan boneka Jahit yang ukurannya sama atau mendekati ukuran model.

Menurut Agustin Rinartati yang dikutip oleh Aliya Fayza Ulil Azmi1 dan Inty Nahari (2024:49) berkata “pola dengan teknik *draping* merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mewujudkan suatu busana dengan dikerjakan secara langsung pada badan boneka, atau disebut pola tiga dimensi”.



Gambar 3.18 Pembuatan pola dengan sistem *drapping* pada tubuh *mannequin*
(Dokumentasi : Dani, 2024)

Proses awal *draping* pola yang pengkarya lakukan yaitu dengan cara menempelkan kertas lakban pada dress form size M *fit to* L, kemudian digambar sesuai dengan master desain yang dipilih.

3.4.2 Proses Pemotongan Pola

Setelah proses *draping* pada *mannequin* dilakukan, proses selanjutnya adalah melepaskan pola pada *mannequin*, kemudian digunting sesuai dengan garis yang sudah ditandai. Selanjutnya, pola utama ditempelkan kembali pada kertas koran. Setelah tahap ini selesai kemudian ditambahkan kampuh pada seluruh sisi pola untuk kelebihan menjahit sehingga pola siap untuk digunakan.



Gambar 3.19 Pola yang sudah dipotong sesuai dengan desain dan siap pakai (1)
(Dokumentasi : Dani, 2024)



Gambar 3.20 Pola yang sudah dipotong sesuai dengan desain dan siap pakai (2)
(Dokumentasi : Dani, 2024)



Gambar 3.21 Pola yang sudah dipotong sesuai dengan desain dan siap pakai (3)
(Dokumentasi : Dani, 2024)

3.4.3 *Spreading* Peletakan Pola pada Kain

Proses *marker making*, atau peletakan pola di atas kain, merupakan tahapan optimasi penggunaan material. Penataan pola yang cermat dan efisien akan mengurangi limbah kain dan berkontribusi pada praktik produksi yang lebih berkelanjutan" (Wijayanti & Putra, 2021: 89). Pada tahap ini pengkarya menempatkan seluruh pola pada kain yang akan dipotong. Pada tahap ini pula ada beberapa bagian busana yang menggunakan pola secara langsung di kain (pola dibuat pada kain secara langsung). Berikut gambar proses *spreading/marker making* yang dilakukan pengkarya.



Gambar 3.22 Proses peletakan pola pada kain tille gazar
(Dokumentasi : Dani, 2024)



Gambar 3.23 Proses peletakan pola pada kain sequins
(Dokumentasi : Dani, 2024)

3.4.4 Pemotongan Kain

Pemotongan kain pada tahap ini pengkarya memotong kain secara manual menggunakan gunting kain, semua elemen dipotong satu persatu, mulai dari bahan utama sampai bahan pendukung lainnya.



Gambar 3.24 Proses memotong kain
(Dokumentasi : Dani, 2024)



Gambar 3.25 Kain yang sudah dipotong
(Dokumentasi : Dani, 2024)

3.4.5 Proses Menjahit

Setelah proses pemotongan kain, langkah selanjutnya yaitu menjahit, proses menjahit dimulai dari menyatukan bagian gaun utama seperti atasan dan bawahan, hingga pendukung lainnya, seperti ekor, jubah dan lengan yang dibuat secara terpisah. Berikut gambar proses menjahit.



Gambar 3.26 Pengkarya melakukan proses menjahit
(Dokumentasi : Dani, 2024)

3.4.6 Proses *Applique* Payet

Setelah semua bagian gaun dijahit, langkah selanjutnya yaitu pengaplikasian payet pada *evening gown*. Ada beberapa teknik payet yang digunakan, yaitu payet susun, payet ronce dan payet 3D. Payet yang digunakan juga berbagai macamnya, seperti payet batang, payet piring, payet *diamond* dan payet ceko, berikut gambar proses pengaplikasian payet pada *evening gown* yang dibuat oleh pengkarya.



Gambar 3.27 Proses *applique* payet pada bagian badan atas
(Dokumentasi : Dani, 2024)

Tahap awal proses *applique* payet yang pengkarya lakukan yaitu pemasangan payet *diamond* warna *navy* dan *gold* pada bagian badan atas gaun, teknik payet yang digunakan pada bagian atas gaun ini adalah teknik payet susun. Payet disusun sesuai dengan master desain yang telah dibuat, tahap selanjutnya adalah pembuatan payet *3D*. Berikut adalah dokumentasi pembuatan dan pemasangan payet *3D*.



Gambar 3.28 Proses *applique* payet 3D pada *cup bra*
(Dokumentasi : Dani, 2024)

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan *applique* payet *3D*, teknik payet ini awalnya dibuat secara terpisah dari gaun menggunakan beberapa jenis payet seperti mutiara sintetis, ceko dan payet bentuk. Setelah payet 3D selesai payet 3D diaplikasikan pada *cup bra* dengan cara dijahit manual.



Gambar 3.29 Proses *applique* payet pada belahan rok gaun
(Dokumentasi : Dani, 2024)

Tahap terakhir yaitu pemasangan *applique* payet pada bagian bawah gaun (rok). Pada bagian ini menggunakan teknik payet ronce, payet susun dan payet tabur.



Gambar 3.30 *Applique* payet sudah selesai
(Dokumentasi : Dani, 2024)

3.5 Branding dan Promotion

Branding adalah usaha untuk menaikkan citra produk. Setiap desainer tentu memiliki cara tersendiri dalam *membranding* produknya karena disesuaikan dengan citra yang akan ditampilkan, Hal ini selaras dengan pendapat Hogström, Gustafsson, & Tronvoll yang dikutip oleh Karsono, Purwanto, dan Abdul Matin Bin Salman (2021: 872), bahwa strategi manajemen *branding* yang dilakukan cenderung berbeda-beda tergantung pada cita-cita perusahaan.

Dalam konteks pengkaryaan ini, pengkarya melakukan *branding* dengan langkah-langkah dari Rahman, Rodríguez-Serrano, dan Lambkin, yang dikutip oleh Karsono, Purwanto, dan Abdul Matin Bin Salman (2021: 872), yakni periklanan, penelitian dan pengembangan.

Branding yang pertama dilakukan oleh pengkarya adalah melalui periklanan. Salah satu media yang digunakan untuk *branding* produk yaitu menggunakan media sosial seperti instagram, tiktok, *facebook*, dan *marketplace*.

Kedua, pengkarya melakukan penelitian terhadap produk desainer lain dimulai dengan memilih produk yang relevan dan populer. Analisis dilakukan pada aspek desain, bahan, warna, dan estetika, untuk melihat apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan pengguna dan apakah ada inovasi.

Tahap terakhir yang pengkarya lakukan untuk ke depannya adalah pengembangan produk menggunakan teknologi terbaru dengan material ramah lingkungan, Teknologi terbaru, seperti *augmented reality* (AR) atau *3D printing*, dapat memperkaya pengalaman desain. Selain itu, menciptakan produk multifungsi yang nyaman dan praktis serta memperkuat identitas merek dengan nilai sosial atau keberlanjutan juga menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya tarik produk.

Berikut adalah logo *brand* dari Dani Bridal yang digunakan dalam *event* Mister Miss Cultural Indonesia 2024.



Gambar 3.31 Logo Dani Bridal
(Sumber : Dani, 2018)

Sebagaimana dilakukan oleh Paramita, Ni Putu Darmara, Wiadnyani, Ni Komang, Priatmaka dan I Gusti Bagus (2023: 139-140), pada tahap ini menggunakan empat tahap, yakni: *promoting and making a unique art fashion* (promosi dan pembuatan seni *fashion* yang unik, *affirmation branding* (afirmasi merek), *navigating art fashion production by humanist capitalism method* (mengarahkan produksi seni *fashion* melalui metode kapitalis humanis), dan *introducing the art fashion business* (memperkenalkan bisnis seni *fashion*). Paparan terkait keempat hal ini akan dijelaskan di sub-Bab V, yakni Media Promosi.