

Tugas Akhir - RD 141558

PERANCANGAN CLOTHING DENGAN DESAIN KHAS LOMBOK SEBAGAI SUVENIR

BAIQ NINDIASTUTY FITRIMAGHFIRA

NRP. 08311440000048

Dosen Pembimbing :

R.Eka Rizkiantono, S.Sn. M.Ds

NIP : 197612092003121001

Program Studi Desain Komunikasi Visual

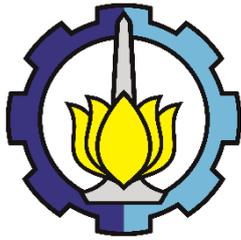
Departemen Desain Produk

Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

2018

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



Final Project - RD 141558

***CLOTHING DEVELOPMENT AUTHENTIC
LOMBOK DESIGN FOR MERCHANDISE***

BAIQ NINDIASTUTY FITRIMAGHFIRA

NRP. 08311440000048

Lecturer :

R.Eka Rizkiantono, S.Sn. M.Ds

NIP : 197612092003121001

Visual communication Design

Undergraduate Programme, Departement of Product Design

Faculty of Architecture, Design and Planning

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

2018

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN *CLOTHING* DENGAN DESAIN KHAS LOMBOK SEBAGAI
SUVENIR**

TUGAS AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL / RD 141558

Disusun untuk Memenuhi Syarat
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Pada

Bidang Studi Desain Komunikasi Visual
Program Studi S-1 Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

Baiq Nindiastry Fitrimaghfira

NRP: 3414100048

Surabaya, 08 Agustus 2018

Periode Wisuda 118 (September 2018)

Mengetahui,

Kepala Departemen Desain Produk



Ellya Zulaikha, ST., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2 001

Disetujui

Dosen Pembimbing

R.Eka Rizkiantono, S.Sn. M.Ds

NIP : 197612092003121001

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya,

Nama Mahasiswa : Baiq Nindiastry Fitrimaghfira

NRP : 3414100048

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Laporan Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN *CLOTHING* DENGAN DESAIN KHAS LOMBOK SEBAGAI SUVENIR** “ adalah :

- 1) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan/referensi dengan cara yang semestinya.
- 2) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan data-data hasil pelaksanaan penelitian dalam proyek tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia karya tulis Tugas Akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 14 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



Baiq Nindiastry Fitrimaghfira

NRP: 3414100048

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

Perancangan Clothing dengan Desain Khas Lombok sebagai Souvenir

Nama : Baiq Nindiastuty Fitrimaghfira
NRP : 3414100048
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Desain Produk Industri – FADP ITS
Pembimbing : R.Eka Rizkiantono, S.Sn. M.Ds

ABSTRAK

Abstrak – Wisatawan Pulau Lombok membutuhkan souvenir pakaian dengan keunikan dan kekhasan pulau Lombok yang memiliki daya tarik. Souvenir pakaian yang berkembang saat ini memiliki tema dan karakteristik desain yang cenderung sama dengan yang lain. Desain yang ditawarkan menarik tetapi belum menonjolkan khas pulau Lombok. Oleh karena itu dibutuhkan desain souvenir pakaian yang berbeda dari souvenir yang sudah ada.

Dengan menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh dari metode depth interview Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Mataram dan pemilik sasaku Lombok, observasi, kajian literatur bersumber pada buku pedoman statistik kepariwisataan, buku fashion dan sejarah gaya desain sehingga mendapatkan konsep Authentic Lombok. Dengan melakukan eksplorasi berbagai gaya desain yang mengacu pada tren desain vintage salah satunya Artdeco. Artdeco merupakan gaya desain yang menggunakan unsur geometris untuk membentuk objek.

Konsep authentic lombok menampilkan kebudayaan seperti gendang beleq, tari oncer, perang peresean yang diaplikasikan pada kaos, scarf dan kemeja. Kemudian wisata alam seperti pantai batu bolong dengan kegiatan olahraga bersepeda pada kaos dan kuliner Lombok seperti sate bulayak pada outer dan syal. Selain itu edisi desain peta daerah lombok yang menunjukkan lokasi wisata. Souvenir pakaian dengan tema authentic lombok sudah menggambarkan khas lombok. Warna warna yang digunakan pada desain menarik disertai bahan pakaian yang lembut dan hasil cetak yang sesuai. Beberapa desain perlu dikembangkan dengan menggunakan tren desain yang lain.

Kata kunci : souvenir, khas Lombok, pakaian.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

Clothing Development Authentic Lombok Design

For Merchandise

Name : Baiq Nindiasuty Fitriaghfira
NRP : 3414100048
Departement : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Desain Produk Industri – FADP ITS
Lecturer : R.Eka Rizkiantono, S.Sn. M.Ds

ABSTRACT

Abstract - Lombok Island Tourist need souvenir clothes with uniqueness of Lombok island that has an attraction. Souvenir clothing that already exist have themes and design characteristics that tend to be the same as the others. The design offered attractive but not yet highlight the uniqueness of the island of Lombok.

Conducted research by depth interview method with Department of Tourism and Culture of Mataram city and owner of Sasaku Lombok. Then observation about the existing and questionnaire to the user. Secondary and primary literature studies are based on tourism statistics manuals, fashion books and design styles books to obtain the concept of Authentic Lombok. By exploring the various styles of design then found Artdeco design style. Artdeco is a design style that emerged around the 1920s and developed to date.

The concept of authentic lombok with the artdeco style featuring the culture of lombok such as Gendang beleq , dance oncer, war peresean applied to t-shirts, scarves and shirts. Then the natural attractions such as batu bolong beach with cycling sport activities on t-shirts and culinary Lombok such as Bulayak satay on outer and scarf. In addition edition of lombok area map design that shows the location of the tour.

Souvenir clothing with authentic lombok theme is already describes typical lombok. All colors are used in attractive designs with soft material and suitable prints. For the future some designs need to be developed and add more simple design variations.

Keywords: souvenir, khas Lombok, clothes.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Perancangan Clothing dengan desain khas Lombok sebagai suvenir ini dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Lalu Adi Subandi, ibu Ninik Safaroh adik saya Dwina Amalia yang selalu memberikan dukungan finansial, moral dan doanya.
2. Ibu Ellya Zulaikha, ST, M.Sn., Ph.D. selaku Kepala Jurusan Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
3. Bapak R. Eka Rizkiantoro S.Sn M.Ds, selaku Dosen Pembimbing penulis dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual Konseptual dan Tugas Akhir, Bapak Baroto Tavip Indrajawo selaku dosen penguji, M.si, Bapak Bambang Mardiono Soewito, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji dan dosen wali. Terimakasih atas kesabarannya dalam memberikan ilmu dan dukungan.
4. Farhannurmaris Karel dan Fitri Muliana yang telah menemani dan mendukung penulis dalam merancang Tugas Akhir serta teman-teman desain : Sari Fajryani, Andega, Novinda Amalia, Angeline Claudia, Yashinta Retno, Syahida, Mutyas, Nadhia D. , Dinu, Tara, Mas Andreas dan semua yang tidak dapat saya tuliskan namanya satu persatu.
5. Seluruh dosen dan karyawan kampus Despro ITS serta Snappy Klampis sebagai vendor pakaian dan print.

Dengan ini diharapkan agar laporan yang telah disusun oleh penulis dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna. Oleh karena itu diharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan Laporan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual.

Surabaya, Agustus 2017

Penulis

Baiq Nindia Stuty Fitrimaghfira

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxv
DAFTAR BAGAN	xxvii
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Manfaat Perancangan	6
1.7 Ruang Lingkup	7
1.8 Sistematika Penulian	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Subjek Desain	9
2.1.1 Suvenir	9
2.1.2 Clothing	10
2.2 Profil Lombok	11
2.2.1 Suvenir Lombok	14
2.3 Studi Pakaian	17
2.3.1. Macam Model Pakaian	17
2.3.2 Bahan	21
2.3.3 Jenis Jahitan	27

2.3.4 Teknik Cetak Pakaian	28
2.3.5 Ilustrasi.....	35
2.3.6 Warna.....	37
2.3.7 Tipografi	38
2.3.8 Gaya Gambar	39
2.4 Penelitian Sebelumnya	41
2.5 Studi Eksisting.....	41
2.5.1 Brand clothing souvenir Lombok	41
2.6 Studi komparator	47
BAB III	49
METODOLOGI DAN ANALISA	49
3.1 METODE PENELITIAN	49
3.1.1 Subjek Desain	49
3.1.2 Metode Perancangan.....	53
3.1.2.2 Jenis Dan Sumber Data.....	55
3.1.2.3 Teknik Pengambilan Data.....	55
3.1.3 Teknik Perancangan.....	57
3.1.4 Alur Perancangan.....	58
3.2 Analisa Data	60
3.2.1 Deep Interview.....	60
3.2.2 Kuisisioner.....	62
3.2.3 Data Pedoman Statistis Stakeholder	64
3.2.4 Analisa Segmentasi.....	64
3.3 Kriteria Desain Souvenir	66
3.3.1 Gaya Gambar	67
3.3.2 Typhografi	68
3.3.3 Warna.....	69
3.3.4 Produk.....	69
3.3.5 Layout pakaian.....	69
3.4.6 Ukuran Pakaian.....	70
3.4 Kriteria Bahan	71

3.4.1 Bahan Kaos	72
3.4.2 Bahan kemeja.....	72
3.4.3 Bahan dress	72
3.5 Identitas Pulau Lombok	72
3.6 Strategi Komunikasi.....	75
BAB IV	77
KONSEP DESAIN	77
4.1 Subjek Penelitian.....	77
4.1.1 Keyword.....	78
4.2 Konsep Desain.....	78
4.2.1 Loku (Lombok Authentic)	78
4.2.1 Gaya Gambar	79
4.2.2 Typhografi	83
4.2.3 Warna.....	84
4.3 Proses Desain	85
4.3.1 Sketsa alternatif gaya gambar	86
4.3.3 Proses desain sketsa sampai digital	87
A. Kebudayaan dan wisata Lombok	87
B. Peta Wisata Pulau Lombok.....	96
C. Makanan khas Lombok	98
BAB V.....	103
IMPLEMENTASI DESAIN	103
5.1 Hasil Desain	103
5.1.1 Kebudayaan dan wisata Lombok	103
5.1.2 Peta Wisata Pulau Lombok	126
5.1.3 Makanan khas Lombok.....	128
5.2 Konsep Bisnis Dan Produksi	138
5.2.1 Mitra Produksi	139
5.2.2 Timeline Produksi dan Biaya.....	139
5.2.3 Strategi Pemasaran.....	140
5.2.4 Kemasan.....	141

BAB VI	143
SARAN DAN KESIMPULAN.....	143
6.1 Kesimpulan.....	143
6.2 Saran	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	176
BIODATA PENULIS	190

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Wisatawan Lombok.....	2
Gambar 1. 2 Suvenir Lombok.....	3
Gambar 1. 3 Suvenir kaos khas Lombok.	4
Gambar 1 4. Desain kaos merk lokal.	5
Gambar 2. 1 Peta pulau Lombok.....	12
Gambar 2. 2 Foto wisata alam Lombok.	13
Gambar 2. 3 Budaya Peresean	14
Gambar 2. 4 Tuak manis Lombok.....	14
Gambar 2. 5 Dodol rumput laut	15
Gambar 2. 6 Kaos Lombok	16
Gambar 2. 7 Kain Songket	16
Gambar 2. 8 kain tenun	17
Gambar 2. 9. Tekstur katun kombed.....	21
Gambar 2. 10 Tekstur katun bambu	22
Gambar 2. 11 Tekstur kain Polyester	23
Gambar 2. 12 Bahan Gildan.....	23
Gambar 2. 13 Tekstur kain TC.....	24
Gambar 2. 14 Tekstur kain spandek.....	25
Gambar 2. 15 Proses Pencetakan Print Kain.....	29
Gambar 2. 16 teknik sablon.	30
Gambar 2. 17. Kaos Sablon Rubber.....	32
gambar 2. 18. Hasil cetak sablon pigmen.	33
Gambar 2. 19 hasil cetak sablon superwhite.....	34
Gambar 2. 20 Hasil cetak plastisol.....	34
Gambar 2. 21 hasil cetak high density	35
Gambar 2. 22 Pakaian dengan Gaya Artdeco	40
Gambar 2. 23 Kaos Black Ranger gaya Artdeco	40
gambar 2. 24 Logo sasaku.....	41

gambar 2. 25 souvenir kaos.....	46
gambar 2. 26. Logo Racun Cinta	47
Gambar 2. 27 racun cinta katalog	47
gambar 2. 28. Logo Mahanagari	48
gambar 2. 29. Katalog Mahanagari	48
Gambar 3. 1 Foto bersama ibu Utria Dispubar	60
gambar 3. 2 foto bersama bapak Ari	60
gambar 3. 3 foto bersama bapak Mantra	61
Gambar 3. 4 diagram pie hasil kuisisioner	62
Gambar 3. 5 diagram pie hasil kuisisioner	63
Gambar 3. 6 Diagram pie hasil kuisisioner.....	63
Gambar 3. 7 contoh gaya artdeco See Poster Design.....	68
Gambar 3. 8 Kumpulan Refrensi Tipografi.....	68
Gambar 3. 9 Layout pakaian	70
Gambar 3. 10 tabel ukuran kemeja	70
Gambar 3. 11 ukuran artwork pda kaos berbagai ukuran.	71
Gambar 3. 12 ukuran pakaian terusan.....	71
Gambar 4. 1 Alternatif Logo LOKU.....	79
Gambar 4. 2 Kumpulan Cover Vantivity Fair.....	81
Gambar 4. 3 PKZ poster.....	82
Gambar 4. 4 Palet warna	84
Gambar 4. 5 Alternatif gaya gambar.....	86
Gambar 4. 6 Proses desain gendang beleq.....	87
Gambar 5. 1 Logo utama Loku	79
Gambar 5. 2 Kumpulan Gambar cover majalah vogue.....	80
Gambar 5. 3. Alur Proses desain.....	85
Gambar 5. 4 moodboard peresean.....	87

Gambar 5. 5 kumpulan sketsa perang peresean	88
Gambar 5. 6 Proses Desain Perang Peresean	88
Gambar 5. 7 proses desain tradisi tenun di desa sade	89
Gambar 5. 8 proses desain gambar adat nyongkolan.....	89
Gambar 5. 9 proses desain gambar tumbuk bayan.....	90
Gambar 5. 10 sketsa putri mandalika.....	90
Gambar 5. 11 Proses desain legenda putri mandalika.....	91
Gambar 5. 12 Gambar proses desain tarian adat.....	91
Gambar 5. 13 Proses Desain Ilustrasi Danau Segara Anak, Rinjani	92
Gambar 5. 14 Proses Desain ilustrasi perang topat.....	92
Gambar 5. 15 Proses Desain ilustrasi wisata pusuk.....	93
Gambar 5. 16 Proses Desain ilustrasi Pantai Batu bolong, Sengigi.....	93
Gambar 5. 17 Proses Desain ilustrasi kegiatan diving di gili.	94
Gambar 5. 18 Proses Desain ilustrasi transportasi cidomo.	94
Gambar 5. 19 Proses Desain ilustrasi tradisi bau nyale.	95
Gambar 5. 20 Proses Desain ilustrasi pantai selong belanak	95
Gambar 5. 21 Proses Desain ilustrasi budaya sasak tulen	96
Gambar 5. 22 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok tengah.....	96
Gambar 5. 23 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok utara	97
Gambar 5. 24 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok timur.....	97
Gambar 5. 25 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok barat.....	98
Gambar 5. 26 Proses Desain ilustrasi makanan ayam taliwang.....	98
Gambar 5. 27 Proses Desain ilustrasi Aneka macam sate	99
Gambar 5. 28 Proses Desain ilustrasi sate bulayak.....	99
Gambar 5. 29 Proses Desain ilustrasi ayam rarang.....	100
Gambar 5. 30 Proses Desain ilustrasi aneka jajanan Lombok	101
Gambar 5. 31 foto budaya gendang beleq.....	103
Gambar 5. 32 Hasil Desain Ilustrasi untuk budaya gendang baleq.....	104
Gambar 5. 33 foto baju reglan desain gendang beleq dengan berbagai warna..	104
Gambar 5. 34 budaya peresean	105
Gambar 5. 35 Pantai Semeti.....	106

Gambar 5. 36 Hasil desain budaya peresean.....	106
Gambar 5. 37 Baju kaos gambar peresean	107
Gambar 5. 38 implementasi desain desa sade dan tenun	108
Gambar 5. 39 Ilustrasi adat nyongkolan	109
Gambar 5. 40 Implementasi hasil desain adat nyongkolan pada pakaian.....	109
Gambar 5. 41 hasil desain ilustrasi untuk kampung bayan.....	110
Gambar 5. 42 Implementasi desain ilustrasi suku bayan pada kaos lengan panjang	110
Gambar 5. 43 Patung Putri Mandalika.....	111
Gambar 5. 44 Implementasi Putri mandalika pada Kaos.....	112
Gambar 5. 45 Ilustrasi motif tarian lombok.....	113
Gambar 5. 46 Penerapan ilustrasi tarian adat pada kemeja.....	113
Gambar 5. 47 Foto motif jilbab tari adat sasak	114
Gambar 5. 48 ilustrasi danau segara anak dan pendaki	115
Gambar 5. 49 kaos dengan desain rinjani	115
Gambar 5. 50 penerapan pada kaos.....	116
Gambar 5. 51 ilustrasi wisata pusuk	117
Gambar 5. 52 kaos pusuk	117
Gambar 5. 53 ilustrasi Batu bolong.....	118
Gambar 5. 54 Penerapan ilustrasi Batu bolong pada kaos lengan panjang berbagai warna.....	118
Gambar 5. 55 Penerapan ilustrasi Batu bolong pada kaos lengan panjang hitam putih	119
Gambar 5. 56 Ilustrasi Diving di Gili	120
Gambar 5. 57 Implementasi illusrasi diving di gili pada kaos lengan panjang..	120
Gambar 5. 58 Penerapan Pada Kaos	121
Gambar 5. 59 ilustrasi ccidomo penerapan pada kaos	122
Gambar 5. 60 kaos ilustrasi cidomo.....	122
Gambar 5. 61 Ilustrasi bau nyale	123
Gambar 5. 62 Kaos ilustrasi bau nyale.....	123
Gambar 5. 63 Implentasi desain pada kaos.....	124

Gambar 5. 64 Suasana pantai selong belanak	124
Gambar 5. 65 ilustrasi peta wisata lombok tengah	126
Gambar 5. 66 Ilustrasi peta wisata lombok utara	127
Gambar 5. 67 Ilustrasi peta wisata lombok timur	127
Gambar 5. 68 Ilustrasi peta wisata lombok barat	128
Gambar 5. 69 ilustrasi ayam taliwang dan penerapan pada kaos.....	129
Gambar 5. 70 Implementasi ilustrasi kaos rarang pada kaos	129
Gambar 5. 71 ilustrasi sate bulayak dan penerapan pada kaos	130
Gambar 5. 72 implementasi gambar sate bulayak pada buff	130
Gambar 5. 73 implementasi gambar sate bulayak pada outer.....	131
Gambar 5. 74 Motif jajanan lombok	132
Gambar 5. 75 Implementasi motif jajanan lombok pada kemeja.....	132
Gambar 5. 76 Implementasi gambar jajanan lombok padaa outer.....	133
Gambar 5. 77 Gambar ayam rarang	133
Gambar 5. 78 Tampilan website	140
Gambar 5. 79 Ilustrasi bangunan Loku store	141
Gambar 5. 80 Kemasan Loku.....	142
Gambar 5. 81 Kemasan eksklusif Loku	142

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Macam Model Atasan	17
Tabel 2. 2 Macam Model Luaran	19
Tabel 2. 3 Macam Model Aksesori	20
Tabel 2. 4 Bahan Tambahan.....	26
Tabel 2. 5 Jenis Jahitan	27
Tabel 2. 6 Sasaku	42
Tabel 2. 7 Lombok eksotik	44
Tabel 2. 8 Gandrung Lombok	45
Tabel 3. 1 Pariwisata Lombok	50
Tabel 3. 2 Tabel usia wisman (sumber: dok.pribadi).....	184
Tabel 3. 3 Tabel asal negara wisman.	184
Tabel 3. 4 Tabel pekerjaan Wisman.....	184
Tabel 3. 5 Tabel pendidikan wisman	185
Tabel 3. 6 Tabel Tujuan kunjungan wisman	185
Tabel 3. 7 Produk pakaian (sumber : penulis)	69
Tabel 4. 1 Jenis Tulisan.....	83

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Alur Perancangan (Sumber: Penulis).....	58
Bagan 3. 2 kriteria desain.....	67
Bagan 3. 3 Konten Clothing Clothing.....	74
Bagan 4. 1 Alur konsep perancangan.....	77

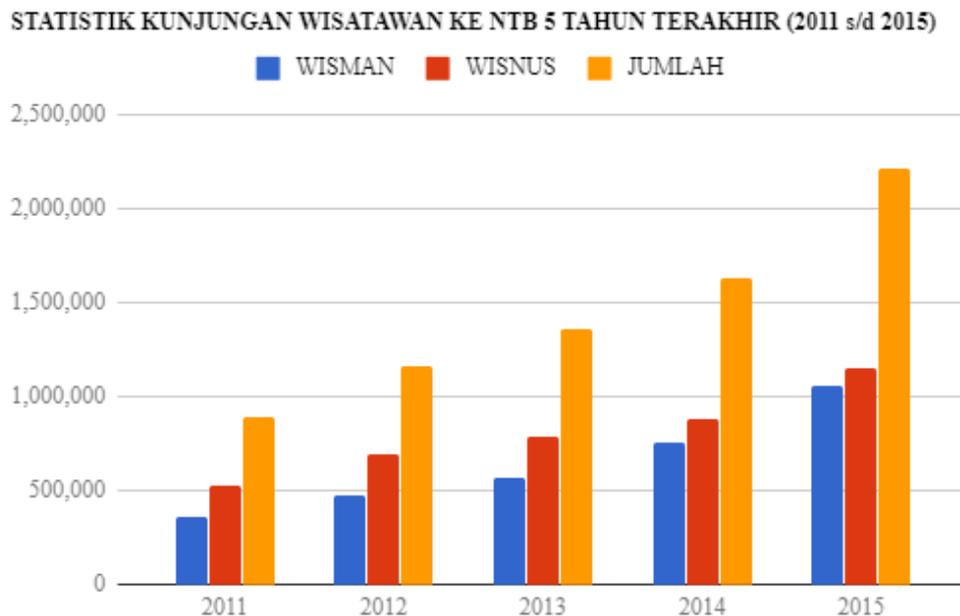
(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pulau Lombok adalah pulau yang terkenal dengan wisata alamnya karena memiliki panorama alam yang indah, sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing. Menurut sumber dinas pariwisata Provinsi NTB berdasarkan grafik perhitungan wisatawan domestik maupun asing, pertumbuhan kunjungan pariwisata ke NTB meningkat cukup cepat. Diawal pemerintahan gubernur dua periode atau tepatnya tahun 2008 kunjungan wisatawan 544.501 orang yang kemudian meningkat pada 2015 menjadi 2.210.527.



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Wisatawan Lombok
(sumber : www.disbudpar.ntbprov.go.id)

Peningkatan wisatawan yang berkunjung didukung oleh adanya potensi potensi yang telah dimiliki pulau Lombok. Potensi tersebut antara lain dibidang wisata alam maupun wisata buatan, budaya, kerajinan tangan penduduk Lombok, dan kuliner khas yang beragam. Berdasarkan data pada dinas pariwisata dan

kebudayaan, pulau Lombok memiliki 4 kawasan utama destinasi wisata yang telah ditetapkan dengan peraturan daerah provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu kawasan mataram metro (destinasi wisata budaya monumen dan peninggalan sejarah), kawasan senggigi tiga-gili (destinasi wisata alam pesisir Lombok barat), kawasan daerah kuta mandalika (destinasi wisata alam pesisir Lombok tengah).

Selain kawasan utama hal lain yang menjadi potensi adalah kebudayaan suku sasak yang masih tetap dilakukan hingga sekarang. Suku sasak merupakan yaitu budaya persean, bau nyale, gendang beleq, dan lain lain. Lombok juga memiliki kuliner khas lokal dan jajanan yang banyak diminati oleh wisatawan seperti peleceng kangkung, ayam taliwang, cerorot, poteng dan masih banyak lagi.

Di dalam kegiatan pariwisata, dapat disimpulkan bahwa komponen wisata dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu : pertama, *something to see*; Kedua *something to do*; dan ketiga *something to buy*. *Something to see* berkaitan dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah tujuan wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah tujuan wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam ketiga komponen tersebut, mempromosikan khas Lombok dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas Lombok.

Terdapat berbagai macam souvenir khas Lombok yang diminati oleh masyarakat diantaranya adalah kain songket dan tenun sasak, dodol rumput laut, mutiara lombok, hasil kerajinan tangan seperti gerabah dan kendi, aksesoris, dan kaos. Menurut data yang telah dikumpulkan oleh media *kompas.com* salah satu souvenir yang wajib dibeli masyarakat adalah kaos Lombok. Hal ini dikarenakan selain memiliki harga yang murah juga dapat menunjukkan bahwa si wisatawan pernah mengunjungi tempat tertentu.¹

¹ Sumber : <http://travel.kompas.com>



Gambar 1. 2 Kumpulan Suvenir Lombok.

(Sumber : pencarian google, 2017)

Kebutuhann souvenir kaos di dalam mode pakaian diperkuat dengan adanya perubahan pariwisata dan ekonomi mengenai tranformasi konsumsi masyarakat yang ditandai dengan meningkatnya industri *fashion*. Fashion tergolong kepada kategori sandang yang merupakan kebutuhan penting manusia dalam kehidupan disamping pangan dan papan.

Project Director Indonesia Modest Fashion Week 2017 Jeny Tjahyawati menjelaskan perkembangan fashion memiliki potensi bisnis dan daya tarik tersendiri. Karena saat ini dunia busana menurut Jeny memberikan inspirasi fashion kepada para pecinta mode secara global dan sektor pariwisata. Jika busana fashion pada sektor pariwisata dapat dikembangkan baik, dunia gaya busana bisa menarik wisatawan mancanegara (wisman) ke dalam negeri. Karena peminatnya menurut Jeny ada di dalam dan luar negeri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa didalam dunia pariwisata bidang fashion sangatlah penting termasuk sebagai souvenir.²

² Sumber : <http://www.tribunnews.com>

Terdapat banyak wilayah yang menjual souvenir pakaian Lombok tetapi sebagian besar memiliki jenis desain dan motif yang cenderung mirip antara yang satu dengan yang lainnya. Motif pada pakaian souvenir yang dijual di pasar pada umumnya menggambarkan corak cicak, budaya lombok seperti peresean, dan wisata pantai di Lombok.



*Gambar 1. 3 Souvenir kaos khas Lombok.
(sumber : 500px.com)*

Dapat dilihat dari gambar 1.3 bahwa motif pada souvenir kaos lombok identik menggambarkan motif nusantara yang khas seperti cicak, songket tokek dsb. Warna warna yang digunakan merupakan warna mencolok seperti kuning merah biru laut dsb. Souvenir yang dijual dipasaran masih tergolong memiliki desain yang tidak berubah seiring dengan perubahan tren pasar. Bahan yang digunakan oleh pedagang cenderung sama dan tidak nyaman saat digunakan dikarenakan kualitas bahan standar dengan harga yang relatif murah.

Terdapat beberapa merk lokal yang cukup terkenal di wilayah Lombok yang menjual souvenir khas. Merk tersebut berhasil menjual kekhasan lombok hingga international. Meskipun demikian hal yang ditonjolkan hampir sama dengan souvenir pasaran yang dijual di beberapa tempat wisata namun dengan kualitas bahan yang sesuai standar dan nyaman digunakan.



Gambar 1 4. Desain kaos merk lokal.
(sumber : sasaku lombok)

Produk yang ditawarkan pada merk lokal adalah hanya kaos tanpa menjual produk lain dibidang *fashion* . mengutip dari pernyataan Jeny Tjahyawati bahwa salah satu hal yang mempengaruhi sektor pariwisata adalah fashion yang merupakan hasil kreativitas desainer Indonesia. Fashion tidak hanya kaos melainkan produk lain yang dikenakan beserta aksesorisnya. Sehingga diperlukan pengembangan pada produk lain seperti topi, scraf, kemeja, dress dsb untuk dijadikan souvenir.

Oleh karena itu, penulis merancang sebuah penelitian mengenai desain pada *Clothing* sebagai souvenir yang mengangkat kekhasan Lombok. Setiap pakaian akan didesain berbeda beda dengan menampilkan kekhasan lokal yang dikemas dengan baik sehingga memiliki nilai guna lebih dari sekedar pakaian dan oleh oleh. Metode yang dilakukan adalah dengan wawancara, observasi lapangan yang mendalam dan pendekatan secara langsung terhadap konsumen.. Perancangan ini diharapkan mampu menghasilkan produk souvenir dengan desain yang dapat diterima dan diminati wisatawan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan studi mengenai pakaian sebagai souvenir khas Lombok yang telah dilakukan, identifikasi masalah yang ditentukan :

- (1) Desain pada souvenir Lombok belum beragam, sebagian besar mengangkat wisata alam dan motif cicak atau tokek.
- (2) Seluruh daerah wisata dilombok memiliki desain souvenir yang cenderung sama.

- (3) Diperlukan desain pakaian sebagai souvenir dengan kualitas dan kriteria yang diinginkan pasar.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah perancangan ini adalah: Bagaimana cara merancang souvenir dalam bentuk pakaian dengan desain kekhasan pulau Lombok untuk wisatawan.

1.4 Batasan Masalah

Dari masalah masalah yang ditemukan tentu diperlukan batasan masalah batasan yang akan dikerjakan untuk dicari solusinya, batasan tersebut yaitu :

1. Perancangan fokus membahas mengenai souvenir berupa *clothing* yaitu kaos dan pendamping pakaian lainnya.
2. Tidak membahas mengenai souvenir lain yang tidak berhubungan dengan pakaian.
3. Studi lokasi penelitian khusus dilakukan di daerah pulau Lombok.

1.5 Tujuan Perancangan

- Merancang desain souvenir pakaian mengenai keunikan dan kehasan pulau Lombok yang memiliki daya tarik dan dapat bermanfaat terhadap wisatawan.
- Memberikan tampilan visual yang menarik pada souvenir dan dapat menjadi kebanggaan masyarakat pulau Lombok yang sesuai dengan kriteria target pasar.

1.6 Manfaat Perancangan

Dengan adanya gagasan perancangan souvenir pakaian dengan desain kekhasan pulau Lombok maka diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi wisatawan, menyediakan souvenir terutama dibidang *clothing* dengan model yang beragam dengan desain yang mengangkat kekhasan pulau Lombok yang layak digunakan maupun dijadikan oleh oleh.
2. Bagi masyarakat Lombok, tersedianya souvenir sebagai identitas pulau Lombok dalam bentuk *clothing* yang sesuai dengan tren pasar masa kini.

3. Bagi mahasiswa, menjadi dasar pembuatan laporan penelitian desain komunikasi visual untuk dikembangkan lebih jauh, baik tema, genre, maupun media lain.
4. Bagi Penulis, menjadi portofolio dan rancangan usaha kreatif.

1.7 Ruang Lingkup

1. Studi mengenai souvenir seputar *clothing* (pakaian) serta elemen-elemen aksesoris pendukung.
2. Studi visual sebagai motif utama pada souvenir berupa *clothing* adalah beberapa objek khas Lombok yang ditentukan berdasarkan penelitian dan observasi.
3. Penelitian dan observasi seputar souvenir dengan karakteristik khas Lombok untuk wisatawan asing dan domestik.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang dari perancangan *clothing* dengan mengangkat kekhasan pulau Lombok secara umum dan melihat fenomena yang ada saat ini yang kemudian akan merujuk pada identifikasi masalah. Berdasarkan identifikasi masalah, kemudian disusun batasan masalah dari penelitian ini. Selain itu juga membahas mengenai rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tinjauan pustaka mengenai teori-teori yang digunakan dalam mendukung penyelesaian masalah atau pencapaian tujuan. Selain itu juga terdapat tinjauan yang lebih mendalam terhadap subyek desain, studi eksisting, dan komparator.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode-metode yang dilakukan dalam penelitian untuk memperoleh data yang kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan dari hasil pengumpulan data tersebut. Serta proses perancangan dalam penelitian mulai dari penentuan big idea hingga kriteria desain.

BAB IV : KONSEP DESAIN

Bab ini membahas tentang definisi konsep yang berkaitan dengan masalah atau tujuan, penjelasan tahapan metode pencapaian desain, mulai dari penelusuran masalah, konsep desain dan alternatif desain.

BAB V : IMPLEMENTASI DESAIN

Bab ini membahas tentang penjelasan hasil akhir perancangan yang berupa perancangan *clohing clothing* dengan desain kuliner.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran yang diperlukan dalam pembahasan penelitian ini

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Subjek Desain

2.1.1 Suvenir

A. Pengertian Suvenir

Suatu benda yang identik dengan suatu event atau suatu daerah tertentu, pada umumnya bentuknya ringkas, mungil serta mempunyai nilai artistik.(Nurnitasari : 2009). Menurut Prakosa (2013) souvenir adalah benda yang dibeli yang berfungsi sebagai pengingat akan suatu pengalaman tertentu, diproduksi secara komersial dan seringkali dihubungkan secara universal dengan turisme. Sementara itu, dalam kamus Webster English Dictionary (2004), kata souvenir diartikan sebagai, “an object a traveler brings home for the memories associated with it.” (Souvenir adalah benda yang dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan bagi perjalanannya).

Dalam Bahasa Indonesia “souvenir” sering disebut dengan “cendera mata” “oleh-oleh”, atau “buah tangan”. Mungkin, dahulu jika seseorang melakukan perjalanan ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya, keluarga, famili, atau rekan, sering mengatakan “nanti kalau pulang, jangan lupa bawakan souvenir” atau “cenderamata, oleh-oleh, atau buah tangan”. Dengan demikian, pengertian souvenir dalam bahasa Indonesia, walaupun disebut cenderamata, oleh-oleh, atau buah tangan, tetapi maknanya hampir sama dengan yang terdapat dalam The Collins Cobuild Dictionary atau Webster English Dictionary, yaitu benda yang ukuran kecil, harganya murah dan sebagai kenang-kenangan bagi suatu perjalanan ke daerah tertentu.

Dengan demikian, “souvenir” berhubungan erat dengan kegiatan “perjalanan” seseorang, maka tidak mengherankan jika istilah souvenir melekat dengan kegiatan pariwisata; bahkan menjadi bagian dari produk

wisata. Hal ini karena ada pengaruh “suvenir” terhadap motivasi perjalanan seseorang ke suatu Daerah Tujuan Wisata.

B. Jenis Suvenir

Gordon (1986) adalah peneliti yang pertama kali membuat tipologi suvenir. Menurut Gordon (1986), produk suvenir diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu pictorial image, piece of the rock, symbolic shorthand suvenir, markers, dan local product. Namun, pengklasifikasian produk suvenir tidak bersifat universal (Swanson dan Horridge, 2006).

Kriteria yang digunakan oleh pria dan wanita untuk menentukan keaslian suvenir di antaranya adalah keunikan suvenir dan originalitas, estetika, kegunaan dan pemakaian, integritas budaya dan sejarah, dan material (Littrell et al, 1993).

Gordon (1986) mengatakan bahwa biasanya wisatawan akan membeli suvenir sebagai pengingat akan perjalanan yang mereka lakukan. Menurut Kim dan Littrell (2001), wisatawan akan membeli suvenir untuk diri mereka sendiri dan untuk keluarga dan teman-teman.

C. Karakter Suvenir

Produk souvenir bisa menterjemahkan arti dan nilai suatu budaya dan daerah dimana suvenir berasal sebagaimana dijelaskan bahwa “a creative design for a tourist souvenir is an effective way to promote its sales. As a souvenir designer, you are not only to design its beautiful shape and outside looking, but also to give it a clearly regional characteristic and rich culture meaning” (Xin-ting, 2004).

2.1.2 Clothing

A. Pengertian Clothing

Clothing masuk ke dalam bahasa Inggris atau English yaitu bahasa Jermanik yang pertama kali dituturkan di Inggris pada Abad Pertengahan Awal dan saat ini merupakan bahasa yang paling umum digunakan di seluruh dunia. Bahasa Inggris adalah bahasa ibu ketiga yang paling banyak dituturkan di seluruh dunia, setelah bahasa Mandarin dan bahasa Spanyol. Bahasa Inggris juga digunakan sebagai bahasa kedua dan bahasa resmi oleh

Uni Eropa, Negara Persemakmuran, dan Perserikatan Bangsa-Bangsa, serta beragam organisasi lainnya. Clothing adalah sebutan yang sering digunakan untuk menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan baju, garmen dan pakaian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian clothing adalah pakaian dan hal hal yang berkaitan dengan pakaian itu sendiri.

B. Fashion dan Gaya

Dunia clothing tidak terlepas dari adanya trend fashion dan kaitannya dengan gaya atau style. Fashion adalah kombinasi atau perpaduan dari gaya atau style dengan desain yang cenderung dipilih, Diterima, Digemari dan digunakan oleh mayoritas Masyarakat yang akan bisa memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada satu waktu tertentu.

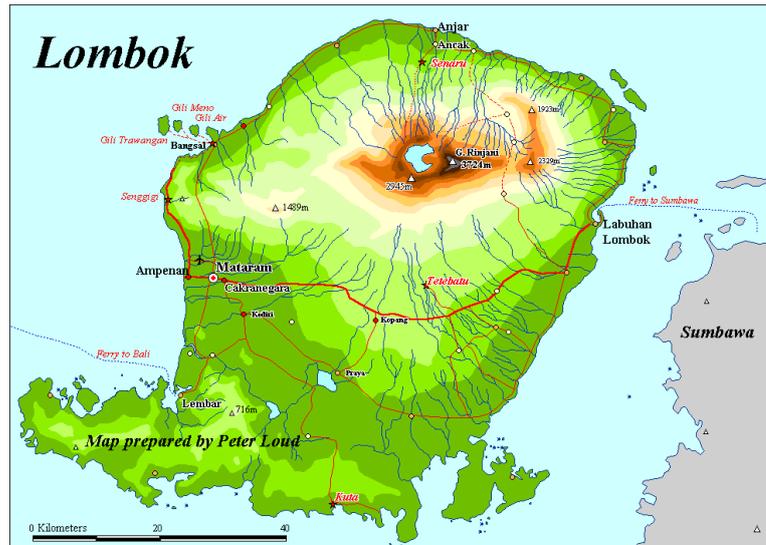
Dari pengertian atau definisi fashion diatas kalau diurai akan terdiri dari perpaduan beberapa kalimat sebagai berikut.

- Fashion adalah kombinasi atau perpaduan dari gaya atau style dengan desain.
- Fashion adalah merupakan pilihan yang bisa diterima, Digemari, Dan digunakan oleh mayoritas Masyarakat.
- Fashion membuat rasa nyaman dan lebih baik pada satu waktu tertentu.

Sedangkan gaya (style) dalam artian busana dan pakaian adalah merupakan ciri atau karakter penampilan dari bahan atau hal lain yang membedakan dari busana dan pakaian yang lainnya, Sedangkan desain adalah sesuatu yang lebih khusus dari gaya.

2.2 Profil Lombok

Pulau Lombok adalah sebuah pulau di kepulauan Sunda Kecil atau Nusa Tenggara yang terpisahkan oleh Selat Lombok dari Bali di sebelah barat dan Selat Alas di sebelah timur dari Sumbawa. Pulau ini kurang lebih berbentuk bulat dengan semacam "ekor" di sisi barat daya yang panjangnya kurang lebih 70 km. Luas pulau ini mencapai 5.435 km², menempatkannya pada peringkat 108 dari daftar pulau berdasarkan luasnya di dunia. Kota utama di pulau ini adalah Kota Mataram.



Gambar 2. 1 Peta pulau Lombok
(sumber : google 2017)

Lombok termasuk provinsi Nusa Tenggara Barat dan pulau ini sendiri dibagi menjadi 4 Kabupaten dan 1 Kota yaitu Kota Mataram, Kabupaten Lombok Barat, Lombok Tengah, Lombok Timur dan Lombok Utara. Disamping bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, penduduk pulau Lombok (terutama suku Sasak), menggunakan bahasa Sasak sebagai bahasa utama dalam percakapan sehari-hari. Di seluruh Lombok sendiri bahasa Sasak dapat dijumpai dalam empat macam dialek yang berbeda yakni dialek Lombok utara, tengah, timur laut dan tenggara. Lombok dalam banyak hal mirip dengan Bali, dan pada dasawarsa tahun 1990-an mulai dikenal wisatawan mancanegara. Namun dengan munculnya krisis moneter yang melanda Indonesia pada akhir tahun 1997 dan krisis-krisis lain yang menyertainya, potensi pariwisata agak terlantarkan. Lalu pada awal tahun 2000 terjadi kerusuhan antar-etnis dan antar agama di seluruh Lombok sehingga terjadi pengungsian besar-besaran kaum minoritas. Mereka terutama mengungsi ke pulau Bali. Namun selang beberapa lama kemudian situasi sudah menjadi kondusif dan mereka sudah kembali. Pada tahun 2007 sektor pariwisata adalah satu-satunya sektor di Lombok yang berkembang.

Lombok secara umum lebih di kenal karena Gunung Rinjaninya dan pulau-pulau kecil yg berada di utara Lombok yaitu : Gili Trawangan, Gili Meno dan Gili Air. Gili dalam bahasa Sasak. Beberapa tahun silam sebelum gili-gili Lombok di

kenal di mancanegara, pulau pulau ini hanyalah pulau yg di huni oleh para nelayan dari Bajau dan Bugis, Suku perantau dan Nelayan asal Sulawesi Selatan.



*Gambar 2. 2 Foto wisata alam Lombok.
(sumber : pencarian google 2017)*

Lombok memiliki beragam kebudayaan seperti tarian, festival adat, hingga adat pernikahan suku sasak yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Salah satu budaya lombok adalah presean. Presean merupakan salah satu tradisi lokal yang menggabungkan pertarungan antara dua pria yang menggunakan rotan panjang dan perisai kecil berbentuk bujung sangkar dari kulit sapi. Selain itu terdapat budaya bau nyale yang merupakan refleksi dari cerita rakyat nusantara pulau lombok yaitu Kisah Putri Mandalika. Bau nyale dilaksanakan pada bulan februari di daerah pantai selatan pulau Lombok dengan mengambil cacing yang berwarna warni di laut.



*Gambar 2. 3 Budaya Peresean
(sumber : wartantb.com)*

2.2.1 Suvenir Lombok

Berikut adalah beberapa suvenir yang diminati oleh wisatawan nusantara maupun asing sebagai tinjauan mengenai beragam suvenir :

1. Tuak Manis Lombok



*Gambar 2. 4 Tuak manis Lombok
(sumber : kompastiana.com)*

Tuak Manis adalah minuman khas Lombok, Nusa Tenggara Barat. Minuman ini disukai masyarakat selain karena rasanya yang segar dan manis juga karena dipercaya mampu menyembuhkan berbagai penyakit. Tuak manis dihasilkan dari pohon enau yang masih banyak tumbuh liar di hutan. Hutan Pusuk Lestari Kabupaten Lombok Barat (Lobar) NTB.

2. Dodol Rumput Laut



*Gambar 2. 5 Dodol rumput laut
(sumber:tokomesin.com)*

Rumput laut mengandung serat rumput laut yang sangat baik untuk pencernaan tubuh. Dodol rumput laut sesuai jika dijadikan cemilan selama dalam perjalanan atau bahkan dijadikan oleh oleh khas Lombok. Dodol rumput laut memiliki berbagai varian rasa dengan kemasan yang praktis dan harga terjangkau.

3. Kaos Lombok

Kaos Lombok banyak ditemukan di beberapa pasar tradisional hingga tempat wisata dan toko souvenir. Souvenir kaos biasanya dijual bersamaan dengan pakaian pantai dan aksesoris serta tas atau pernak pernik lainnya. Kaos bersifat general dan sesuai untuk siapa saja. Harga kaos relatif terjangkau.



Gambar 2. 6 Kaos Lombok
(sumber: 500px.com)

4. Kain Songket



Gambar 2. 7 Kain Songket
(sumber : 500px.com)

5. Kain Tenun



Gambar 2. 8 kain tenun
(sumber : 500px.com)

2.3 Studi Pakaian

2.3.1. Macam Model Pakaian

Pakaian yang akan dirancang sebagai souvenir pulau Lombok memiliki model yang berbeda beda dan disesuaikan dengan karakter gender dan tema yang diangkat. Berikut ini adalah beberapa model pakaian secara umum.

2.3.1.1 Macam Model Atasan

Berikut deskripsi secara singkat tentang macam-macam jenis atasan secara umum:

Tabel 2. 1 Macam Model Atasan

Jenis Atasan	Gambar
<p>Kaos Oblong (Tshirt)</p> <p>T-Shirt pada awalnya hanya merupakan pakaian dalam yang digunakan oleh militer Inggris dan Amerika pada awal abad ke-19. Pada awal kaos oblong ini hanya digunakan ketika udara panas atau latihan-latihan</p>	

Kaos Raglan

Kaos raglan memiliki sambungan miring dari ketiak langsung ke lubang leher sehingga memiliki pola tangan yang lebih besar dari kaos konvensional. Pada kaos raglan biasanya warna badan berbeda dengan warna lengan.



Kaos Tank Top/Singlets Tank Top merupakan pakaian yang tanpa tangan atau disebut sleeveless shirt kaos tanpa tangan atau kadang juga disebut lekbong. Dominan digunakan oleh atlet olahraga, bersantai seperti di pantai.



Kemeja santai

berasal dari bahasa portugis camisa biasa digunakan untuk laki laki dengan lengan pendek atau panjang.



2.3.1.2 Macam Model Pakaian Luaran

Terdapat beberapa model pakaian luaran yang disesuaikan dengan tren desain fashion masa kini antara lain:

Tabel 2. 2 Macam Model Luaran

Jenis Outer	Gambar
<p>Cardigan adalah sweater yang bagian depannya terbuka dan dapat diberi tambahan kancing atau ritsleting sebagai variasi.</p>	
<p>Rompi atasan tanpa lengan dengan atau tanpa kancing dibagian depan.</p>	
<p>Bolero semacam jaket yang cenderung ketat atau pas dibadan (Pres Body) dan terbuka dibagian depan dengan ukuran setengah dada.</p>	
<p>Blazer jenis pakaian yang sering dikenakan oleh kaum wanita dengan bentuk menyerupai jas. Atau mungkin lebih dekat dengan bentuk atau model jas almamater.</p>	

2.3.1.4 Macam Model Aksesoris Pendukung

Berikut ini Terdapat beberapa model aksesoris pendukung pakaian yang terbuat dari bahan kain yang disesuaikan dengan tren desain fashion masa kini antara lain:

Tabel 2. 3 Macam Model Aksesori

Jenis Aksesoris	Gambar
<p>Kafayah kain segiempat berbentuk kotak2 dengan pinggir rumbai</p>	
<p>Bandana adalah selembar kain berbentuk segi empat yang diikatkan pada kepala.</p>	
<p>scarf, stole(stola) dan shawl adalah sehelai kain yang dipakai dileher, kepala atau pundak, dengan tujuan untuk memberi rasa hangat, fashion, atau alasan religius.</p>	

Pashmina atau pashm adalah jenis serat natural yang dipintal dari bulu domba liar yang hidup di pegunungan Asia.



2.3.2 Bahan

2.3.2.1 Bahan kaos dan Pakaian

Berikut ini terdapat beberapa jenis bahan yang digunakan untuk pembuatan model pakaian :

1. Kain Katun

Kain katun adalah jenis kain rajut (knitting) yang berbahan dasar serat kapas. Keunggulan dari bahan ini antara lain adalah tidak kisut apabila dicuci, tidak luntur untuk bahan berwarna, mudah disablon, menyerap keringat, tidak berbulu.

2. Katun Kombed (Combed Cotton)



*Gambar 2. 9. Tekstur katun kombed
(sumber : custombagus.com)*

Jenis kain katun yang diproduksi dengan finishing disisir (combed) dengan tujuan agar serat-serat kapas halus dapat dipisahkan sehingga kain yang dihasilkan lebih halus dan tidak berbulu. Kain katun kombed tersedia

dalam dua ukuran yaitu 20s dan 30s. Katun Kombed 20s adalah kain katun kombed yang terbuat dari benang yang berukuran 20s. Katun Kombed 30s adalah kain katun kombed yang terbuat dari benang yang berukuran 30s. Kain katun kombed 20s lebih tebal daripada 30s. Sehingga kain katun 30s lebih lemes daripada kain katun 20s.

3. Cotton Bamboo



*Gambar 2. 10 Tekstur katun bambu
(sumber : custombagus.com)*

Cotton Bamboo merupakan jenis bahan kain yang terbuat dari serat katun, tapi katunnya dibuat dari serat bambu. Di alam bebas, bambu merupakan tumbuhan terhindar dari bakteri dan serangga. Bambu mengandung zat antibakteri alami bernama penny quinone. Zat ini juga ditemukan dalam serat bambu yang digunakan untuk bahan kain Cotton Bamboo. Kaos yang menggunakan Cotton Bamboo memiliki kelebihan antibakteri dan anti serangga, semacam kutu.

Kelebihan ini dapat menjaga kaos agar lebih awet karena bahan kainnya tidak cepat rusak.

4. Polyester (PE)



*Gambar 2. 11 Tekstur kain Polyester
(sumber : custombagus.com)*

Jenis kain lain yang juga sering digunakan untuk bahan kaos. Polyester atau PE, dibuat dari campuran serat sintetis. Kelebihan bahan kaos ini adalah tidak mudah kusut dan lebih awet dibanding bahan kaos dari katun. Kekurangan mendasar bahan polyester tidak bisa menyerap air dengan baik sehingga bisa mengganggu kenyamanan saat dipakai karena tidak menyerap keringat dengan baik. Polyester biasanya digunakan untuk bahan kaos partai, karena harganya yang murah dan tergolong awet. Selain bahan kaos partai, polyester juga digunakan untuk pembuatan tas laptop atau dompet.

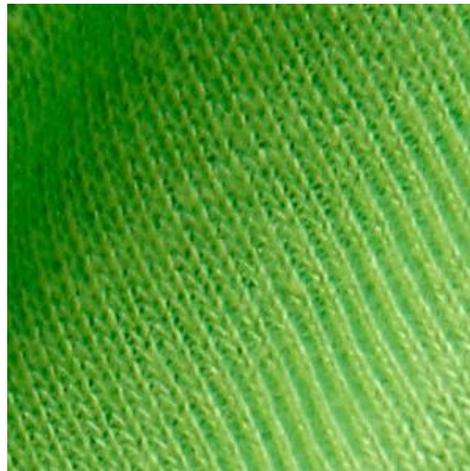
5. Gildan Fabric



*Gambar 2. 12 Bahan Gildan
(sumber: custombagus.com)*

Sebenarnya Gildan adalah nama merk penjual produk tekstil, seperti kaos, raglan, tanktop, sweater, dan jenis aparel lainnya. Kain yang digunakan produk kaos Gildan juga terbuat dari bahan katun, tapi komposisinya yang bervariasi. Gildan memiliki beberapa jenis bahan kaos yang digunakan, seperti Softstyle Cotton, Premium Cotton dan Ultra Cotton. Setiap jenis bahan memiliki harga yang berbeda, Ultra Cotton adalah bahan kaos yang paling mahal karena dinilai memiliki kualitas terbaik dibanding jenis bahan kaos Gildan lain. Kaos Gildan pada umumnya digunakan untuk cetak kaos satuan menggunakan printer DTG.

6. Teteron Cotton (TC)



Gambar 2. 13 Tekstur kain TC
(sumber : custombagus.com)

Di bawah Cotton Carded, ada Teteron Cotton atau TC. Jenis bahan kaos ini memiliki komposisi 65% teteron dan 35% katun. Karakteristik bahan ini lembut dan lentur, namun jika dijadikan bahan kaos, TC akan terasa panas karena penyerapan airnya tidak terlalu baik. Teteron paling sering digunakan untuk bahan kaos gathering atau kaos partai karena harganya yang relatif murah dibanding Combed dan Carded.

7. Spandek



Gambar 2. 14 Tekstur kain spandek
(sumber : custombagus.com)

Salah satu jenis bahan yang elastis dan jika ditarik (*stretch*) mampu meregang hingga 500% dari ukuran awal. Sebenarnya spandek adalah nama jenis benang/serat kain yang terbuat dari campuran nilon dan polyester. Bahan kain yang menggunakan campuran spandek ada beberapa macam, yaitu Spandek Cotton, Rayon Spandek, Spandek Ballon dan Korean Spandek. Bahan spandek jarang digunakan untuk bahan kaos, lebih banyak untuk rok dan legging wanita. Kegunaan lainnya, spandek sering dipakai untuk baju olahraga, seperti baju renang, baju senam atau kaos kaki.

2.3.2.2 Jenis Bahan Tambahan

Selain bahan yang telah disebutkan diatas, terdapat beberapa bahan lain yang diperlukan untuk membuat pakaian pada Perancangan Clothing dengan desain khas Lombok sebagai Suvenir dengan karakter yang berbeda. Berikut adalah tabel yang berisi jenis bahan dan karakteristiknya :

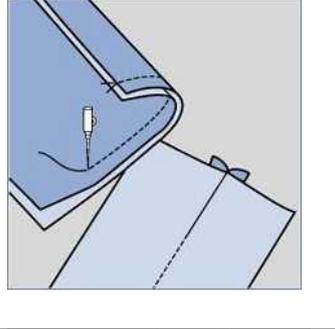
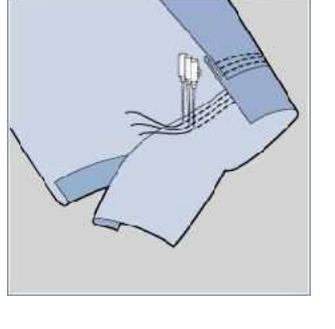
Tabel 2. 4 Bahan Tambahan

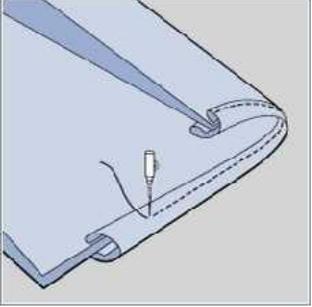
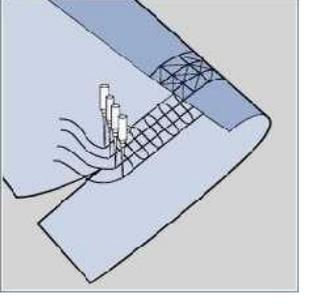
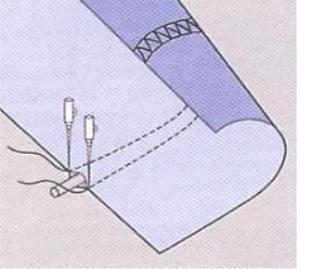
Bahan	Gambar
<p>Chiffon (Georgette)</p> <p>Bahan 100% polyester (polyester fabric), dengan konstruksi yang membuat hasil cetakan terlihat seperti tembus pandang. Berbeda dengan chiffon yang bukan print grade, chiffon yang digunakan ini akan tetap lembut setelah dicetak.</p>	
<p>DRILL</p> <p>Bahan 100% polyester (polyester fabric), benang twill / miring / melintang. Benang agak besar, sifatnya kaku. Karena sifatnya yang keras, bahan drill sering digunakan sebagai pengganti bahan kanvas tebal. Bahan drill juga digunakan untuk aplikasi fashion seperti bahan celana, rok, jaket, bolero, scrub, celana cargo.</p>	
<p>SHANTUNG</p> <p>Bahan 100% polyester (polyester fabric), dengan permukaan agak berserat. Permukaan shinny, cocok untuk cetak warna gold dan silver. Untuk aplikasi gaun, jaket fashion, baju atasan (tops), long dress. Kain ini cocok dikombinasikan dengan pattern solid / efek tinta seperti tema porcelain, tema air, tema etnik, warna gold dan warna silver. Pada beberapa project, kain shantung juga bisa digunakan untuk scarf souvenir wedding / pernikahan / acara khusus.</p>	

<p>SATIN</p> <p>Bahan 100% polyester (polyester fabric), permukaan kilap dan flat. Serupa dengan satin bridal, tapi dengan karakter tebal dan permukaan mulus. Kain ini cocok dibuat gaun, party dress, wedding gown / gaun pernikahan, gaun tunangan, tirai, bed cover, apron hias, aplikasi ballroom, pouc.</p>	
<p>SILK</p> <p>Bahan 100% polyester (polyester fabric), permukaan semi kilap, lemas, dan agak licin. Kain ini favorit untuk scarf / hijab / pashmina, baju atasan, gaun, twilly, pita, dan aplikasi fashion lainnya. Beberapa perusahaan interior juga memanfaatkan kain ini untuk tutup lampu seperti halnya kain organdi.</p>	

2.3.3 Jenis Jahitan

Tabel 2. 5 Jenis Jahitan

Nama jahitan	Gambar
<p>Jahitan Superimposed</p> <p>Jahitan dimulai dengan dua helai kain atau lebih yang superimposed satu sama lain dan disambung di dekat bagian pinggir, dengan satu baris jahitan atau lebih.</p>	
<p>Jahitan Lapped</p> <p>dua helai kain atau lebih ditumpuk (misalnya dengan pinggiran yang saling tumpuk, plain atau ditekuk) dan disambung dengan satu baris setikan atau lebih.</p>	

<p>Jahitan Bound</p> <p>Jahitan dibentuk dengan cara melipat bagian penyambung di atas pinggir kain dan menyambung kedua pinggir bagian penyambung ke kain dengan satu baris setikan atau lebih. Ini akan menghasilkan pinggir jahitan yang rapi dan terlihat dari luar.</p>	 <p>The diagram shows a piece of light blue fabric with a darker blue binding strip. The strip is folded over the edge of the fabric, and a needle is shown stitching it down with a single line of thread.</p>
<p>Jahitan Rata</p> <p>Dalam jahitan ini (kadang kala disebut jahitan Butt), dua pinggir kain, rata atau ditebuk, disambung dan dijahit bersama dengan setikan.</p> <p>Tujuan dari jahitan ini adalah untuk menghasilkan sambungan tanpa ketebalan tambahan pada kain, seperti pada pakaian dalam atau produk garmen dasar</p>	 <p>The diagram shows two pieces of light blue fabric being joined together. A needle is shown stitching the two pieces together at their edges, creating a flat seam.</p>
<p>Setikan Dekoratif/Ornamental</p> <p>Setikan ornamental adalah setikan dengan lajur lurus atau melengkung atau mengikuti desain ornamental, pada helai tunggal kain. Jenis yang lebih kompleks termasuk berbagai jenis "pipa", yaitu bentuk menyerupai pipa di sepanjang permukaan kain.</p>	 <p>The diagram shows a piece of light blue fabric with a decorative zig-zag stitch pattern. A needle is shown stitching the pattern into the fabric.</p>

2.3.4 Teknik Cetak Pakaian

2.3.4.1 Cetak Digital

Digital printing atau cetak digital merupakan salah satu metode mencetak diatas kain dengan menggunakan printer khusus kain. Langkah pembuatannya sederhana yaitu desain dalam bentuk *file* computer, lalu dari desain tersebut akan dicetak dengan menggunakan printer kain tersebut.



*Gambar 2. 15 Proses Pencetakan Print Kain.
(sumber: dcc.co.in)*

Pencetakan pada print kain Menerapkan pola dan desain berwarna untuk menghias kain. Dengan kain cetak yang tepat, warnanya dilekatkan pada serat, sehingga tidak terpengaruh oleh pencucian dan gesekan.. Pewarna yang digunakan untuk pencetakan kebanyakan meliputi warna vat, reaktif, naphthol dan dispersi yang memiliki sifat tahan luntur yang baik. Pigmen, yang tidak benar-benar pewarna, juga digunakan secara luas untuk dicetak. Warna-warna ini menempel pada serat melalui resin yang sangat tahan terhadap pencucian atau drycleaning. Pigmen adalah salah satu warna yang paling dikenal dan efektif untuk nuansa cahaya sampai medium. Jika digunakan untuk menerapkan warna gelap, mereka mungkin mencelupkan atau menukik. Peningkatan resin, pigmen yang lebih baik atau agen anticrock yang lebih efektif harus digunakan untuk mengatasi masalah ini. Kemudian hal lain yang perlu Anda perhatikan pula ialah (cetak kain, print kain, marketplace desain, seamless pattern, batik, motif kain).

Berikut adalah tiga jenis printing berdasarkan teknik dan proses yang digunakan :

1. Pencetakan Langsung

pendekatan yang paling umum untuk menerapkan pola warna pada kain. Bisa dilakukan dengan warna putih atau kain berwarna. Jika dilakukan pada

kain berwarna, itu dikenal sebagai overprinting. Pola yang diinginkan dihasilkan dengan mencantumkan pewarna pada kain dalam bentuk pasta. Untuk menyiapkan pasta cetak, zat pengental ditambahkan ke dalam jumlah terbatas air dan pewarna dilarutkan di dalamnya.

2. Discharge Printing

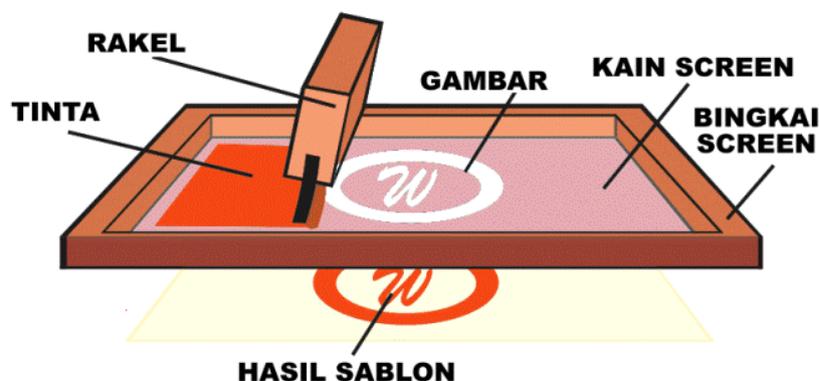
Dalam pendekatan ini, kain dicelup dalam potongan dan kemudian dicetak dengan bahan kimia yang menghancurkan warna di area yang dirancang. Terkadang, warna dasar dilepas dan warna lain dicetak di tempatnya. Kain cetak dikukus lalu dicuci bersih.

3. Resist Printing

Dalam teknik ini, pasta tahan dicantumkan pada kain dan kemudian dicelup. Pewarna hanya mempengaruhi bagian-bagian yang tidak tercakup dalam pasta tahan. Setelah pencelupan, pasta tahan dilepas meninggalkan pola pada latar belakang gelap.

2.3.4.3 Wet Printing

Wet Printing bisa disebut juga Screen Printing atau sablon manual. Proses sablon ialah dengan menyapukan warna pada bahan screen yang direntangkan di seluruh permukaan kerangka screen. Dengan menggunakan proses ini, dapat dibuat daerah berwarna pada permukaan kain dan desain tersebut bisa dicetak berulang-ulang sehingga mampu menghasilkan sejumlah bentuk motif yang serupa.



Gambar 2. 16 teknik sablon.
(sumber : sabloninfo.com)

2.3.4.4 Proses cetak sablon manual

Proses dalam melakukan sablon :

1. Tahapan Pra Cetak.

Tahapan sebelum mencetak adalah memindahkan gambar digital menjadi film atau klise sablon.

2. Tahapan saat Cetak

Memindahkan tinta ke media yang diinginkan melalui kain saring/screen.

3. Tahapan Pasca Cetak

Ada tiga hal yang biasanya perlu dilakukan setelah selesai melakukan pencetakan, yaitu :

- Proses Drying Setiap tinta cetak memerlukan waktu untuk mengering dengan sempurna dengan pengeringan alami maupun buatan.

- Proses Curing Proses ini memerlukan alat – alat yang khusus untuk dapat mengeringkan jenis – jenis tinta tertentu. Untuk Tinta Karet/GL/Rubber, juga memerlukan proses curing, dengan menggunakan mesin hot press yang dapat diatur panas temperaturnya (sekitar 110 – 130 0C).

- Proses Burning/Pengopenan Ada jenis – jenis tinta tertentu yang membutuhkan treatment seperti ini, pada dasarnya proses ini membakar/memanggang tinta tersebut sehingga mencapai titik pengeringan yang sempurna.

2.3.4.5 Jenis cetak sablon

Berikut adalah beberapa jenis teknik cetak sablon :

1. Rubber atau Karet GL



*Gambar 2. 17. Kaos Sablon Rubber.
(Sumber : berkaos.com)*

Sablon jenis ini merupakan jenis sablon manual yang paling sering dipakai. Sesuai namanya, rubber, sablon kaos berbahan dasar karet ini mempunyai tingkat elastisitas dan kerapatan yang tinggi. Alhasil, rubber pun dapat menutup permukaan warna kain dengan baik. Hal ini membuat rubber semakin difavoritkan karena cocok digunakan untuk menyablon kain kaos dengan warna apapun. Selain digunakan untuk sablon utama, biasanya digunakan sebagai underbase. Underbase adalah istilah tinta dasar sebagai penutup warna kain sebelum penyablonan warna lainnya. Underbase biasanya berlaku pada kaos hitam dan kaos berwarna gelap lainnya. Selain fleksibel dan elastis, keunggulan lain dari cat sablon ini ialah cenderung awet dan bisa disetrika. Apalagi jika ditambah dengan coating atau lapisan tambahan, maka cat rubber yang sudah disablon dapat mengikuti kelenturan kain dan berdaya tahan lebih lama.

2. Pigmen



*gambar 2. 18. Hasil cetak sablon pigmen.
(sumber: berkaos.com)*

Pigmen adalah bubuk pewarna tinta sablon yang bersifat meresap ke dalam serat kain. Jenis sablon ini hanya bisa dipakai untuk bahan kaos berwarna terang saja. Bahan ini tidak bisa disablon pada kain kaos yang berwarna gelap dikarenakan karakternya tidak mampu mengalahkan karakter pewarna serat kaos. Sehingga warna yang dibawa tinta pigmen pun tidak muncul. Karena memiliki karakter tipis dan menyerap, biasanya pada kaos bersablon pigmen akan tetap terlihat tekstur kainnya walaupun sudah disablon. Warna yang dihasilkan oleh cat pigmen cenderung lebih rata dan solid bila dibandingkan dengan tinta lain. Sablon pigmen sangat cocok untuk diaplikasikan pada desain kaos yang besar atau lebar karena hanya menggunakan sedikit tinta sablon.

3. Superwhite



Gambar 2. 19 hasil cetak sablon superwhite
(berkaos.com)

Hampir serupa dengan sablon pigmen, sablon jenis ini memiliki karakter menembus serat kain. Bedanya, tinta sablon superwhite bersifat lebih transparan dan bisa diaplikasikan pada kain berwarna gelap. Tinta sablon superwhite terdiri dari dua jenis varian, yaitu white untuk tinta putih dan color tinta warna lainnya. Salah satu ciri khas yang dihasilkan tinta model ini adalah warnanya yang cenderung pudar (turun warna). Hal ini membuat Superwhite sangat cocok untuk desain vintage yang bernuansa oldschoool. Tinta Superwhite juga bisa diracik menjadi tinta sablon manual jenis discharge jika dicampur dengan bahan–bahan tertentu.

4. Plastisol



Gambar 2. 20 Hasil cetak plastisol
(sumber : berkaos.com)

Jenis sablon ini merupakan jenis tinta sablon berbasis minyak / PVC (oil based). Salah satu keistimewaan sablon plastisol yang tidak dimiliki

jenis sablon lain adalah kemampuannya untuk mencetak dot atau raster ukuran super kecil dengan hasil yang prima.

5. High Density



*Gambar 2. 21 hasil cetak high density
(sumber:berkaos.com)*

High density adalah jenis sablon kaos manual berbahan dasar plasiol. Bedanya, dalam proses pembuatannya sablon high density menggunakan keramik sebagai screen. Hal ini berfungsi agar cat plastisol menghasilkan efek sablon timbul yang tajam. Ketinggian efek timbul dari sablon high density berkisar antara sepuluh hingga tiga puluh milimeter. Cara pembuatan sablon high density adalah dengan digesut atau disablon berulang-ulang hingga mencapai efek timbul yang diinginkan. Selain menghasilkan efek timbul transparan, tinta ini juga menghasilkan efek sablon yang mengkilap dan terkesan basah. Namun sablon high density juga dibuat dengan settingan agar terlihat doff.

2.3.5 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin *illustrare* yang artinya penampakan, kemuliaan, cahaya, penerangan dan penggambaran secara hidup-hidup. Ilustrasi merupakan seni membuat gambar yang berfungsi memperjelas dan menerangkan naskah. Ilustrasi dipergunakan untuk memperjelas pesan. Ilustrasi dapat membantu retensi.

yaitu memudahkan pembaca untuk mengingat konsep atau gagasan yang disampaikan melalui ilustrasi.

Ilustrasi menghemat tempat penyajian sebab ilustrasi dapat menyajikan suatu konsep yang rumit dan luas dalam ruang/tempat yang terbatas. Ditinjau dari fungsinya, ilustrasi memiliki tiga fungsi yaitu deskriptif, ekspresif dan analitis.

Ilustrasi berfungsi deskriptif, yaitu menggantikan uraian tentang sesuatu secara verbal dan naratif dengan menggunakan kalimat yang panjang. Ilustrasi dapat dimanfaatkan untuk melukiskan sesuatu sehingga lebih cepat dipahami.

Ilustrasi berfungsi ekspresif, yaitu memperlihatkan dan menyatakan suatu maksud, gagasan, perasaan, situasi atau konsep yang abstrak menjadi nyata secara tepat dan mengena sehingga mudah dipahami. Suasana, proses, mimik seseorang dapat diperlihatkan melalui ilustrasi.

Ilustrasi berfungsi analitis, yaitu dapat menunjukkan rincian bagian demi bagian dari suatu benda, sistem atau proses secara detail, sehingga lebih mudah untuk dipahami. Tahapan-tahapan dalam suatu proses dapat lebih jelas diperlihatkan melalui ilustrasi dibanding narasi.

Corak dan bentuk ilustrasi terbagi menjadi 5 macam, yaitu :

1. Corak ilustrasi realis

Corak ilustrasi yang menggambarkan secara nyata wujud obyek yang ditangkap oleh indra pengelihatan serta menggambarkan secara nyata cerita isi suatu naskah yang disertainya.

2. Corak ilustrasi dekoratif

Ilustrasi yang bentuk-bentuk visualnya terletak pada permainan unsur garis, bidang, warna dan komposisi yang dalam hasil keseluruhannya tetap bersifat datar (flat)

3. Corak ilustrasi kartunal

Ilustrasi yang menggunakan bentuk-bentuk jenaka atau bentuk-bentuk realis yang mengalami perubahan atau distorsi.

4. Corak ilustrasi ekspresionistis

Ilustrasi yang mengutamakan kebebasan berekspresi dalam membuat karya ilustrasi dari sifat bebas tersebut menimbulkan obyek-obyek yang bebas pula.

5. Corak ilustrasi surealistis

Corak ilustrasi yang menggambarkan khayalan atau mimpi, tidak jelas batas antara kenyataan dengan angan-angan.

6. Corak ilustrasi absurd

Ilustrasi yang menggambarkan wujudwujud yang tidak masuk akal atau aneh untuk kepentingan naskah yang disertainya.

2.3.6 Warna

Warna memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perancangan sebuah produk. Hampir semua orang selalu mempertimbangkan untuk memilih warna yang disukanya. Warna juga dapat memiliki arti dan memperkuat karakteristik produk.

2.3.6.1 Identifikasi Warna dengan Indra

Dalam buku Design Basic dijelaskan bahwa warna memiliki sifat yaitu warna hangat dan warna dingin. Pada umumnya rasa dingin dan hangat dapat diketahui dengan indra sentuhan, akan tetapi pada warna sifat hangat dan dingin dapat diketahui melalui indra penglihatan. Sifat warna ini dipengaruhi oleh hubungan antara warna dan obyek, misalnya merah termasuk dalam warna hangat karena selama ini merah identik dengan api yang juga memiliki sifat panas. Selain itu warna juga berpengaruh terhadap psikologis dan emosional, misalnya menyentuh warna merah tidak akan menimbulkan rasa terbakar akan tetapi akan memberikan efek kehangatan. Begitu juga dengan sifat warna-warna yang lainnya.

2.3.6.2 Warna untuk Pakaian

Warna untuk pakaian harus diataur seimbang dengan pembagian badan pamakainya. Kesan warna untuk pakaian akan baik dan menyenangkan bila warna cocok bagi orang yang memakainya, cocok suasananya dan cocok situasinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi warna agar sempurna dalam penampilan adalah :

1. Efek cahaya
2. Tekstur
3. Umur pemakai
4. Kepribadian pemakai
5. Wajah pemakai

2.3.7 Tipografi

Tipografi merupakan hal yang penting bagi sebuah brand clothing, karena tipografi mempunyai kemampuan yang baik dalam memberikan informasi mengenai cara dibanding slogan biasa. Sekarang ini banyak simbol-simbol abstrak dan tanda yang bahkan lebih sulit untuk diingat jika dilihat berdasarkan bentuk visualnya. Namun dengan adanya tipografi, keterbacaan dan tingkat komunikasi yang tinggi, sangat mempengaruhi bagaimana masyarakat melihat citra dari suatu brand. Tipografi yang mudah dikenal masyarakat adalah tipografi yang terlihat sangat bersih, jelas, profesional dan klasik. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih tipografi untuk kepentingan souvenir kaos adalah :

- 1) Dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan mencerminkan positioning suatu perusahaan.
- 2) Mencakup berbagai macam kebutuhan aplikasi
- 3) Dapat digunakan dalam berbagai ukuran.
- 4) Mempunyai diferensiasi.
- 5) Mencerminkan budaya dan keunikan objek tersebut
- 6) Memiliki kepribadian.
- 7) Bisa dibaca dengan mudah.
- 8) Berkelanjutan dan konsisten.
- 9) Apabila menggunakan font dekoratif, tingkat keunikan dan keterbacaan tetap harus diperhatikan. Memilih dan menggunakan font yang tepat memerlukan pengetahuan dasar tentang luasnya pilihan dan pemahaman inti seberapa efektif

fungsi tipografi pada sebuah desain souvenir, karena pemilihan tipografi yang cerdas dapat mendukung hirarki sebuah informasi.

2.3.8 Gaya Gambar

Setiap pembeli atau calon pembeli berhak memilih atau membeli produk yang yang diinginkan. Mereka cenderung selalu mencari hal hal baru atau unik sebagai daya tarik. Fbri ardian dari bisnis tutsplus dalam artikelnya tertulis bahwa desainer memiliki peran yang besar dalam menciptakan tren agar calon pembeli tertarik.

Salah satu cara dalam menciptakan tren dikalangan masyarakat adalah dengan menentukan tema khusus atau unik yang belum ada atau jarang ditemukan masyarakat. Portalusaha.com menyatakan bahwa kiat menciptakan sebuah bisnis dibidang distro atau clothing adalah dengan menentukan tema kaos yang spesifik dan unik. Dengan kamu memiliki tema kaos yang spesifik atau memiliki tema yang khusus, produk tersebut akan memiliki ciri yang khas. Seperti racun cinta yaitu clothing line yang mengusung tema hasil panen bumi manusia. Tema diperkuat dengan visual yang sederhana dan unik di setiap produknya yang menggambarkan kehidupan manusia di zaman sekarang.

Menurut Alex Thio dalam bukunya, *Sociology*, “fashion is a great though brief enthusiasm among relatively large number of people for a particular innovation”. Fashion bisa mencakup apa saja yang diikuti oleh banyak orang dan menjadi tren. Menciptakan tren atau mengikuti tren dalam menentukan tema adalah dua hal penting bagi desainer atau perancang. Tren fashion akan selalu berubah dari tahun ke tahun. sebenarnya tren fashion akan selalu berputar. Model pakaian yang dulunya dianggap kuno, suatu saat nanti akan kembali menjadi trend. Tahun 2017 sebagian besar tren fashion yang terinspirasi dari fashion zaman dulu seperti celana kulot atau celana rok yang populer di tahun 70-80an. Pakaian slip dress mode populer di tahun 90an dan saat ini menjadi tren kembali. Sementara mengenai tren fashion tahun 2019, kemungkinan besar masih terpengaruh dengan fashion di tahun 2017 salah satunya adalah gaya gambar Artdeco yang merupakan gaya pada tahun 1920.



*Gambar 2. 22 Pakaian dengan Gaya Artdeco
(sumber : Jovian Mandagie for Zalora collection, 2018. zalora.com)*

Gaya gambar Artdeco masih berkembang hingga saat ini dan diminati oleh masyarakat berbagai kalangan. Seperti Pakaian diatas yang merupakan baju kurung Baju Kurung dari Jovian Mandagie untuk Zalora dengan motif hitam dan gold.



*Gambar 2. 23 Kaos Black Ranger gaya Artdeco
(sumber : <http://www.stylinonline.com/tshirt2.html>)*

Selain baju kurung, desain Tshirt dengan gaya Artdeco memiliki peminat yang cukup banyak salah satunya adalah edisi karakter film yang dibuat dengan gaya Artdeco seperti pada gambar 2.24 yang merupakan gambar black ranger di produksi oleh online fashion shop styli sebagai merchandise power ranger.

Gaya masa lalu Artdeco masih digemari hingga saat ini sehingga penulis merancang souvenir khas Lombok dengan mengangkat gaya masa lalu Artdeco.

2.4 Penelitian Sebelumnya

Landasan teori pada perancangan souvenir clothing khas Lombok untuk penulisan berdasarkan beberapa sumber salah satunya adalah penelitian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut antara lain :

1. Perancangan Tshirt sebagai Souvenir Surabaya
2. Perancangan Media Kaos Tematik sebagai Souvenir Pulau Bawean

2.5 Studi Eksisting

2.5.1 Brand clothing souvenir Lombok

1. Sasaku

Sasaku merupakan salah satu brand lokal di pulau Lombok yang terletak di wilayah kota mataram dan wilayah senggigi, lombok barat. Sasaku selain menyediakan souvenir kaos dengan berbagai motif dan kualitas yang disesuaikan dengan beragam segmen. Terdapat produk eksklusif dan produk standar. Selain itu sasaku juga menyediakan pernak pernik lain yaitu seperti jajanan dalam kemasan dan aksesoris.



*gambar 2. 24 Logo sasaku
(sumber : google)*

Logo sasaku yang digunakan sebagai papan nama toko dan logo dibagian belakang pakaian sebagai tag. Sedangkan pada kemasan aksesoris dan tas belanja logo yang digunakan berbeda.

Produk pakaian pada sasaku sebagian besar adalah kaos. Corak kaos yang diambil tidak hanya seputar lombok namun karya seni dari para seniman lombok yang cukup terkenal yang kemudian di desain ulang. Produk sasaku berdasarkan bahannya dibedakan menjadi dua yaitu kualitas standar dan kualitas super. Bahan kualitas super lebih tipis halus dan mudah menyerap keringat. Sedangkan berdasarkan desainnya sasaku membagi produknya menjadi beberapa kategori berdasarkan tema yang sedang diangkat dan bahan.

Berikut adalah tabel hasil pengamatan pada produk eksisting sasaku.

Tabel 2. 6 Sasaku

Gambar	Kelebihan	Kekurangan
	<p>Kaos oblong Harga : Rp. 110.000 Motif dan warna yang digunakan sesuai serta bahan lembut dan nyaman digunakan</p>	<p>Motif menyerupai unsur bali</p>
	<p>Outer Motif dan warna cantik dengan bahan yang halus namun ukuran all size dan terlalu kecil</p>	<p>Tidak mengandung unsur Lombok, motif universal.</p>

	<p>Kombinasi motif bahan dan warna tulisan yang sesuai. Mengikuti tren</p>	<p>Bahan kasar dan ukuran sangat kecil.</p>
	<p>Model dan ukuran sesuai Desain mengikuti tren Bahan yang digunakan nyaman dipakai</p>	<p>Ilustrasi terlihat umum, tidak ada identifikasi Lombok</p>

2. Lombok exotic

Lombok exotic didirikan pada tahun 1986, produk yang ditawarkan sebagian besar souvenir kaos lombok dengan desain yang cenderung dengan tulisan mengenai jenaka dengan bahasa daerah di lombok. Dibawah ini adalah tabel hasil pengamatan terhadap model pakaian yang dijual di Lombok exotic, sebagian besar memiliki model yang menarik dan bahan berkualitas dengan harga rata-rata Rp. 140.000,-

Tabel 2. 7 Lombok eksotik

Gambar	Kelebihan	Kekurangan
	<p>Kaos</p> <p>Model dan motif sesuai tren remaja sederhana dengan warna monokrom</p> <p>Bahan sesuai</p>	<p>Belum ada keunikan</p>
	<p>Kaos</p> <p>Model dan layout kaos bagus disertai bahan berkualitas</p>	<p>Tidak menunjukkan identitas lombok</p>
	<p>Kaos</p> <p>Kesesuaian warna dan bahan</p>	<p>Memberikan kesan negatif, sama sekali tidak mengandung unsur Lombok.</p>
	<p>Dress:</p> <p>Model unik</p>	

3. Gandrung Lombok

Gandrung lombok adalah sebuah toko souvenir dengan menyediakan pakaian akaian bercorak khas Lombok. Salah satu produk unggulan pada gandrung lombok adalah kemeja dengan bahan organik merk tencel. Kain organic berasal dari ekstrak kayu atau bamboo. Proses nya sangat ramah lingkungan dan hasilnya adalah kain yang dingin, nyaman, lembut di kulit dan lebih cepat meresap air daripada katun sehingga menjadikan produk tersebut sangat higienis. Selain pakaian gandrung menjual souvenir lain seperti tas, kerajinan tangan khas Lombok, aksesoris dan beragam kain traditional seperti tenun ikat, Sasambo, Songket, Rang2, dan kain pantai dengan beragam motif.

Tabel 2. 8 Gandrung Lombok

Model pakaian	Kelebihan	Kekurangan
<p>Kaos</p> 	<p>Bahan yang digunakan beraneka ragam dengan harga yang berbeda beda tergantung kualitas. Pada gambar disamping kaos menggunakan bahan transparan.</p>	<p>Tinta printing hasil cetak bahan yang agak bertekstur kurang terlihat rapi jika detail.</p>
<p>Blouse</p> 	<p>Desain dan jahitan baju rapi menampilkan karakter feminim. Perpaduan unsur warna dan motif tenun cetak.</p>	<p>Bahan yang digabungkan memiliki tekstur yang berbeda dan agak kasar.</p>
	<p>Inovasi bahan dari serat bambu memberikan kualitas dan keunggulan dibanding brand lainnya.</p>	<p>Motif dan corak universal, tidak ada unsur Lombok.</p>

<p>Baju sabrina</p> 	<p>Modifikasi model pakaian sebagai souvenir yang sesuai dengan motif dan mengikuti tren.</p>	<p>Menggunakan motif batik jawa bukan corak Lombok</p>
	<p>Kreasi model pakaian kaos berkerah sederhana dan menarik.</p>	<p>Motif songket yang digunakan kurang sesuai untuk kaos berkerah.</p>

4. Suvenir Pasaran

Suvenir kaos lombok banyak ditemukan di pasar yang khusus menyediakan oleh oleh seperti pasar seni sayang sayang, pasar cakranegara dan daerah senggigi.

Produk yang dijual untuk menengah kebawah. Produk yang dijual bervariasi mulai dari menengah kebawah hingga standar tetapi untuk desain masih standar dan sama antara penjual yang satu dengan yang lainnya.



*gambar 2. 25 souvenir kaos
(sumber : google)*

Produk yang dijual untuk menengah kebawah. Produk yang dijual bervariasi mulai dari menengah kebawah hingga standar tetapi untuk desain masih standar dan sama antara penjual yang satu dengan yang lainnya.

2.6 Studi komparator

1. Racun Cinta



*gambar 2. 26. Logo Racun Cinta
(sumber : website official)*

Racun cinta merupakan clothing line lokal yang didirikan pada tahun 2009 oleh kelompok kejuruan desain produk. Desain visual pada produk racun cinta merupakan karya dari bayu wuri andhika yang mengusung konsep tema-tema Indonesia seperti legenda, dongeng, adat, budaya, tradisi maupun motif Indonesia dengan gaya khas kami yang semakin diperkuat dengan kolaborasi gaya sandang yang "etnik/tradisional - modern" dari nurrani mustikawati.

Racun cinta memiliki ciri khas dari kata-kata dan ilustrasi yang dituangkan dalam produknya. Racun cinta mengeluarkan banyak varian produk, tidak hanya kaos tetapi kemeja hingga scarf. Model kaos untuk wanita dan pria berbeda dan ada pembaharuan model di setiap bulannya.



*Gambar 2. 27 racun cinta katalog
(sumber : google)*

Sistem penjualan produk yang digunakan adalah limited edition artinya jika produk telah habis maka tidak ada restock sehingga pembeli merasa bangga mengenyakannya karena produk terbatas.

2. Mahanagari



*gambar 2. 28. Logo Mahanagari
(sumber : instagram)*

Mahanagari merupakan clothing line souvenir bandung yang menjual souvenir kaos dengan beragam desain. Selain itu brand ini juga memproduksi souvenir lain seperti sandal, poster, pin topi dan film film dengan latar tempo dulu serta buku buku bandung, sunda dsb. Mahanagari didirikan pada tahun 2005 oleh ben wirawan. Produk mahanagari memiliki desain yang beragam yang dibuat dengan maksud tertentu.



*gambar 2. 29. Katalog Mahanagari
(sumber : Instagram mahanagari)*

BAB III

METODOLOGI DAN ANALISA

3.1 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah gabungan dari beberapa metode untuk menghasilkan hipotesa awal. Bentuk penelitian yang dipilih untuk memperoleh data-data dan informasi dalam penelitian berupa pendekatan kuesioner, observasi, wawancara, dokumentasi, studi eksisting, dan kepustakaan.

3.1.1 Subjek Desain

a. Definisi Judul

Perancangan Clothing sebagai suvenir khas Pulau Lombok merupakan salah satu proses dalam merancang atau merencanakan sesuatu yang belum terealisasi dengan upaya untuk memajukan pulau Lombok sebagai pulau wisata dalam bentuk pakaian dan aksesorisnya yang berbahan kain. Perancangan ini mengangkat keunikan dan kekhasan Lombok yang sudah dikenal masyarakat kemudian dituangkan pada grafis pakaian sebagai suvenir. Kemudian dikemas dengan efisien dan memiliki nilai guna lebih terhadap konsumen.

B. Definisi Pulau Lombok Sebagai Pulau Wisata

Pulau Lombok menurut ibu Trias, ketua pemasaran dinas pariwisata menyatakan bahwa Lombok telah dinobatkan menjadi wisata halal dan mampu mengalahkan Saudi Arabia sebagai destinasi wisata. Hal ini memberikan peluang kepada masyarakat untuk lebih kreatif dalam mengelola hal-hal mengenai wisata.

Tabel 3. 1 Pariwisata Lombok

Konten	Bagian daerah dan nama	Gambar
<p>Alam</p>	<p>Kota Mataram</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pantai Ampenan <p>Lombok Timur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Danau segara anak - Pantai pink - Benang kelambu - Gili kondo - Gili kedis - Tanjung bloam - Tanjung ringgit - Air terjun <p>Lombok Barat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gili terawangan - Gili meno - Pantai senggigi - Batu bolong - Aik nyet - Pantai Mekaki - Desert Point / Bangko Bangko - Pantai Elaq – Elaq - Pantai Batu Surat - Teluk Sepi - Teluk Panggang - Gili Nanggu - Gili Asahan - Gili Rengit - Pantai Bukit Ombak 	<p>pantai pink</p>  <p>air terjun benang kelambu)</p>  <p>Bukit sembalun</p>  <p>Tanjung bloam</p>  <p>Teuteja</p> 

	<p>Lombok Tengah</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bukit batu payung - Bukit merese - Bendungan 	
Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> - pelecing - ayam bakar taliwang - sambel beberuq - kelaq batiq - sayur kelor - sate rembiga - Sate bulayak - sate pusut - sate pencok - sate tsjung - nasi puyung - sayur ares 	<p style="text-align: center;">Ares</p>  <p style="text-align: center;">ayam rarang</p> 
Jajanan traditional	<ul style="list-style-type: none"> - Nagasari - Jajan ciput - Jajan bantal - Poteng jaje rujak - Dodol rumput laut - Kue tarik/ keong - Cererot 	<p style="text-align: center;">Cererot</p>  

<p>Minat khusus</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Paralayang - Selancar (surfing) - Diving - Snorkeling - Hiking - Climbing 	
<p>Wisata Budaya</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rambitan - Desa Sade - Sukarara - Masjid Bayan Beleq - Pura Suranadi - Pura Lingsar - Taman Narmada - Taman Mayura - Masjid Kuno Bilok Petung - Desa Banyumulek 	
<p>Adat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Suku sasak - Rumah lambung - Perang peresean - Gendang beleq - Nyongkolan - Kawin lari - Perang topat 	

C. Calon Konsumen

Calon konsumen pada souvenir Lombok beragam mulai dari remaja awal hingga dewasa akhir. Menurut bapak mantra, desainer produk souvenir sasaku mengatakan bahwa sebagian besar konsumen souvenir adalah ibu-ibu dikarenakan mereka telah menyediakan anggaran tersendiri saat akan berlibur atau berwisata untuk diberikan kepada sanak keluarganya. Menurut data pada dinas pariwisata NTB konsumen souvenir seperti kain tenun, aksesoris, gantungan kunci dan pakaian santai digemari oleh kalangan remaja.

3.1.2 Metode Perancangan

3.1.2.1 Teknik Sampling

1. Populasi

Dalam judul “Perancangan clothing dengan desain khas Lombok sebagai souvenir” dilakukan penelitian untuk mendapatkan target pasar yang sesuai dan mendukung hasil yang diharapkan. Populasi yang diambil adalah wisatawan yang berkunjung ke pulau Lombok.

a. Demografis

Berdasarkan data survey wisatawan 2016 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata NTB

Usia : usia 22- 35 tahun

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Domisili : domestik dan mancanegara

Penghasilan perbulan : \geq Rp 1.500.000 perbulan

Pendidikan terakhir : S1

Strata sosial : kelas atas dan menengah

Pekerjaan : mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta.

Alasan memilih sampel tersebut :

a. Usia

Usia produktif pekerja adalah umur 25 tahun keatas dengan begitu mereka memiliki anggaran khusus dalam membeli souvenir. Usia tersebut adalah masa aktifnya seseorang dalam melakukan perjalanan yang ekstrim seperti berwisata alam meskipun waktu yang diperlukan untuk berwisata tidak banyak. Sedangkan usia diatas 35 tahun adalah usia seseorang dimana masa produktivitasnya berkurang.

a. Pendidikan

Pendidikan s1 sebagian besar memiliki selera visual yang elegan karena apapun yang digunakan akan sesuai dengan siapa dirinya dan mencari keunikan agar tidak sama dengan yang lain meskipun membutuhkan anggaran yang cukup besar.

c. Penghasilan perbulan

berdasarkan data hasil survey dinas pariwisata tahun 2016, pengeluaran wisatawan lokal maupun asing adalah lebih dari Rp 1.200.000,- sehingga dapat disimpulkan pendapatan yang diperoleh akan lebih dari pengeluaran.

Geografis

Target segmentasi dalam perancangan clothing dengan desain khas pulau Lombok sebagai souvenir adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Lombok atau pernah mengunjungi pulau Lombok sebagai destinasi wisata.

Psikografis

Segmentasi psikografis merujuk pada riset dan data yang diperoleh yang dilakukan, yakni :

a. Suka berpergian (Travelling)

a. Menyukai wisata alam dan kegiatan yang ada di dalamnya.

b. Menyukai kebudayaan dan seni daerah lokal.

d Menyukai fashion.

e. Mengikuti perkembangan teknologi seperti smartphone, laptop / komputer

3.1.2.2 Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama. Data didapatkan dan dicari dari nasumber sebagai responden yang mengetahui dengan pasti mengenai objek penelitian. Narasumber tersebut antara lain :

1. Ibu Utria Salim sebagai Kepala seksi kerjasama bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.
2. Mantra Ardhana seorang seniman lokal sekaligus desainer produk suvenir dan oleh oleh brand sasaku

3. Data Sekunder

Data Sekunder yang diperoleh berasal dari :

- Buku Pariwisata
- Internet
- Majalah dan Koran

3.1.2.3 Teknik Pengambilan Data

Pada perancangan ini, digunakan beberapa teknik pengambilan data, antara lain :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja, yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan gejala-gejala yang diselidiki. Menurut Syaodih Observasi adalah teknik yang digunakan atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sudah berlangsung. Metode ini digunakan untuk mengamati perilaku wisatawan dalam membeli sebuah

kaos sebagai souvenir yang dapat dijadikan acuan dalam membuat inovasi baru yang tidak hanya kaos melainkan model pakaian lainnya. Observasi ini berfungsi secara langsung untuk mengetahui jenis desain seperti apa yang lebih banyak dipilih oleh target konsumen.

Selain itu observasi juga dilakukan pada pengamatan terhadap perilaku wisatawan asing yang mencari kuliner khas Lombok dan mencari souvenir kaos. Dua hal ini merupakan kata kunci utama dalam melakukan perancangan. Observasi tidak hanya dilakukan kepada wisatawan asing tetapi kepada wisatawan lokal yang mendatangi atau pernah mengunjungi pulau Lombok namun menggunakan metode observasi yang berbeda.

b. Wawancara Mendalam (Dept Interview)

Teknik wawancara digunakan untuk memperdalam informasi dan mencari kebenaran hipotesa awal dengan stakeholder terkait. Stakeholder pada perancangan clothing dengan desain kuliner khas lombok sebagai souvenir adalah dinas pariwisata dan kebudayaan NTB. Wawancara dilakukan dengan membahas beberapa pertanyaan seputar data mengenai tempat tempat kuliner khas lombok yang paling banyak digemari, penjualan dan karakteristik souvenir pakaian di Lombok. Hal hal yang diharapkan dalam wawancara terhadap stakeholder adalah mendapatkan permasalahan yang tidak hanya sekedar minimnya pengetahuan wisatawan mengenai kuliner khas namun lebih dari itu menyangkut permasalahan lain dalam ruang lingkup kuliner dan souvenir.

c. Kepustakaan/Studi Literatur

Kepustakaan atau studi literatur merupakan data penunjang untuk data data lain. Studi literatur pada perancangan clothing dengan desain kuliner khas sebagai souvenir adalah berbagai buku acuan mengenai penelitian terhadap perilaku wisatawan, kuliner, souvenir dan hal hal lain yang berkaitan pada penelitian. Studi literatur memberikan wawasan yang lebih karena berdasarkan penelitian dan observasi dari orang orang yang pernah melakukan penelitian.

d. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk mendapatkan hal hal tertulis selain acuan pada studi literatur yaitu dokumentasi arsip maupun foto foto yang berkaitan dengan kuliner dan souvenir.

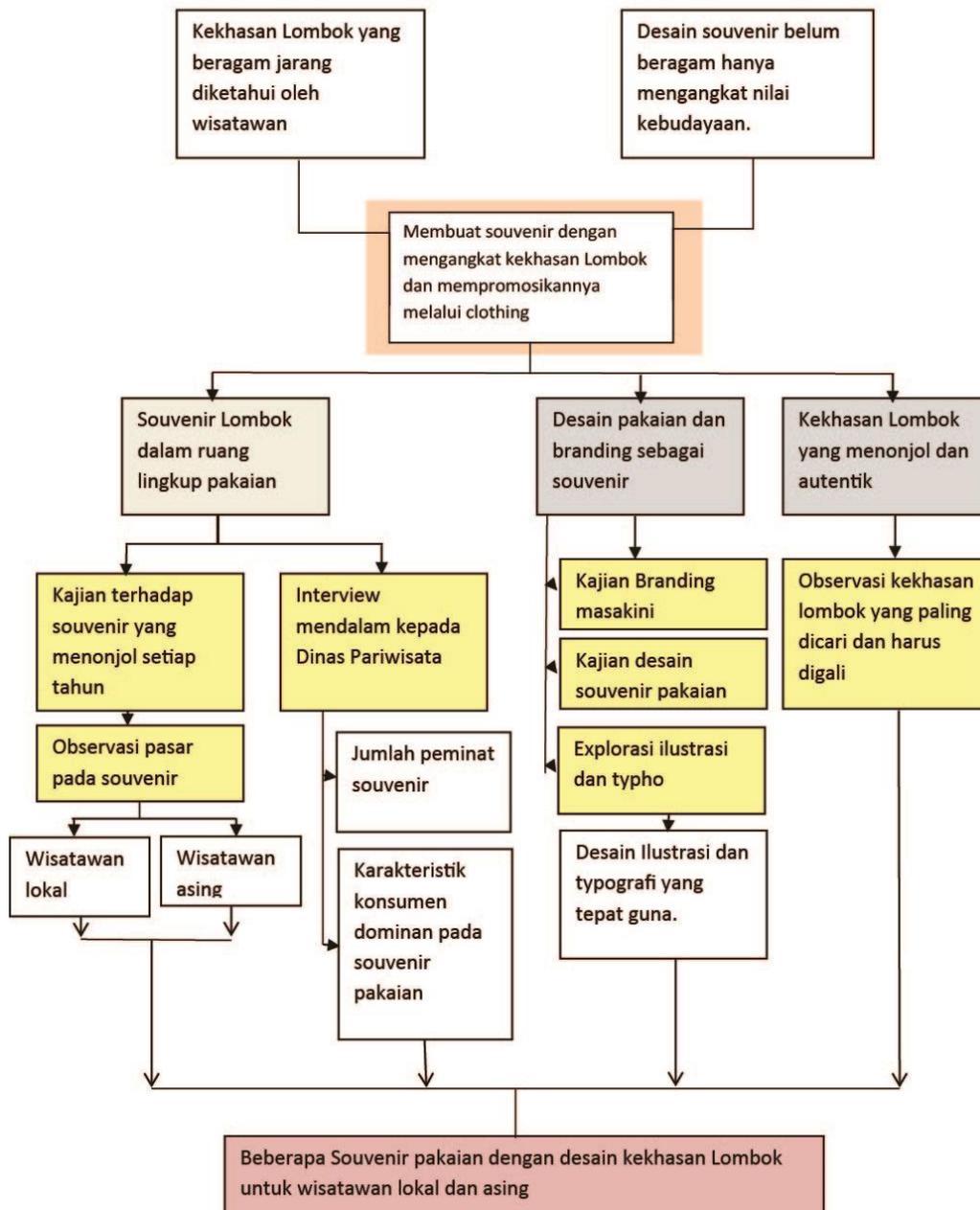
3.1.3 Teknik Perancangan

Dalam proses perancangan dibutuhkan langkah – langkah yang ilmiah dalam menentukan permasalahan hingga menemukan solusi. Berikut adalah tahap perencanaan dalam perancangan clothing dengan desain kuliner khas Lombok sebagai souvenir :

- Menemukan latar belakang permasalahan secara pasti dengan data yang valid berdasarkan studi literatur dan wawancara terhadap para wisatawan dan kebudayaan kota Mataram, NTB.
- Menganalisis permasalahan dan diperjelas dengan observasi secara langsung ke lapangan dengan menggunakan beberapa metode pendekatan terhadap target yang dituju.
- Mencari solusi terhadap permasalahan dalam ruang lingkup desain komunikasi visual dengan menelaah beberapa referensi, studi acuan dsb.
- Menemukan konsep yang sesuai dengan permasalahan sebagai solusi yang disebut big idea dan mengembangkannya menjadi konsep yang lebih terperinci.
- Brainstorming ide ide visual untuk memperjelas konsep dan membuat beberapa alternatif desain dengan *rough sketch* kemudian penyesuaian selera terhadap stakeholder.

3.1.4 Alur Perancangan

Untuk menghasilkan rancangan desain clothing dengan mengangkat keunggulan dan kekhasan Lombok sebagai souvenir yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan maka dibentuk sebuah alur perancangan sebagai berikut :



Bagan 3. 1 Alur Perancangan

3.2 Analisa Data

3.2.1 Deep Interview

1. Stakeholder



Gambar 3. 1 Foto bersama ibu Utria Dispubar
(sumber : dok.pribadi)

Wawancara dilakukan pada hari jumat di kantor dinas kebudayaan dan pariwisata Nusa Tenggara Barat dengan ibu Trias selaku kepala dibidang pemasaran sebagai narasumber yang dibantu oleh bapak ari di bagian statistik data. Terdapat 10 fokus pertanyaan yaitu mengenai hal hal yang menjadi khas di Pulau Lombok dan dicari oleh wisatawan yang datang. Kemudian peran penting Dinas Pariwisata dalam mengelola pulau Lombok serta hubungannya dengan souvenir, acara besar yang diadakan oleh pemerintah dalam rangka pariwisata dan tantangan yang dihadapi oleh pemerintah dalam mengelola kebutuhan pariwisata di Lombok.

Kemudia ibu utria menjawab bahwa wisatawan datang ke Lombok karena keindahan alam dan budaya serta lingkungan masyarakat yang tidak terlalu rame dibandingkan dengan Bali. Beliau menyatakan bahwa banyak sekali budaya dan kuliner Lombok yang mirip dengan Bali meskipun terdapat perbedaan yang tidak terlalu signifikan. Bu Utria juga menegaskan bahwa Dinas Pariwisata bertugas memilih dan mempromosikan souvenir yang dihasilkan oleh masyarakat Lombok tetapi tidak ikut campur terhadap proses mendesain hingga pengemasan produk. Banyak sekali souvenir yang dibawa oleh dispubar sebagai penghargaan atau diberikan kepada tamu asing maupun lokal. Souvenir tesebut berupa hasil kerajinan tangan seperti plakat kerang atau gerabah.



*gambar 3. 2 foto bersama bapak Ari
(sumber : dok.pribadi)*

Kemudian untuk fokus pertanyaan terhadap data statistik kunjungan, umur, kegiatan pariwisata dijelaskan oleh bapak ari dibidang statistik. Hal tersebut juga dijelaskan pada buku statistik Dinas Pariwisata. Pak ari menjelaskan bahwa terdapat 4 hal yang sangat mendukung pariwisata yaitu keindahan alam, budaya, sport tourism dan kuliner. Beliau juga menjelaskan bahwa banyak souvenir di bidang retail

yang bagus dan menarik namun belum ada yang menunjukkan keunikan dan khasan Lombok.

4. Eksisting

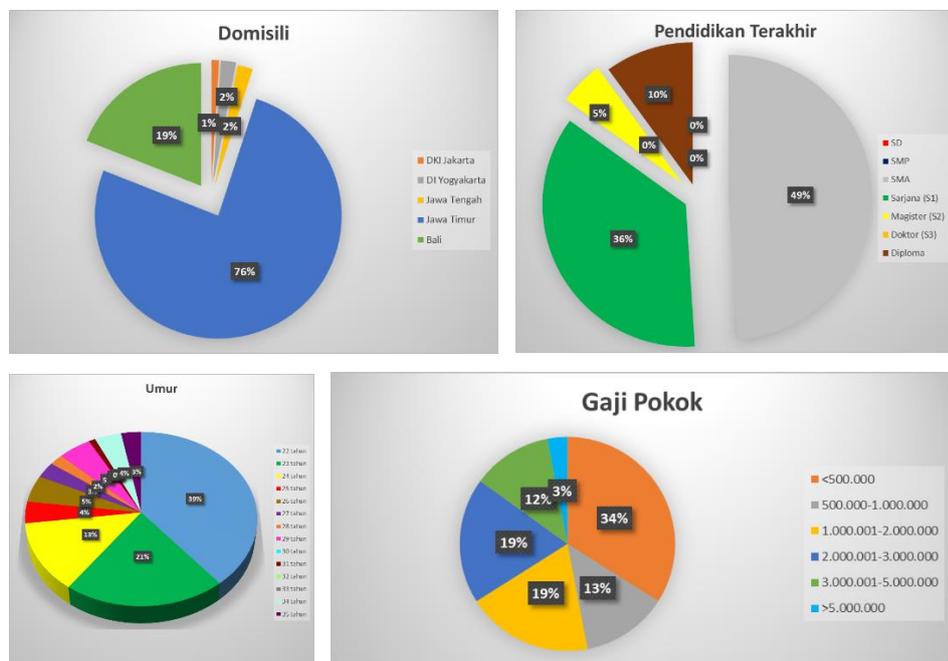


*gambar 3. 3 foto bersama bapak Mantra
(sumber : dok.pribadi)*

Wawancara juga dilakukan dengan bapak mantra, seorang desainer dari produk souvenir dan oleh oleh sasaku. Terdapat 5 fokus pertanyaan yang ditujukan kepada bapak mantra salah satunya mengenai bagaimana membangun sebuah produk souvenir dibidang clothing mulai ide hingga seperti sekarang memiliki cabang di daerah wisata di Lombok. Beliau mengatakan bahwa menyajikan clothing yang berbeda unik dan dapat diterima publik tidaklah mudah, sebab untuk mendirikan clothing souvenir beliau melakukan riset hingga kurang lebih 1 tahun mengunjungi berbagai tempat penjual souvenir di Indonesia. Beliau juga mengatakan bahwa karakter lucu dan kata kata jenaka disingkirkan dari list gaya gambar sebab akan menurunkan tingkat segmen pembelinya.

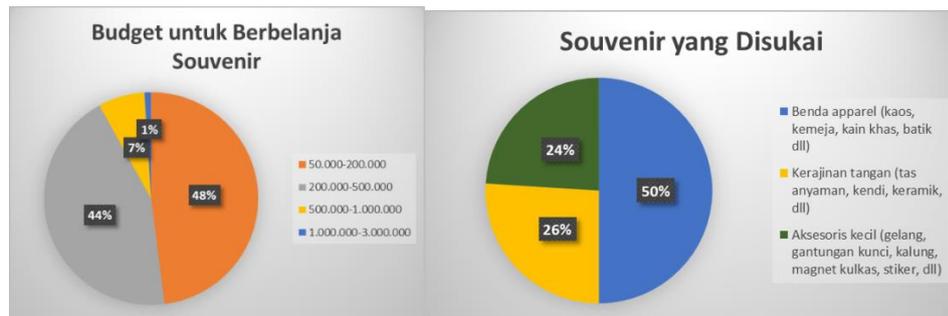
3.2.2 Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan untuk memastikan bahwa analisis sementara benar atau salah dan mencari peluang serta mengetahui kebutuhan konsumen secara langsung. Kuisisioner diberikan kepada masyarakat di luar pulau jawa yang pernah mengunjungi pulau Lombok. Data kuisisioner disebarakan melalui aplikasi dan website serta diberikan langsung. Usia pengisi kuisisioner disesuaikan dengan umur segmen pasar yaitu dari umur 22 tahun hingga 35 tahun dan minimal menempuh pendidikan SMA.



Gambar 3. 4 diagram pie hasil kuisisioner (sumber:penulis 2018)

Usia responden yang mendominasi adalah umur 22 hingga 25 tahun sebanyak 79 % dan sebagian besar berdomisili di pulau jawa sebanyak 90 %. Responden memiliki gaji pokok sebanyak 34% kurang dari Rp 500.000 dan yang lain 1 hingga 5 juta dengan rata rata 12%. Sebagian besar responden sedang menempuh pendidikan strata 1 sebanyak 50% dan yang telah menyelesaikan S1 sebanyak 36%.



Gambar 3. 5 diagram pie hasil kuisisioner (sumber:penulis 2018)

Berdasarkan data yang diperoleh meskipun gaji pokok sebagian besar dibawah 2 juta rupiah namun budget untuk berbelanja souvenir yang digunakan cukup besar yaitu dari Rp. 50.000,- hingga Rp. 500.000. Pertanyaan selanjutnya pada kuisisioner adalah mengenai souvenir. Pada diagram hasil yang didapatkan bahwa jenis souvenir yang disukai oleh usia 22-35 tahun adalah benda clothing seperti kaos, kemeja dan kain khas yaitu sebanyak 50%. Sisanya menyukai kerajinan tangan dan aksesoris kecil sebanyak 26% dan 24%.



Gambar 3. 6 Diagram pie hasil kuisisioner

Dapat disimpulkan berdasarkan diagram pie diatas bahwa dari 100 responden menyukai desain pakaian dengan karakter yang etnik, unik dan colorful (banyak berwarna).

3.2.3 Data Pedoman Statistis Stakeholder

Berikut adalah hasil kesimpulan data wisatawan mancanegara yang diperoleh dari buku statistik Dinas Pariwisata NTB tahun 2016-2017.

- Berdasarkan pemaparan tabel data pedoman statistik NTB dapat disimpulkan bahwa kelompok usia wisatawan mancanegara (wisman) yang paling banyak berkunjung adalah usia 17-22 tahun yang sebagian besar berasal dari australia. Pekerjaan wisman yang berkunjung sebagian besar adalah pegawai swasta yang telah sarjana.
- Sedangkan

3.2.4 Analisa Segmentasi

Analisa segmentasi, targetting, dan positioning dilakukan guna mengetahui dan membantu menentukan pemasaran produk yang akan di kembangkan. Analisa segmentasi, targetting, dan positioning yang biasa disebut sebagai analisa STP menjelaskan tentang kondisi pasar, dan calon user, serta posisi dari produk yang akan dirancang.

1. Segmentasi

A. Demografis

Berdasarkan data survey wisatawan 2016 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata NTB dapat disimpulkan demografis audien sebagai berikut :

Usia : usia 22- 35 tahun

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Domisili : domestik dan mancanegara

Penghasilan perbulan : \geq Rp 1.500.000 perbulan

Pendidikan terakhir : S1

Strata sosial : kelas atas dan menengah

Pekerjaan : mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta.

Usia produktif pekerja adalah umur 25 tahun keatas dengan begitu mereka memiliki anggaran khusus dalam membeli souvenir. Usia tersebut

adalah masa aktifnya seseorang dalam melakukan perjalanan yang ekstrim seperti berwisata alam meskipun waktu yang diperlukan untuk berwisata tidak banyak namun memiliki dana yang cukup melakukan perjalanan hingga ke luar pulau. Sedangkan usia diatas 35 tahun adalah usia seseorang dimana masa produktivitasnya berkurang.

b. Geografis

Target segmentasi dalam perancangan clothing dengan desain khas pulau Lombok sebagai souvenir adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Lombok atau pernah mengunjungi pulau Lombok sebagai destinasi wisata. Hal ini dikarenakan potensi terhadap wisatawan yang ingin mengenang kembali mengenai keindahan pulau Lombok atau sebagai tanda telah melakukan destinasi wisata ke pulau Lombok memiliki keinginan untuk membeli souvenir clothing yang digunakan sehari hari dan secara tidak langsung menjadi promosi wisata pulau Lombok ketika dibawa ke daerah asal mereka (wisatawan).

c. Psikografis

Segmentasi psikografis merujuk pada riset dan data yang diperoleh yang dilakukan, yakni :

a. Suka berpergian (Travelling)

Berdasarkan hasil data statistik 2017 menyatakan bahwa sebanyak 71% wisatawan mancanegara bertujuan untuk perjalanan liburan atau travelling ke Lombok dan wisatawan domestik sebanyak 51%.

b. Menyukai wisata alam dan kegiatan yang ada di dalamnya.

Wisata Alam yang paling banyak dikunjungi adalah wisata tiga gili yaitu gili meno, gili terawangan dan gili air sebanyak 32,30% , senggigi sebanyak 18%.

c. Menyukai kebudayaan dan seni daerah lokal.

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan terhadap wisatawan domestik sebagian besar mengetahui kebudayaan sasak seperti perang peresean, gendang beleq dan nyongkolan, hal ini disebabkan kegiatan yang telah disebutkan adalah kegiatan yang dilakukan hampir setiap minggu pada tempat tempat tertentu di Lombok.

d. Menyukai fashion.

Karakteristik yang penting diantaranya adalah penyuka fashion dan mengikuti tren fashion, hal ini dikarenakan penulis merancang pakaian dengan model yang beragam sesuai tren.

e. Mengikuti perkembangan teknologi

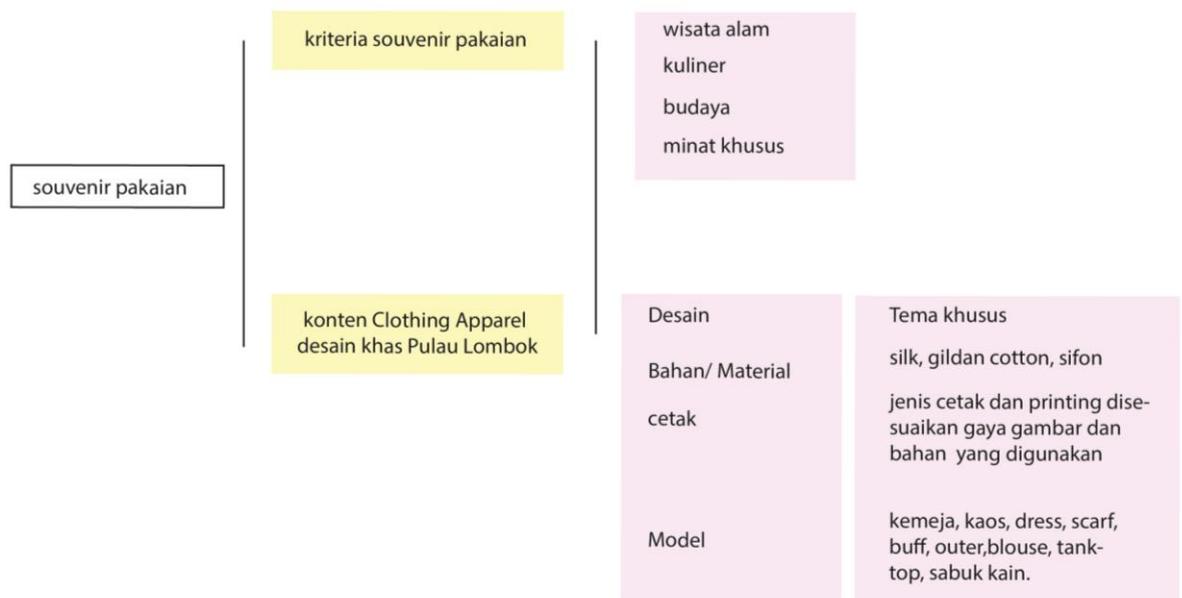
3.3 Kriteria Desain Souvenir

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kriteria desain souvenir

Berikut adalah kriteria desain souvenir dibidang Clothing yang akan dirancang :

1. Souvenir clothing menampilkan khas Lombok dibidang budaya, wisata alam, kegiatan liburan (sport tourism) dan kuliner.
2. Desain pada souvenir clothing memiliki tema khusus sebagai difrensiasi.
3. Souvenir clothing memberikan kesan eksotis dan menyenangkan.

Berikut adalah mapping kriteria souvenir clothing sebagai acuan agar setiap desain yang dihasilkan tetap dalam kebutuhan audience.



Bagan 3. 2 kriteria desain

3.3.1 Gaya Gambar

Berdasarkan pengamatan mengenai gaya gambar yang sedang tren atau populer di tahun 2018 adalah gaya gambar yang pernah populer pada masa lalu. sehingga gaya gambar yang digunakan akan berputar kembali mengikuti perjalanan sejarah desain.

Pada perancangan clothing dengan desain khas Lombok sebagai souvenir fokus menggunakan gaya desain dalam lingkup sejarah desain yaitu Artdeco yang populer pada tahun 1920 menjadi edisi tahunan yaitu Artdeco Serious.



Gambar 3. 7 contoh gaya artdeco See Poster Design
(sumber: www.novosite.nl)

Gambar diatas adalah salah satu poster Indonesia dengan gaya Artdeco karya John J. Korver "See Bali" dan "See Java", sebagai poster pariwisata tahun 1939. Karya J. Korver otentik mampu menunjukkan budaya nusantara dengan gaya desain yang berkembang pada masanya. Setelah gaya desain Artdeco kedepannya akan dikembangkan edisi gaya desain lainnya. Adanya edisi khusus setiap tahun adalah agar selalu memiliki kebaruan disetiap seri produknya dan tidak jenuh.

3.3.2 Typhografi

Typhografi yang digunakan adalah mengikuti gaya gambar sedang digunakan, untuk edisi artdeco font yang digunakan cenderung bersifat modern



Gambar 3. 8 Kumpulan Refrensi Tipografi
(sumber : [Pinterest](https://www.pinterest.com))

3.3.3 Warna

Warna yang diterapkan pada desain pakaian adalah warna cerah yang terkesan menyenangkan dan eksotik. Warna bahan pakaian menggunakan warna netral yaitu hitam abu dan putih. Pemilihan warna pakaian netral agar desain pada pakaian dapat terlihat jelas.

3.3.4 Produk

Produk yang dihasilkan adalah hal hal yang berkaitan dengan clothing. Produk dibedakan untuk wanita dan pria dengan model dan ukuran baju yang berbeda. Beberapa produk yang akan dihasilkan adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Macam Produk pakaian

Wanita	Pria
Tshirt	Tshirt
Kaos reglan	Kaos reglan
Tanktop	Tanktop
Kemeja lengan pendek	Kemeja lengan pendek
Dress casual	
Blouse kimono	Rompi
Baju sabrina	-
Scarf berbagai ukuran	buff
Sabuk kain	Sabuk kain

3.3.5 Layout pakaian

Pada perancangan souvenir clothing dibidang clothing atau pakaian terdapat aturan tata letak gambar atau tulisan pada objek souvenir. Berikut ini adalah salah satu refrensi tata letak (layout) pada souvenir clothing.



*Gambar 3. 9 Layout pakaian
(sumber: pinterest)*

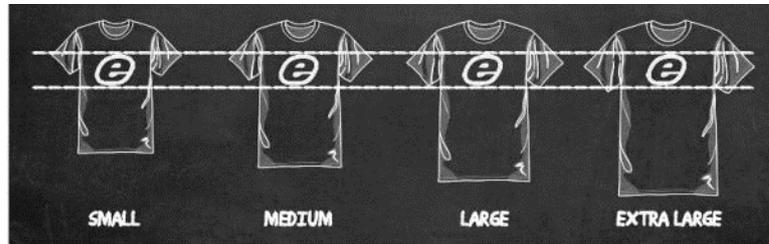
Tata letak yang digunakan pada perancangan clothing dengan gaya desain ilustrasi adalah layout full front agar detail gambar dan tulisan dapat terlihat.

3.4.6 Ukuran Pakaian

Dibawah ini merupakan tabel ukuran untuk pakaian kemeja laki laki maupun perempuan :

SIZE (inches)	Chest	Sleeve	Shoulder	Waist	Back Length	Neck
M	49	34-35	22	46	32-33	15 ½
L	50	35	22-23	47-48	33	16 ½
XL	52	35-36	24	49-50	34	17 ½
2XL	54	36	24-25	51-52	34	18 ½

*Gambar 3. 10 tabel ukuran kemeja
(sumber: google).*



Gambar 3. 11 ukuran artwork pada kaos berbagai ukuran.
(sumber : pinterest)

Women's Dress size guide

Bust: Measure around fullest part of your chest

Waist: Where the trouser waistband would be, just below your belly button.

Hips: At the fullest part of your hips, not your bottom

Back length: From the top of the collar to hem of the garments.

Sleeve: shoulder joint to cuff, with a straight arm

All measurement taken by inches(*)

UK	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30
EURO	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
(Body) BUST	32"	34"	36"	38"	40"	42"	44"	46"	48"	50"	52"	54"
Body WAIST	26"	28"	30"	32"	34"	36"	38"	40"	42"	44"	46"	48"
HIPS	36"	38"	40"	42"	44"	46"	48"	50"	52"	54"	56"	58"

Gambar 3. 12 ukuran pakaian terusan
(sumber: pinterest)

3.4 Kriteria Bahan

Setiap pakaian yang dihasilkan memiliki karakter dan model yang berbeda sehingga menggunakan bahan yang berbeda beda disesuaikan dengan iklim dan cuaca saat musim wisata.

3.4.1 Bahan Kaos

Sebagian besar pengguna kaos adalah untuk kegiatan yang bersifat santai casual, sporty bahkan kegiatan santai. Berdasarkan segmentasi, konsumen menyukai kegiatan travel yang cenderung melakukan banyak gerakan seperti mendaki atau bersepeda sehingga lebih sesuai menggunakan bahan yang dapat menyerap keringat agar tidak mudah bau, bersifat ringan dan bahan halus. Salah satu bahan dengan kriteria tersebut adalah jenis cotton combed dan gildan fabric.

3.4.2 Bahan kemeja

Kemeja digunakan pada event event resmi tetapi terdapat beberapa model yang dirancang untuk kegiatan santai seperti bersantai dipantai. Hal ini dipengaruhi oleh bahan yang digunakan, untuk perancangan clothing dengan desain pulau Lombok adalah katun dan silk.

3.4.3 Bahan dress

Bahan yang digunakan untuk membuat dress casual atau pakaian terusan adalah kain katun jenis rayoon dan katun kombed.

3.5 Identitas Pulau Lombok

1. Demografis

Lombok adalah sebuah pulau di kepulauan Sunda Kecil atau Nusa Tenggara yang terpisahkan oleh Selat Lombok dari Bali di sebelah barat dan Selat Alas di sebelah timur dari Sumbawa. Pulau ini kurang lebih berbentuk bulat dengan semacam "ekor" di sisi barat daya yang panjangnya kurang lebih 70 km. Kota utama di pulau ini adalah Kota Mataram. Sekitar 80% penduduk pulau ini adalah suku Sasak, sebuah suku bangsa yang masih dekat dengan suku bangsa Bali, tetapi sebagian besar memeluk agama Islam. Sisa penduduk adalah orang Bali, Jawa, Tionghoa dan Arab.

1. Sejarah

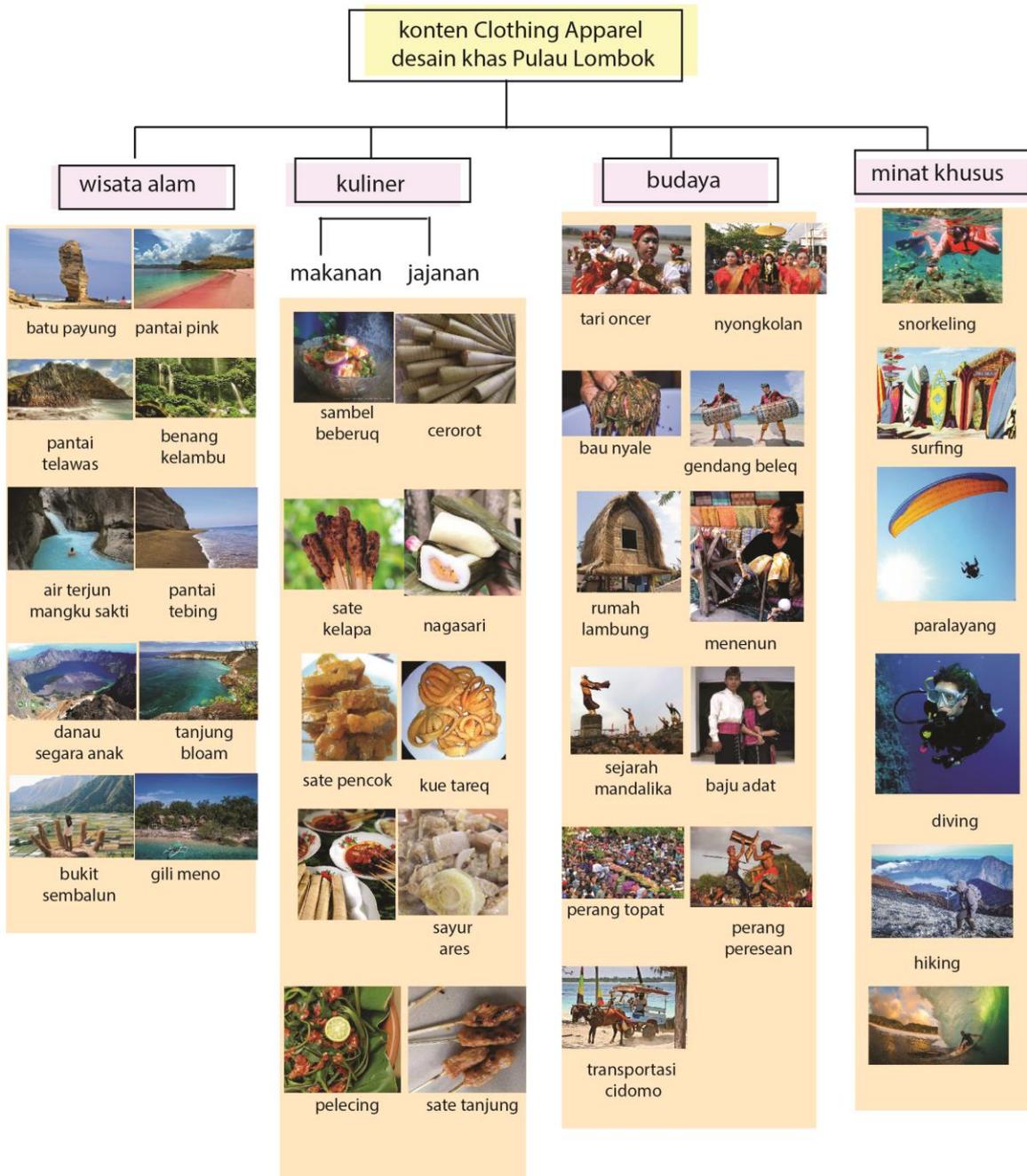
Menurut isi Babad Lombok, kerajaan tertua yang pernah berkuasa di pulau ini bernama Kerajaan Laeq (dalam bahasa sasak laeqberarti waktu lampau), namun sumber lain yakni Babad Suwung, menyatakan bahwa kerajaan tertua yang ada di Lombok adalah Kerajaan Suwung yang dibangun dan dipimpin oleh Raja Betara Indera. Kerajaan Suwung kemudian surut dan digantikan oleh Kerajaan Lombok. Pada abad ke-9 hingga abad ke-11 berdiri Kerajaan Sasak yang kemudian dikalahkan oleh salah satu kerajaan yang berasal dari Bali pada masa itu. Beberapa kerajaan lain yang pernah berdiri di pulau Lombok antara lain Pejanggik, Langko, Bayan, Sokong Samarkaton dan Selaparang.

Kerajaan Selaparang sendiri muncul pada dua periode yakni pada abad ke-13 dan abad ke-16. Kerajaan Selaparang pertama adalah kerajaan Hindu dan kekuasaannya berakhir dengan kedatangan ekspedisi Kerajaan Majapahit pada tahun 1357. Kerajaan Selaparang kedua adalah kerajaan Islam dan kekuasaannya berakhir pada tahun 1744 setelah ditaklukkan oleh gabungan pasukan Kerajaan Karangasem dari Bali dan Arya Banjar Getas yang merupakan keluarga kerajaan yang berkhianat terhadap Selaparang karena permasalahan dengan raja Selaparang. Pendudukan Bali ini memunculkan pengaruh kultur Bali yang kuat di sisi barat Lombok, seperti pada tarian serta peninggalan bangunan (misalnya Istana Cakranegara di Ampenan). Baru pada tahun 1894 Lombok terbebas dari pengaruh Karangasem akibat campur tangan Batavia (Hindia Belanda) yang masuk karena pemberontakan orang Sasak mengundang mereka datang. Namun, Seusai Perang Dunia II Lombok sempat berada di bawah Negara Indonesia Timur, sebelum kemudian pada tahun 1950 bergabung dengan Republik Indonesia.

2. Bahasa

Masyarakat Lombok menggunakan bahasa sasak dan bali. Sebagian menggunakan bahasa indonesia.

3. Objek visual



Bagan 3. 3 Konten Clothing Clothing
(sumber: penulis)

3.6 Strategi Komunikasi

Perancangan clothing dengan tema kekhasan Lombok mengangkat beberapa poin utama sebagai strategi komunikasi yaitu dengan bahasa pergaulan sehari-hari dalam bahasa sasak, suku di pulau Lombok ditambah dengan artinya dalam bahasa Indonesia. Sebagian konten menggunakan perpaduan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Hal ini dikarenakan wisatawan tidak hanya berasal dari dalam negeri juga dari mancanegara yang tidak semuanya paham bahasa Indonesia.

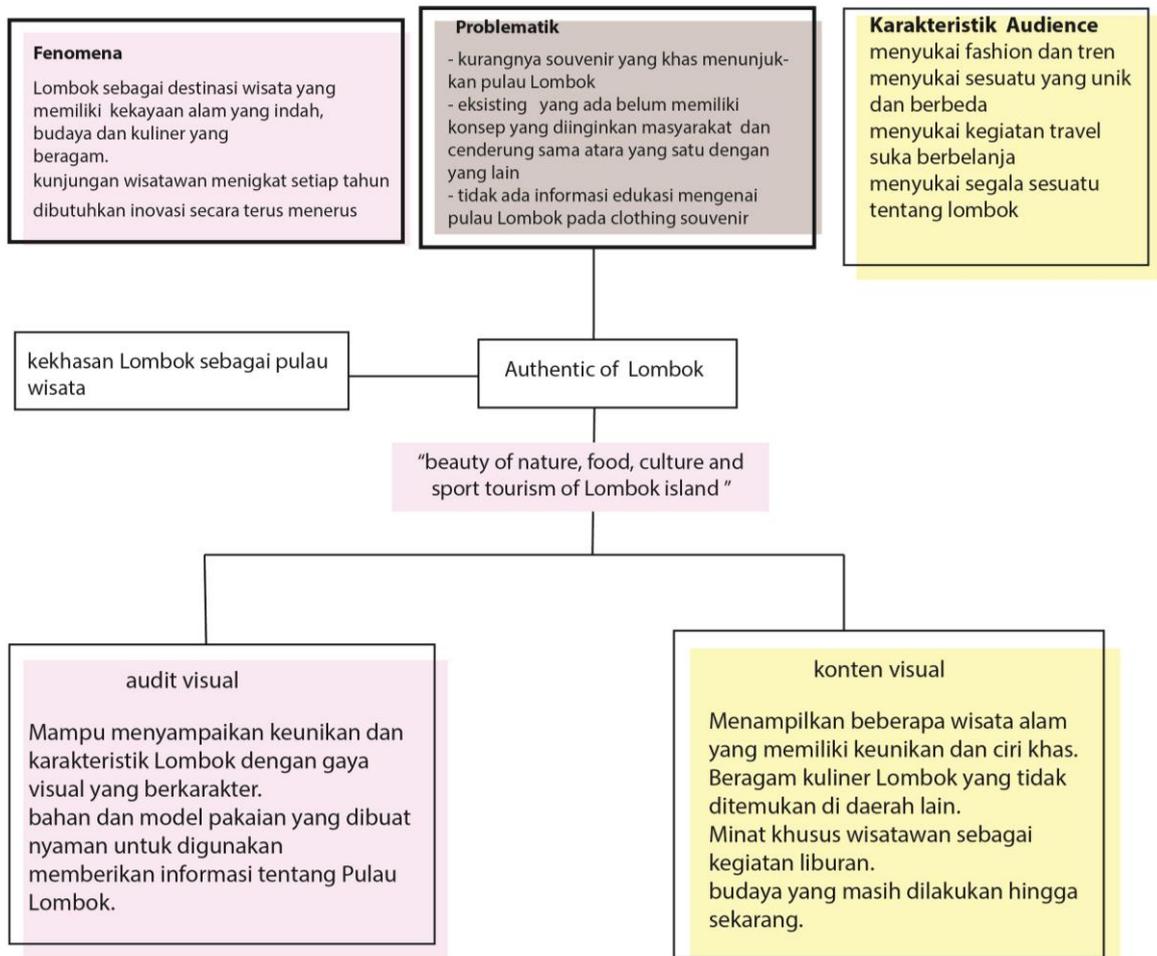
(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV

KONSEP DESAIN

4.1 Subjek Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis melalui metode wawancara, observasi lapangan dan kuisioner sebelumnya, penulis menyimpulkan dan menyusun konsep desain yang akan digunakan dalam merancang clothing dengan desain yang mengangkat kekhasan pulau Lombok sebagai souvenir bagi wisatawan lokal maupun asing. Berikut adalah alur konsep desain perancangan :



Bagan 4. 1 Alur konsep perancangan
(sumber: penulis)

4.1.1 Keyword

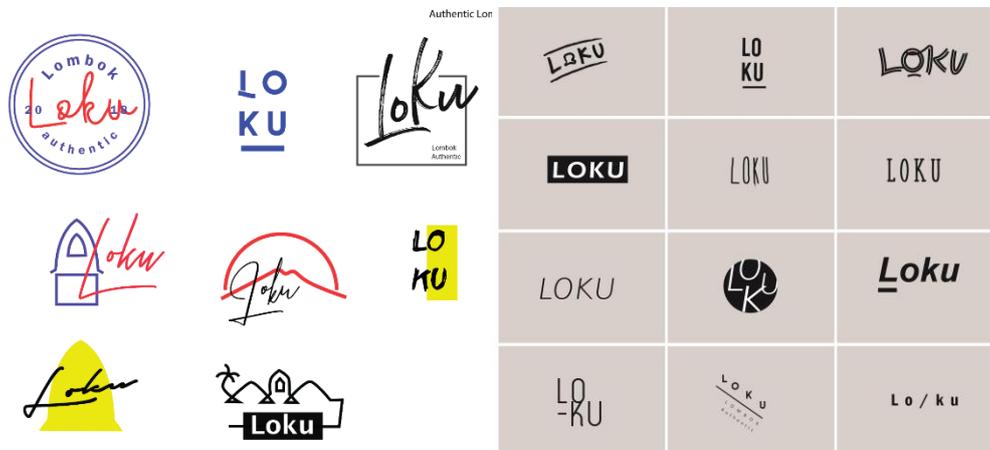
Authentic atau otentik (bahasa indonesia) dalam kamus bahasa inggris adalah sesuatu yang asli dan memiliki otoritas, orisinal tidak dapat diragukan. Kata *Authentic* pertama kali masuk menjadi bahasa inggris dengan serapan dari bahasa jermanik yang pertama kali pada abad pertengahan awal. *Authentic* dikaitkan dengan keaslina produk yang telah disahkan. Dalam bahasa Indonesia juga dapat dikatakan tulus atau yang nyata.

Makna dari keyword *Authentic of Lombok* adalah segala sesuatu mengenai pulau Lombok yang menjadi khas, unik dan original (asli). Setiap daerah memiliki kekhasan dan keunikan masing masing di berbagai bidang salah satunya pulau Lombok yang terkenal dengan wisata alam. Terdapat beberapa tempat wisata alam yang autentik seperti batu payung dsb.

4.2 Konsep Desain

4.2.1 Loku (Lombok Authentic)

Berdasarkan analisis dan pengamatan mengenai permasalahan souvenir dan kebutuhan audiens kemudian ditemukan big idea konsep yaitu *Authentic Lombok* dengan nama brand Loku. Kata Loku diambil dari huruf Lombok yaitu “LO” dan “K” sedangkan “U” diambil dari kata *authentic*. Pemilihan nama loku karena mudah dan unik diucapkan dan memiliki identitas lombok didalamnya.



Gambar 4. 1 Alternatif Logo LOKU



Gambar 5. 1 Logo utama Loku

Gambar diatas adalah logotype utama brand loku dengan bentuk bulan dan font tidak bertangkai menyampaikan kesan yang sederhana dan mudah diaplikasikan pada berbagai media. Logo memiliki tiga warna utama selain hitam yaitu merah muda, hijau lumut dan kuning.

4.2.1 Gaya Gambar

Gaya gambar yang digunakan pada perancangan clothing dengan khas Lombok adalah gaya gambar Artdeco yang merupakan salah satu gaya gambar modern populer populer dari 1920 hingga 1939. Gaya Artdeco adalah gabungan dari berbagai gaya dan gerakan pada awal abad ke-20, termasuk Konstruksionisme, Kubisme, Modernisme, Bauhaus, Art Nouveau, dan Futurisme. Popularitasnya memuncak pada 1920-an, Pada masa itu, gaya ini dianggap anggun, fungsional, dan ultra modern. yang mempengaruhi seni dekoratif seperti arsitektur, desain interior, dan desain industri, maupun seni visual seperti misalnya fesyen, lukisan, seni grafis, dan film. Hal tersebut memperkuat karakter artdeco sebagai visual pada pakaian.

Ciri ciri dari gaya artdeco adalah terbentuk dari bidang yang abstrak dan geometris seperti misalnya bentuk tangga, segitiga dan lingkaran terbuka, menggunakan warna warna yang kuat.



Gambar 5. 2 Kumpulan Gambar cover majalah vogue

(sumber : buku *Graphic design from Victorian to digital*)

Istilah Art Deco diambil dari Eksposisi 1925, meskipun baru pada 1960-an istilah ini diciptakan, ketika terjadi kebangkitan kembali Art Deco. Musim panas 1969, Bevis Hillier (pernah menulis buku tentang awal kemunculan art deco, *Art Deco of the 20s and 30s*) mengorganisir sebuah pameran art deco di Minneapolis Institute of Arts yang diadakan dari bulan Juli sampai September 1971. Setelah acara ini, ketertarikan akan Art Deco mencapai puncak, hingga diterbitkannya buku *The World of Art Deco*, tahun 1971, yang merupakan catatan dari pameran di atas. Gaya Artdeco dibangkitkan oleh beberapa seniman dengan karakter yang berbeda. Salah satu gaya Artdeco yang menjadi sumber referensi penulis adalah desain cover majalah *Vanity Fair* pada busana dan trend yang diterbitkan oleh Conde Nast. Salah satu seniman adalah Constantin Alajalov.



Gambar 4. 2 Kumpulan Cover Vanity Fair
(sumber :www.art.com)

Selain itu beberapa karya yang memiliki karakter yang sama dengan sedikit sapuan bayangan adalah karya Herbert Matter untuk PKZ poster tahun 1928 dan ketika Artdeco bergerak di wilayah Swiss.



*Gambar 4. 3 PKZ poster
sumber : buku Graphic design from Victorian to digital)*

Beberapa item fashion pada clothing selain gaya artdeco juga menggunakan motif atau pattern dengan mengumpulkan beberapa objek mengenai kekhasan Lombok yang dipadu padankan sehingga memiliki keteraturan atau irama yang sama. Item tersebut adalah pada scarf kemeja atau bagian tertentu pada item seperti di lengan atau dikantong.

Gaya gambar ini dipilih karena mampu mengekspresikan keindahan pulau Lombok dibidang kuliner, wisata alam, budaya dan sport tourism. Selain itu, kompetitor di Lombok belum menggunakan gaya gambar seperti yang dijelaskan diatas sehingga dapat menjadi difrensiasi dan keunikan pada souvenir yang akan dibuat.

4.2.2 Typhografi

Typhografi adalah seni cetak atau tata huruf adalah seni dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan distribusi pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, untuk kenyamanan membaca maksimal. Menurut Roy Brewer (1971) dalam buku “Pengantar Tipografi”: “Tipografi dapat memiliki arti luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau cetakan atau dalam arti yang lebih sempit hanya mencakup pemilihan, pengaturan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan pengaturan jalur pengaturan huruf (set), tidak termasuk ilustrasi dan elemen lainnya, bukan surat di halaman dicetak “. (Sudiana, 2001: 2).

Jenis Typhografi yang digunakan disesuaikan dengan gaya Artdeco yaitu font yang tidak bertangkai dan font script.. Karakter san serif dipilih karena memiliki karakter yang modern.

Pada desain kaos terdapat deskripsi dan informasi pendukung untuk layout pakaian dengan font san serif agar mudah dibaca oleh masyarakat pada ukuran yang relatif kecil.

Tabel 4. 1 Jenis Tulisan

Nama font	Jenis	Contoh
Park Lane NF	dekoratif	AUTHENTIC LOMBOK
Besters Supply	script	<i>Authentic Lombok</i>
Grenadier NF	dekoratif	AUTHENTIC LOMBOK
Monserat	San serif	Authentic Lombok

4.2.3 Warna

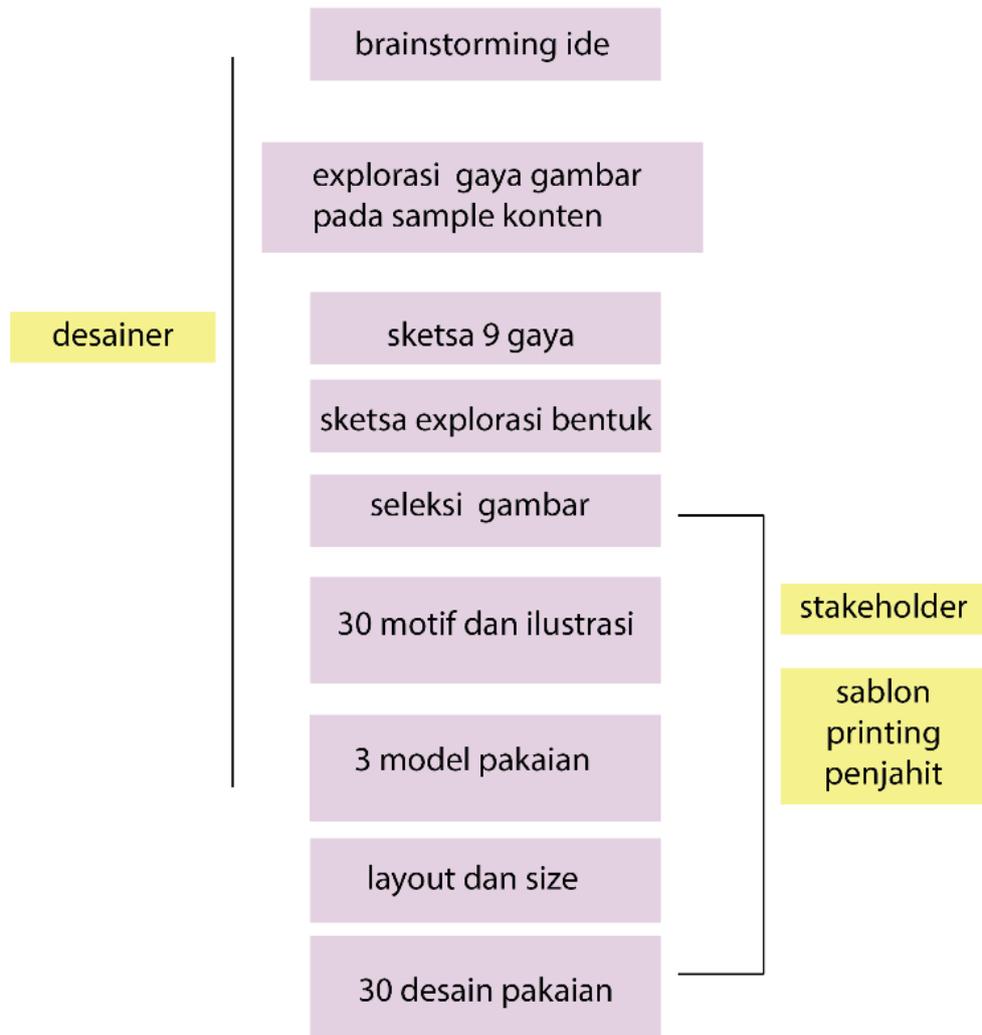
Warna yang diterapkan pada desain pakaian dengan mengangkat kekhasan pulau Lombok adalah warna warna tropical yang cenderung berwarna biru laut, hijau, kuning ditambah unsur unsur warna etnik pada pewarna alami kain songket suku sasak. Karakter warna cerah dan kuat yang memperkuat karakter desain Artdeco.



Gambar 4. 4 Palet warna

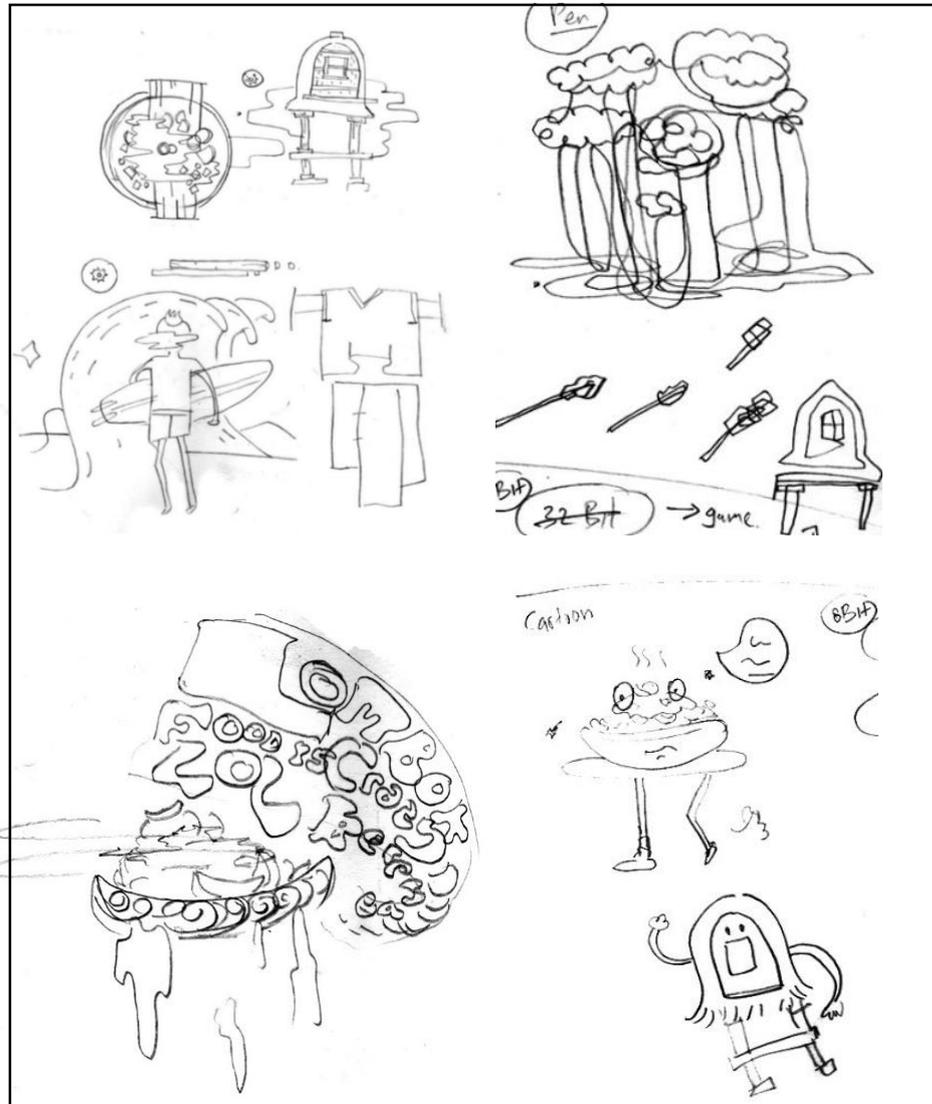
4.3 Proses Desain

Desain yang akan diimplementasikan pada souvenir Lombok dibidang Clothing menggunakan proses yang tepat untuk menghasilkan rancangan sesuai segmentasi.



Gambar 5. 3. Alur Proses desain.

4.3.1 Sketsa alternatif gaya gambar

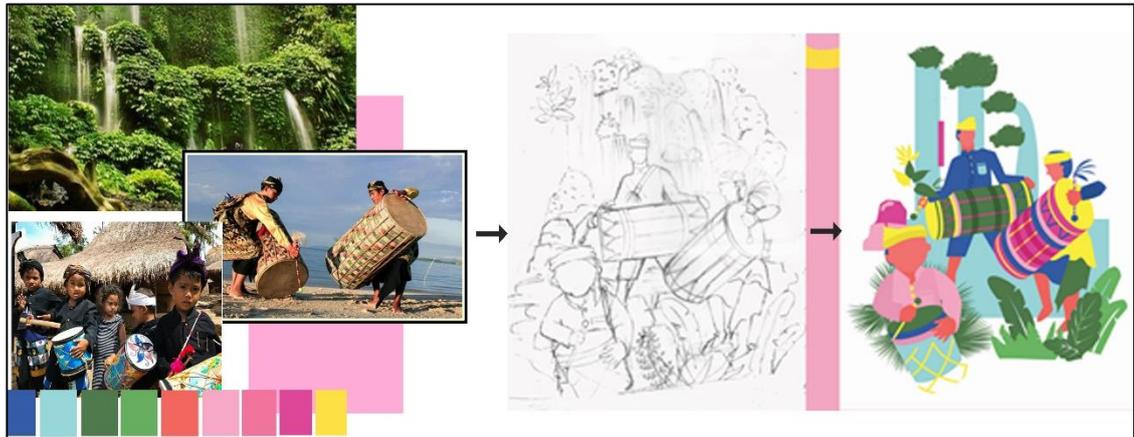


Gambar 4. 5 Alternatif gaya gambar
(sumber:penulis)

4.3.3 Proses desain sketsa sampai digital

A. Kebudayaan dan wisata Lombok

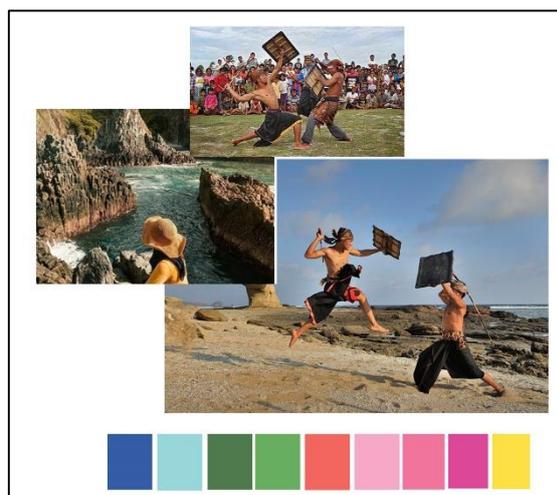
1. Gendang Beleq



Gambar 4. 6 Proses desain gendang beleq

Gambar diatas merupakan proses desain *gendang beleq* dimulai dari pengumpulan ide bentuk gambar kemudian dilakukan stilasi bentuk artdeco dengan sketsa. Setelah proses sketsa kemudian gambar dibawa ke *software* pembuat vektor menjadi bentuk digital dengan warna yang sudah ditentukan sesuai *moodboard*. Setelah vektor selesai kemudian finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar.

2. Peresean



Gambar 5. 4 moodboard peresean

Ide bentuk perang peresean dengan latar belakang pantai semeti dikumpulkan dalam bentuk moodboard gambar. Kemudian dilakukan sketsa bentuk dengan penerapan gaya artdeco dari berbagai gerakan dan sudut pandang.



Gambar 5. 5 kumpulan sketsa perang peresean

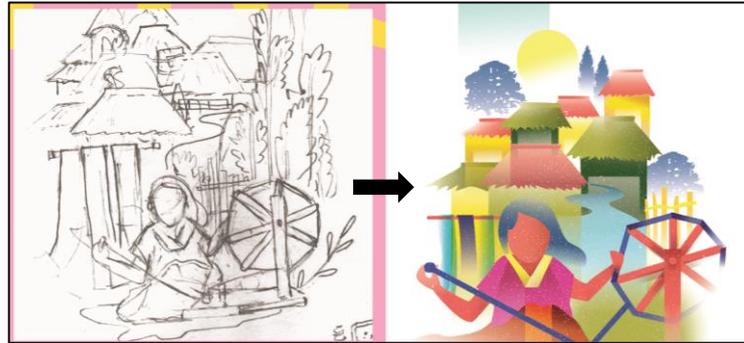
Berbagai sketsa disortir dan dipilih . Sketsa yang dipilih kemudian di stilasi menjadi bentuk vektor dengan warna yang telah ditentukan sebelum dipindahkan ke photoshop untuk proses *finishing*.



Gambar 5. 6 Proses Desain Perang Peresean

Gambar diatas merupakan proses desain perang peresean dari desain ke vektor kemudian dipindahkan ke photoshop untuk proses layouting.

3. Desa Sade dan Kegiatan Menenun



Gambar 5. 7 proses desain tradisi tenun di desa sade

Gambar diatas merupakan proses desain *tradisi tenun dengan* alat manual traditional yang masih tetap digunakan sampai sekarang. Setelah proses sketsa gambar dibuat vektor digital dengan warna yang sudah ditentukan. Setelah vektor selesai kemudian finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar. Setelah itu dilakukan layouting pada *template* kaos.

4. Adat Nyongkolan dan Masjid Bayan



Gambar 5. 8 proses desain gambar adat nyongkolan

Gambar diatas merupakan proses desain *tradisi adat nyongkolan*. Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri) . Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah) . Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Setelah itu dilakukan layouting pada *template* kaos.

5. Kampung Bayan



Gambar 5. 9 proses desain gambar tumbuk bayan

Gambar diatas merupakan proses desain *tradisi tumbuk bayan* dimulai dari pengumpulan ide bentuk gambar kemudian dilakukan stilasi bentuk artdeco dengan sketsa. Setelah proses sketsa kemudian gambar dibawa ke *software* pembuat vektor menjadi bentuk digital dengan warna yang sudah ditentukan sesuai *moodboard*. Setelah vektor selesai kemudian finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading* dan *grain* pada gambar.

6. Putri Mandalika



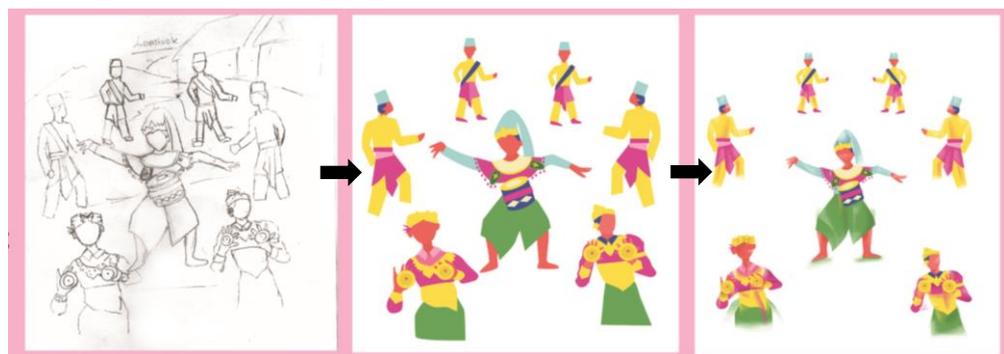
Gambar 5. 10 sketsa putri mandalika



Gambar 5. 11 Proses desain legenda putri mandalika

Gambar 5.10 merupakan kumpulan sketsa legenda putri mandalika. Sebuah sketsa dipilih kemudian di stilasi menjadi vektor pada gambar 5.11 proses desain *Legenda putri mandalika*. Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Setelah itu dilakukan layouting pada *template kaos*.

7. Macam Tarian Adat



Gambar 5. 12 Gambar proses desain tarian adat

Gambar diatas merupakan proses desain *aneka macam tarian adat sasak*. Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri) . Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah) . Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Setelah itu dilakukan layouting pada *template kaos*.

8. Danau Segara Anak, Rinjani



Gambar 5. 13 Proses Desain Ilustrasi Danau Segara Anak, Rinjani

Gambar diatas merupakan proses desain tradisi ilustrasi danau segara anak, rinjani. Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah) . Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

9. Tradisi Perang Topat

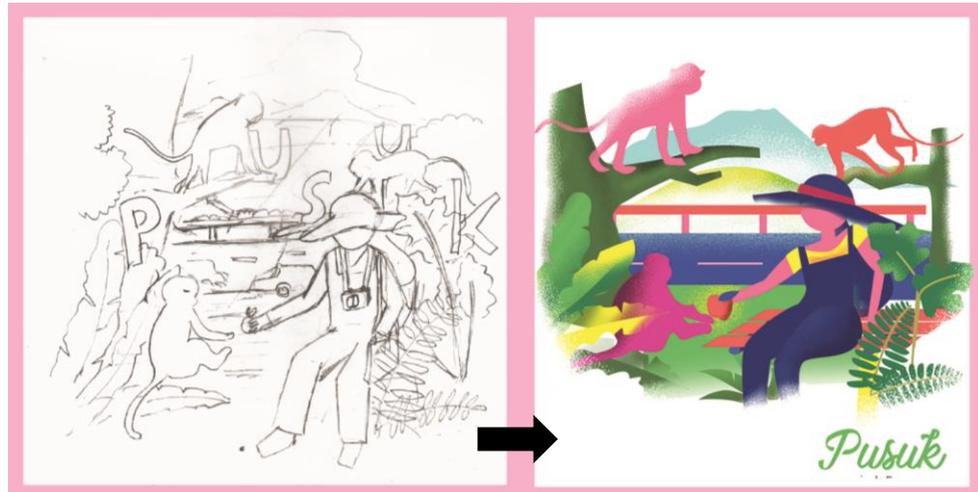


Gambar 5. 14 Proses Desain ilustrasi perang topat

Gambar diatas merupakan proses desain tradisi ilustrasi danau tradisi perang topat. Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah) . Tahap akhir finishing melalui

photoshop untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

10. Wisata Pusuk



Gambar 5. 15 Proses Desain ilustrasi wisata pusuk

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi wisata pusuk. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar kanan). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

11. Pantai Batu bolong, Sengigi.



Gambar 5. 16 Proses Desain ilustrasi Pantai Batu bolong, Sengigi.

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi suasana Pantai Batu bolong, Sengigi. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian

dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

12. Diving di Gili



Gambar 5. 17 Proses Desain ilustrasi kegiatan diving di gili.

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi suasana kegiatan diving di gili. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

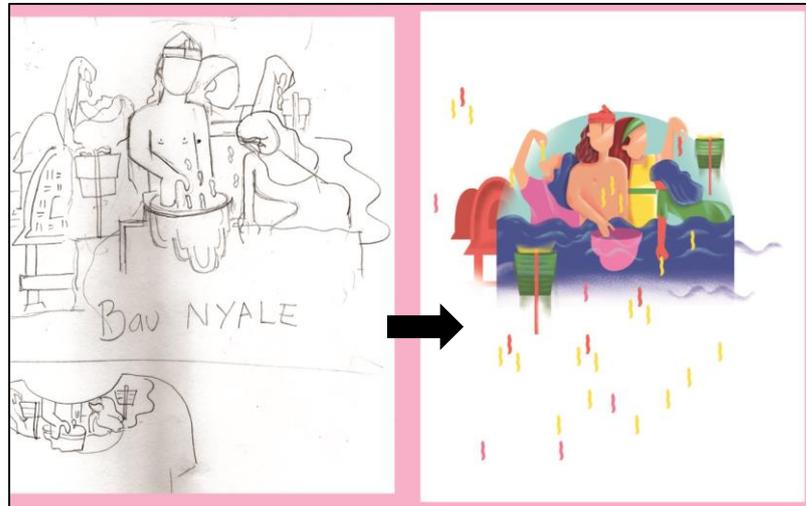
13. Cindomo



Gambar 5. 18 Proses Desain ilustrasi transportasi cidomo.

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi cidomo. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

14. Tradisi Bau Nyale



Gambar 5. 19 Proses Desain ilustrasi tradisi bau nyale.

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi tradisi bau nyale. Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

15. Pantai Selong Belanak



Gambar 5. 20 Proses Desain ilustrasi pantai selong belanak

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi suasana pantai selong belanak . Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk

memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

16. Sasak Tulen



Gambar 5. 21 Proses Desain ilustrasi budaya sasak tulen

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi budaya sasak tulen. Dilakukan eksplorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

B. Peta Wisata Pulau Lombok

18. Lombok Tengah



Gambar 5. 22 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok tengah

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi lombok tengah. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

19. Lombok Utara



Gambar 5. 23 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok utara

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi lombok utara. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

20. Lombok Timur



Gambar 5. 24 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok timur

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi lombok timur. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

21. Lombok Barat



Gambar 5. 25 Proses Desain ilustrasi peta wisata lombok barat

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi lombok barat. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

C. Makanan khas Lombok

22. Ayam Taliwang

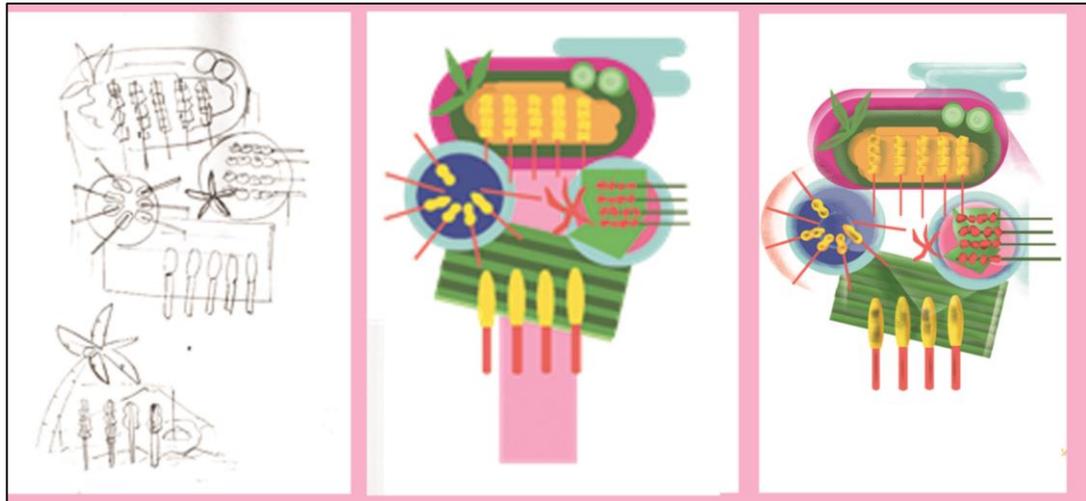


Gambar 5. 26 Proses Desain ilustrasi makanan ayam taliwang

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi suasana pantai selong belanak . Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat

menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

23. Aneka macam sate



Gambar 5. 27 Proses Desain ilustrasi Aneka macam sate

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi aneka macam sate. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

24. Sate Bulayak



Gambar 5. 28 Proses Desain ilustrasi sate bulayak

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi sate bulayak. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

25. Ayam Rarang



Gambar 5. 29 Proses Desain ilustrasi ayam rarang

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi sate bulayak. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar tengah). Tahap akhir finishing melalui *photoshop* untuk memberikan kesan *shading dan grain* pada gambar(gambar paling kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

26. Motif jajanan lombok



Gambar 5. 30 Proses Desain ilustrasi aneka jajanan Lombok

Gambar diatas merupakan proses Desain ilustrasi jajanan Lombok. Dilakukan explorasi bentuk dengan sketsa (gambar paling kiri). Kemudian dibuat menjadi vektor (gambar kanan). Proses dan tahapan sama dengan poin sebelumnya.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB V

IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Hasil Desain

Berikut adalah hasil dari proses desain yang telah difinishing dan diimplementasikan pada pakaian :

5.1.1 Kebudayaan dan wisata Lombok

1. Gendang Beleq

Kebudayaan gendang beleq adalah kesenian musik tradisional yang dimainkan secara berkelompok dengan menggunakan beberapa macam alat musik dan gendang berukuran besar sebagai alat musik utamanya. Alat musik gendang yang digunakan sedikit berbeda dengan gendang pada umumnya karena memiliki ukuran yang lebih besar.

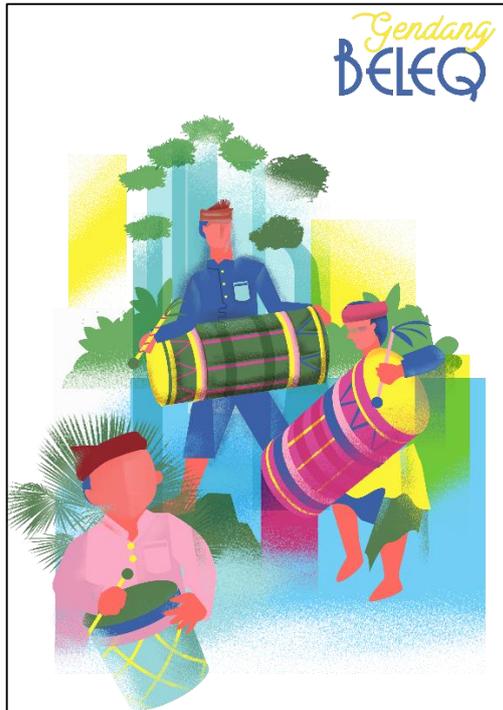


Gambar 5. 31 foto budaya gendang beleq

Desain budaya gendang beleq pada pakaian sebagai souvenir lombok berlatar belakang panorama keindahan alam pulau Lombok yaitu salah satunya air terjun benang kelambu.

Air terjun Benang kelambu memiliki arti sebagai kelambu atau benang yang membentuk tirai atau kelambu. Berikut adalah ilustrasi

gendang beleq dan benang kelambu yang diimplementasikan pada pakaian.



Gambar 5. 32 Hasil Desain Ilustrasi untuk budaya gendang beleq

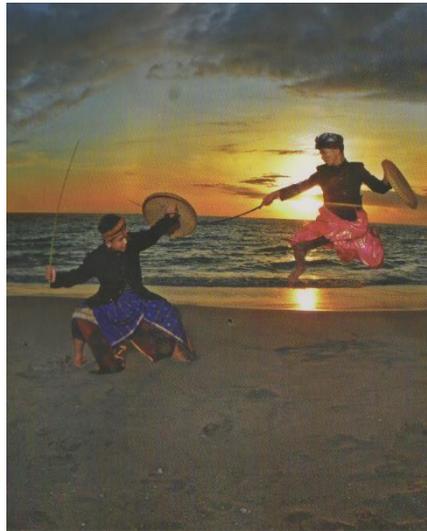


Gambar 5. 33 foto baju reglan desain gendang beleq dengan berbagai warna

Gambar diatas merupakan hasil implementasi visual desain gendang beleq pada baju kaos reglan dengan lengan dan varian warna diantaranya warna merah muda, hitam dan putih. Bahan yang digunakan adalah katun combed 30s.

2. Peresean

Kebudayaan peresean merupakan seni bela diri tradisional suku antara dua orang yang di sebut pepadu dengan menggunakan sebuah rotan sebagai pemukul yang disebut **penjalin** yang ujungnya dilapisi balutan aspal dan pecahan beling yang ditumbuk sangat halus, dan perisai sebagai pelindung yang disebut **ende** yang terbuat dari kulit sapi atau kulit kerbau.



Gambar 5. 34 budaya peresean

Acara adat Peresean ini telah berlangsung secara turun temurun sejak ratusan tahun yang lalu, dan acara ritual adat Peresean ini biasanya digelar disaat musim kemarau tiba untuk memanggil hujan.

Desain perang peresean pada souvenir pakaian digabungkan dengan panorama pantai semeti sebagai background.



Gambar 5. 35 Pantai Semeti

Pantai semeti merupakan pantai yang memiliki ciri khas banyaknya batu yang menjulang tinggi membentuk tebing berukuran besar dan hamparan batu karang berwarna gelap di pesisirnya. Berikut adalah hasil ilustrasi gabungan dari perang persean dan pantai semeti.



Gambar 5. 36 Hasil desain budaya persean



Gambar 5. 37 Baju kaos gambar peresean

Gambar diatas merupakan gambar baju dengan ilustrasi peresean pada bagian tangan dan penjelasannya. Warna pada kaos peresean adalah warna netral seperti putih , hitam dan abu.

3. Desa Sade dan Kegiatan Menenun

Desa Sade Lombok merupakan salah satu Desa dengan penduduk asli Pulau Lombok yaitu *Suku Sasak*. Desa yang masih menyimpan adat istiadat dan kebudayaan suku asli pulau Lombok sering dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk mengenal tradisi dan kebiasaan unik masyarakat sasak yang masih tradisional. Salah satunya adalah menenun dengan alat yang masih sangat sederhana.

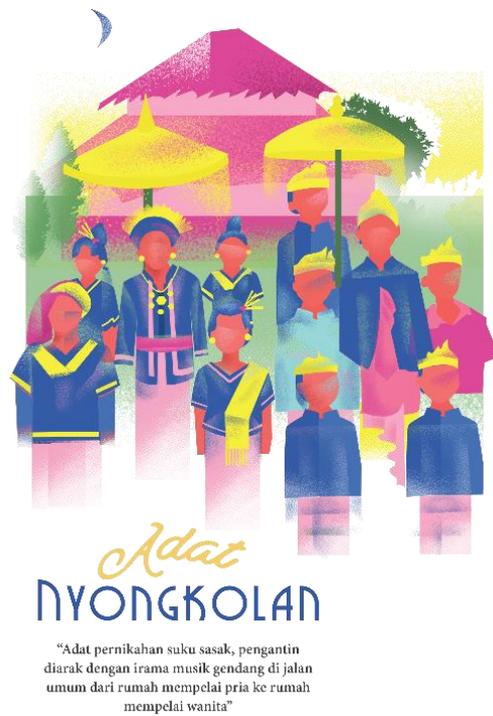


Gambar 5. 38 implementasi desain desa sade dan tenun

Gambar diatas merupakan gamabar implementasi desain desa sade pada tank top berwarna putih. Warna dan gradasi terlihat jelas.

4. Adat Nyongkolan dan Masjid Bayan

Nyongkolan merupakan adat pernikahan di Lombok dimana sepasang pengantin di arak beramai-ramai seperti seorang raja menuju rumah / kediaman sang pengantin wanita. Arak-arakan ini selalu diiringi dan diramaikan dengan beraneka tetabuhan alat musik tradisional dan kesenian khas suku Sasak. Tujuannya agar para warga sekitar mengetahui bahwa pasangan pengantin tersebut sudah menjadi sepasang suami istri yang sah. , kegiatan ini merupakan satu adat suku sasak Lombok yang masih tetap dilaksanakan sampai sekarang.



Gambar 5. 39 Ilustrasi adat nyongkolan



Gambar 5. 40 Implementasi hasil desain adat nyongkolan pada pakaian

Gambar 5.41 menunjukkan hasil implementasi desain pada pakaian. Gambar kiri menunjukkan implementasi pada tshirt pada warna putih dan warna hitam. Gambar kanan menunjukkan implementasi desain nyongkolan pada tank top.

5. Kampung Bayan

Suku Sasak Bayan yang terletak di Desa Bayan, Lombok Utara memiliki adat dan budaya yang kental tetapi mereka tidak menutup diri pada budaya modern. Beragam jenis adat dan tradisi masih sangat kental di sana. Salah satunya ialah tradisi dalam melakukan kegiatan tumbuk padi yang dilakukan di halaman rumah mereka.



Gambar 5. 41 hasil desain ilustrasi untuk kampung bayan



Gambar 5. 42 Implementasi desain ilustrasi suku bayan pada kaos lengan panjang

Gambar diatas adalah implementasi desain tradisi tumbuk bayan pada kaos lengan panjang.

6. Putri Mandalika

Legenda putri mandalika adalah legenda yang terkenal di pulau Lombok yang mengisahkan tentang seorang putri yang terjun ke laut karena diperebutkan oleh para pangeran dan berubah menjadi cacing berwarna warni. Kejadian ini konon katanya merupakan asal usul terjadinya budaya bau nyale (menangkap cacing) pada bulan februari. Kejadian putri Mandalika diabadikan di pantai sire dengan wujud patung wanita dan 3 orang pria yang memperebutkannya.



Gambar 5. 43 Patung Putri Mandalika



Gambar 5. 44 Implementasi Putri mandalika pada Kaos

Gambar diatas adalah implementasi desain Legenda bau nyale pada pakaian outer atau pakaian luaran dengan model lengan kalelawar. Selain pada outer ilustrasi putri mandalika juga dterapkan pada kaos berlengan.

7. Macam Tarian Adat

Lombok memiliki beragam jenis kesenian daerah terutama dibidang tari tradisional yaitu diantaranya tari gandrung, tari oncer dan tari rudat. Keindahan gerakan dari beragam tarian traditional dirancang menjadi motif yang berulang dan diterapkan kedalam pakaian.



Gambar 5. 45 Ilustrasi motif tarian lombok



Gambar 5. 46 Penerapan ilustrasi tarian adat pada kemeja

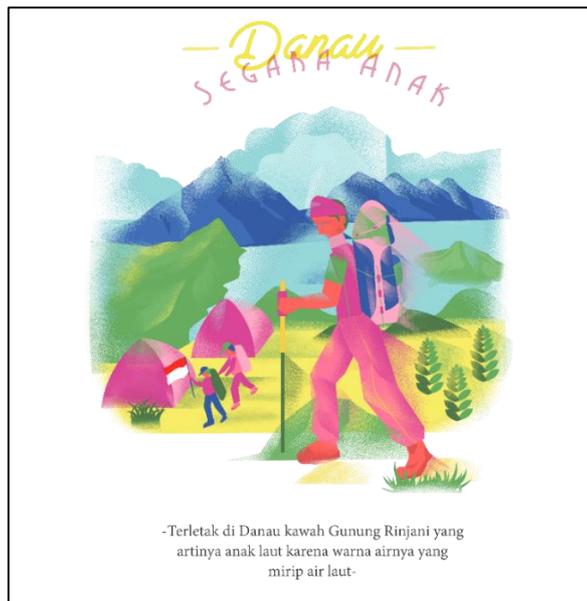


*Gambar 5. 47 Foto motif jilbab tari adat sasak
(sumber:penulis)*

Gambar diatas merupakan beberapa contoh implementasi motif tarian adat pada pakaian gambar 5. 47 implementasi pada kemeja dengan varian warna coklat, putih dan hitam. Ukuran motif sekitar 3 cm, jarak antar motif tidak terlalu rapat. Selain itu motif tarian diterapkan pada scarf atau jilbab segi empat (gambar 5.48) dengan bahan yang tidak mengkilap dengan varian warna abu, hitam dan coklat tua.

8. Danau Segara Anak, Rinjani

Segara Anak adalah danau kawah Gunung Rinjani, tepatnya di desa Sembalun Lawang, pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Nama Segara (bahasa Jawa untuk laut) Anak berarti anak laut diberikan untuk itu karena warna biru mengingatkan danau laut. Danau ini terletak pada ketinggian kurang lebih 2000 mdpl. Jika seorang pendaki mendaki gunung Rinjani (3726 Mdpl), umumnya mereka akan melintasi danau ini dan bermalam di sana



Gambar 5. 48 ilustrasi danau segara anak dan pendaki



Gambar 5. 49 kaos dengan desain rinjani

Gambar diatas merupakan implementasi illustrasi mendaki gunung rinjani pada kaos lengan panjang (gambar kiri) dan kaos lengan pendek (gambar kanan).

9. Tradisi Perang Topat

Tradisi perang topat merupakan simbol keharmonisasian perbedaan keagamaan masyarakat lombok. Masyarakat dengan latar belakang agama berbeda ini berkumpul di Pura Lingsar untuk melaksanakan tradisi perang topat. Masyarakat berkumpul di Pura Lingsar saat musik tradisional gendang *beleq* berbunyi menyambut iring-iringan *kebon odeq* (kebun kecil) berisi hasil bumi dan topat (ketupat) kemudian dilakukan perang topat.

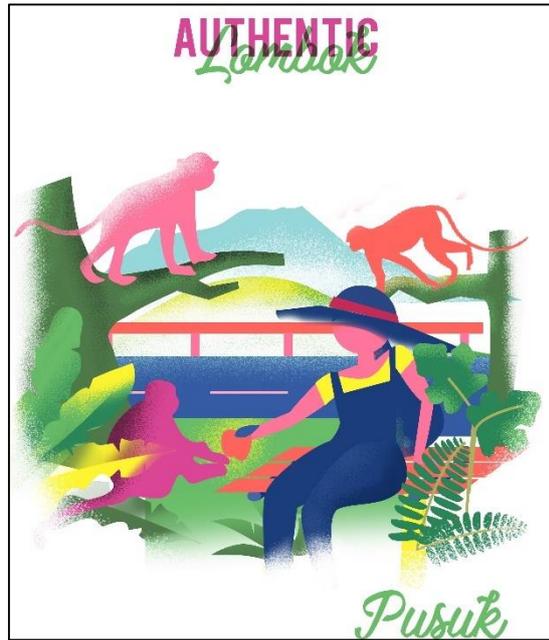


Gambar 5. 50 penerapan pada kaos

Gambar diatas merupakan penerapan ilustrasi perang ketupat pada kaos berlengan pendek dengan aneka warna. Pemilihan warna ditentukan berdasarkan pengaruh kejelasan gambar terhadap warna dasar pakaian. Gambar kaos paling kiri berwarna merah marun, gambar tengah adalah kaos berwarna hijau dan paling kanan adalah kaos berwarna biru dongker.

10. Wisata Pusuk

Hutan pusuk adalah hutan yang berisikan monyet-monyet jinak dan berjumlah sangat banyak. Terletak di kabupaten Lombok, kecamatan Bayan dan masih bagian Taman Nasional Gunung Rinjani Lombok. Jalur pusuk berada dalam satu jalur dengan jalur pendakian ke gunung Rinjani, maka dari itu sebagian besar para pendaki mampir untuk melihat-lihat keindahan hutan Pusuk. Hutan ini juga dikenal dengan sebutan pusuk pass, Pusuk bermakna Puncak.



Gambar 5. 51 ilustrasi wisata pusuk



Gambar 5. 52 kaos pusuk

11. Pantai Batu bolong, Sengigi.

Pantai batu bolong merupakan pantai dengan pasir hitam dan tampak batuan besar dengan lubang ditengahnya. Terdapat sebuah pura yang merupakan lokasi ibadah masyarakat hindu di pinggir pantai memberikan suasana ketentraman.

Sebagian besar turis yang berkunjung menikmati sunset di pura batu bolong dengan es kelapa dan jagung bakar, tidak jarang ada yang bersepeda untuk menikmati suasana pantai di batu bolong.



Gambar 5. 53 ilustrasi Batu bolong
(sumber:penulis)



Gambar 5. 54 Penerapan ilustrasi Batu bolong pada kaos lengan panjang berbagai warna



Gambar 5. 55 Penerapan ilustrasi Batu bolong pada kaos lengan panjang hitam putih

Gambar diatas adalah beberapa pilihan warna dan layout gambar pantai batu bolong pada baju kaos. Gambar 5.59 adalah penerapan ilustrasi Batu bolong pada kaos lengan panjang berbagai warna dengan layout full front. Varian warna yang digunakan adalah merah muda dan (gambar tengah) warna merah (gambar paling kanan). Gambar 5.60 adalah penerapan ilustrasi batu bolong pada kaos dengan warna hitam dan putih dengan layout *upper front*.

12. Diving di Gili

Lombok memiliki beragam pulau kecil yang mengelilinginya salah satunya adalah 3 gili utama yaitu meno. Terawangan dan air. Wisatawan lokal maupun asing yang berkunjung sebagian besar melakukan liburan bawah laut dengan menyelam atau sekedar snorkeling.



Gambar 5. 56 Ilustrasi Diving di Gili



Gambar 5. 57 Implementasi ilustrasi diving di gili pada kaos lengan panjang



Gambar 5. 58 Penerapan Pada Kaos

Gambar diatas adalah beberapa pilihan warna dan layout gambar pantai batu bolong pada baju kaos. Gambar 5.59 adalah penerapan ilustrasi Batu bolong pada kaos lengan panjang berbagai warna dengan layout full front. Varian warna yang digunakan adalah merah muda dan (gambar tengah) warna merah (gambar paling kanan). Gambar 5.60 adalah penerapan ilustrasi batu bolong pada kaos dengan warna hitam dan putih dengan layout *upper front*.

13. Cindomo

Cidomo adalah transportasi traditional pulau Lombok. Cidomo memiliki bentuk yang mirip dengan andong dalam bahasa jawa. Cidomo merupakan singkatan dari cikir dokar dan montor.



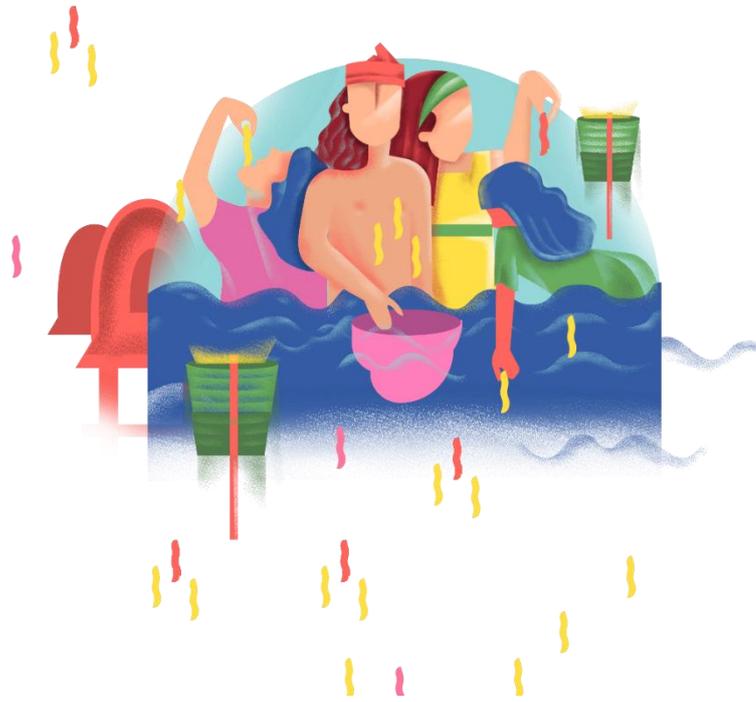
*Gambar 5. 59 ilustrasi cidomo penerapan pada kaos
(sumber: penulis)*



Gambar 5. 60 kaos ilustrasi cidomo

14. Tradisi Bau Nyale

Tradisi bau nyale merupakan tradisi yang dilakukan turun menurun pada bulan februari dengan menangkap cacing yang berwarna warni . Konon katanya bau nyale merupakan perwujudan dari legenda Putri Mandalika.



Gambar 5. 61 Ilustrasi bau nyale



Gambar 5. 62 Kaos ilustrasi bau nyale

Gambar diatas merupakan ilustrasi tradisi bau nyale pada kaos tshirt big size style, gambar kiri merupakan ilustrasi bau nyale dengan layout full front pada kaos dengan varian warna coklat, selain coklat warna dasar yang digunakann adalah pink dan warna spesial (gradasi). Gambar tenga merupakan variasi layout pada kantong kaos dan gambar kanan adalah variasi warna gradasi.

15. Pantai Selong Belanak



Gambar 5. 63 Implentasi desain pada kaos



Gambar 5. 64 Suasana pantai selong belanak

Gambar 5.65 merupakan penerapan ilustrasi suasana pantai selong belanak pada kaos berlengan pendek berwarna putih dengan tambahan outer kemeja flanel. Ilustrasi pantai menggambarkan liburan di Lombok yang identik dengan pantainya ditambah dengan rumah lumbung.

16. Budaya sasak



Gambar 5. 67 Implementasi ilustrasi sasak tulen padaa kaos

Ilustrasi sasak tulen (asli sasak) merupakan penggambaran budaya sasak yang identik dengan pakaian Lambung dan memegang kendang dengan background rumah Lumbung.

5.1.2 Peta Wisata Pulau Lombok

Kumpulan Edisi peta kabupaten/kota di Lombok dengan arah dan petunjuk wisata. Edisi ini memberikan kemudahan kepada wisatawan dalam mengenal dan bertanya mengenai tempat wisata di Lombok kepada masyarakat lokal terpencil yang tidak satu bahasa. Contohnya wisatawan dari Prancis bertanya lokasi kepada penduduk asli Sasak yang sulit berbahasa Inggris.



Gambar 5. 65 ilustrasi peta wisata lombok tengah

Gambar diatas adalah penerapan ilustrasi lombok tengah pada kaos lengan pendek variasi kantong.



Gambar 5. 66 Ilustrasi peta wisata lombok utara



*Gambar 5. 67 Ilustrasi peta wisata lombok timur
(sumber: penulis)*



*Gambar 5. 68 Ilustrasi peta wisata lombok barat
(sumber: penulis)*

Gambar diatas adalah penerapan ilustrasi lombok barat pada kaos lengan panjang.

5.1.3 Makanan khas Lombok

a) Ayam Taliwang

Ayam taliwang merupakan salah satu makanan khas Lombok yang paling dikenal diantara makanan khas lainnya. Nama ayam taliwang berasal dari daerah pertama kali dibuat yaitu daerah taliwang. Ayam taliwang biasanya disajikan dalam bentuk paket tertentu yang terdiri dari beragam sambal, pelecng dan sambal beberuq.



Gambar 5. 69 ilustrasi ayam taliwang dan penerapan pada kaos (sumber: penulis)



Gambar 5. 70 Implementasi ilustrasi kaos rarang pada kaos

Ayam taliwang dibuat dari ayam kampung utuh yang dibakar dengan sambal khas taliwang. Bentuk dan penataan piring makan pada paket ayam taliwang tampak atas dijadikan ilustrasi yang kemudian dituangkan dalam pakaian.

b) Sate Bulayak

Sate bulayak banyak ditemui di daerah pesisir pantai sengigi, sate bulayak disajikan dengan lontong dan peleceng serta minuman kelapa buah. Sate bulayak memiliki perbedaan pada kuah atau sausnya dan bentuk lontongnya yang khas. Berikut adalah gambar sate bulayak dengan gaya artdeco.



Gambar 5. 71 ilustrasi sate bulayak dan penerapan pada kaos



Gambar 5. 72 implementasi gambar sate bulayak pada buff

Gambar diatas merupakan salah satu aksesoris dengan bahan dasar kain dengan ilustrasi makanan sate bulayak. Buff digunakan para turis untuk perjalanan bersepeda motor di Lombok dan untuk mendaki. Bahan yang digunakan adalah kaos spandex dan sablon manual



Gambar 5. 73 implementasi gambar sate bulayak pada outer

c) **Jajanan Lombok**

Pulau Lombok memiliki aneka makanan ringan kering yang biasanya dijadikan oleh oleh seperti cerorot yang berbentuk kerucut dengan isi tepung beras dan gula merah, nagasara, dll. Jajanan Lombok memiliki bentuk yang unik sehingga sesuai bila dijadikan motif pada pakaian.



*Gambar 5. 74 Motif jajanan lombok
(sumber: penulis)*



*Gambar 5. 75 Implementasi motif jajanan lombok pada kemeja
(sumber: penulis)*



Gambar 5. 76 Implementasi gambar jajanan lombok padaa outer

d) Paket Ayam Rarang



Gambar 5. 77 Gambar ayam rarang



Ayam Rarang merupakan makanan khas Lombok Timur dengan jumlah cabai yang cukup banyak dan terlihat biji cabai yang bertaburan diatas ayamnya yang berwarna merah. Makanan ini disajikan dengan sayur kelor. Ayam rarang dijual paketan atau satu porsi dengan ayam dan sayur. Gambar

5.1.4 Motif kebudayaan Lombok

- a. Motif kebudayaan suku sasak bagian 1



Gambar 5. 82 gambar motif kebudayaan sasak lombok



Gambar 5. 83 Implementasi motif kebudayaan pada dress.

Gambar diatas merupakan motif kebudayaan diantaranya adalah terdapat rumah lumbung tradisi perang topat kegiatan mendaki dan kebudayaan nyongkolan yang dikolase menjadi sebuah motif dengan latar belakang warna hitam. Selain warna hitam warna warna yang disediakan adalah biru dan merah muda.

b. Motif kebudayaan suku sasak bagian 2



Gambar 5. 85 Implementasi motif kebudayaan bagian 2 pada kain

Gambar diatas merupakan kumpulan kegiatan budaya suku sasak di Lombok diantaranya adalah tarian tarian Lombok, kegiatan menenun, dan gendang beleq. Motif ini hanya ditempatkan pada kain berwarna hitam. Hal ini dikarenakan agar gambar gambar kecil yang detail dapat terlihat dengan jelas.

5.1.5 Variasi Monokrom

Berdasarkan hasil survey kuisioner terdapat beberapa segmen yang menyukai warna monokrom yaitu 2% selain warna cerah. Warna monokrom memberikan kesan yang sederhana dan santai.



Gambar 5. 86 Ilustrasi gambar budaya tumbuk bayan monokrom pada kaos



Gambar 5. 87 Ilustrasi pantai monokrom pada kaos



Gambar 5. 88 Ilustrasi Holiday In Lombok monokrom pada kaos reglan

5.2 Konsep Bisnis Dan Produksi

Setelah perancangan pada produk dapat diimplementasikan pada pakaian sesuai rancangan kemudian dibutuhkan sistem bisnis dan produksi agar proses penjualan berjalan lancar.



5.2.1 Mitra Produksi

Didalam proses pembuatan clothing dengan desain khas Lombok dibutuhkan mitra atau patner yang tepat agar produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

1. Sablon kaos

Dibutuhkan mitra yang tepat dan mengerti dalam pembuatan sablon kaos, selain itu mitra harus berpikir kreatif dan tidak kaku dalam menerima desain yang akan di sablon. Sebagian besar produksi kaos sulit menerima model sablon yang berbeda seperti sablon pada kantong lengan dll. Pada perancangan souvenir clothing percobaan pertama bermitra dengan produsen souvenir printing dengan mesin DTG. Tetapi pada percobaan berikutnya menggunakan sablon manual untuk hasil yang maksimal dan harga terjangkau.

2. Jasa Printing

Sebelum memilih tempat printing kain yang tepat, terlebih dahulu membandingkan harga permeter dan kualitas printing.

5.2.2 Timeline Produksi dan Biaya

Dibawah ini merupakan timeline proses produksi pakaian per 1 pcs kaos

Proses	Durasi	Biaya
Desain konsep dan rancangan	2 hari	-
Percobaan produk	3 hari	Rp 50.000-Rp 100.000
Stok pakaian jadi dan kain	1 hari	Rp 50.000 – Rp 90.000
Sablon	1 hari	Rp 50.000 – Rp 100.000

No	Keterangan	Detail	Harga satuan	Jumlah
1	1 pcs kaos	Lengan pendek	Rp. 50.000	
2	Jasa sablon DTG	Full print	Rp.	
3	Kemasan packaging			
4				

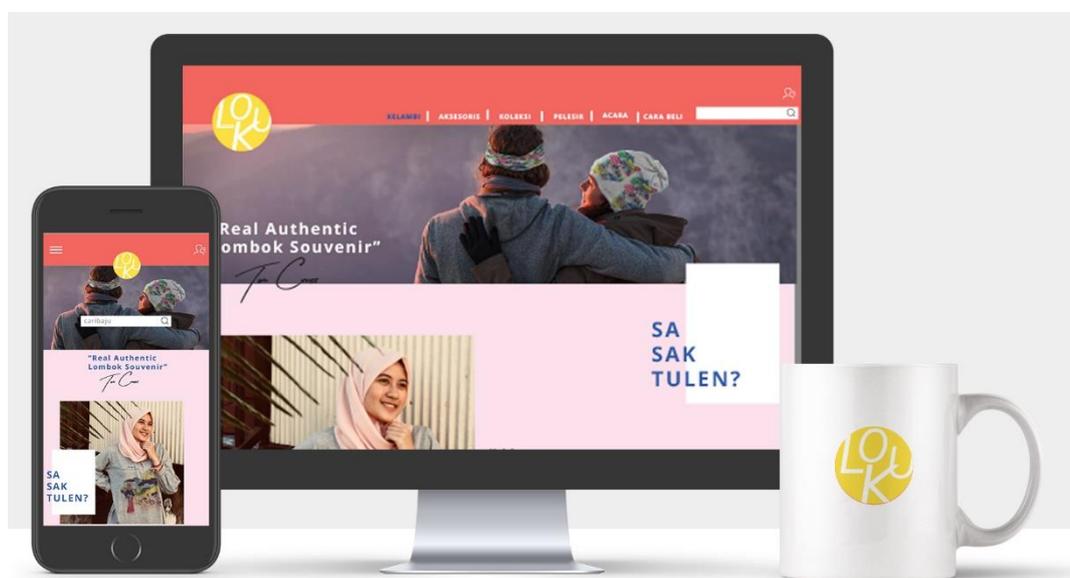
5.2.3 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dilakukan dengan cara offline dan online

1. Online

Pemasaran dengan cara online adalah hanya untuk mempromosikan produk dan menampilkan desain yang dipasarkan agar dilihat oleh masyarakat tetapi tidak ada penjualan atau transaksi online. Produk souvenir clothing Lombok hanya bisa dibeli offline dan datang ke pulau Lombok.

Pemasaran online melalui sosial media instagram dan website resmi.



Gambar 5. 78 Tampilan website

2. Offline

Pemasaran secara offline adalah dengan bekerja sama dengan guide tour dan travel untuk mengajak tamu mengunjungi toko. Selain itu ikut serta berkontribusi dalam kegiatan pariwisata sebagai bentuk promosi. Store utama berada di Senggigi yaitu wilayah destinasi turis dan cabangnya berada di gili terawangan dan pusat kota.



Gambar 5. 79 Ilustrasi bangunan Loku store

Gambar diatas merupakan Ilustrasi bangunan utama Loku store di daerah senggigi Lombok barat dengan suasana pantai. Lokasi ini dipilih karena memiliki

5.2.4 Kemasan

Kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, kemasan dengan desain yang unik dan menarik memberikan nilai jual lebih dan mudah diingat. Kemasan pada souvenir pakaian memiliki kriteria yang sesuai dengan segmentasinya. Kemasan pada souvenir clothing dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Kemasan umum

Kemasan umum adalah kemasan untuk pembelian produk bukan produk eksklusif.



Gambar 5. 80 Kemasan Loku

Gambar diatas merupakan kemasan umum Loku yang mampu memuat beberapa jumlah baju. Terdapat dua ukuran paper bag yaitu big size dan mini.

2. Kemasan khusus

Kemasan khusus adalah kemasan untuk pembelian produk eksklusif. Produk eksklusif adalah produk yang memiliki bahan dan desain yang berbeda dan harga yang lebih mahal dari produk lainnya.



Gambar 5. 81 Kemasan eksklusif Loku

Gambar diatas merupakan kemasan eksklusif dari Loku dengan motif kolase sasak pada bagian samping kanan dan kiri. Logo diletakkan ditengah agar terlihat jelas. Kemasan terbuat dari bahan karton tebal dan kertas doff.

BAB VI

SARAN DAN KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa “Perancangan Clothing sebagai souvenir khas Pulau Lombok” dapat diambil sebuah kesimpulan dan saran diantaranya adalah sebagai berikut :

- Desain pada pakaian sudah menunjukkan khas Pulau Lombok dengan ilustrasi kebudayaan seperti perang peresean, rumah adat Lambung dsb serta tempat wisata pantai.
- Warna warna yang digunakan sesuai dan menarik.
- Bahan pada pakaian nyaman digunakan sehingga sesuai untuk berpergian di daerah tropis.
- Teknik cetak yang digunakan sesuai sehingga warna dan gradasi pada pakaian tidak berubah dan sesuai dengan desain digital.
- Produk clothing souvenir Lombok Marketable atau barang yang cocok dijual di pasaran karena memiliki model yang beraneka ragam.
- Harga kaos yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan pasar.

6.2 Saran

Pada perancangan ini penulis mendapatkan beberapa saran diantaranya adalah :

- Model pada pakaian ditambah agar lebih bervariasi.
- Model pakaian pada full printing dan motif perlu dikembangkan.
- Diperlukan desain yang lebih sederhana seperti hanya satu objek sebagai variasi desain pada pakaian.
- Marketing perlu dilakukan studi lebih mendalam terutama pada harga pakaian karena diperlukan riset harga pada pasar.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul (2016). *Yuk Kenali 12 Macam Sablon Kaos Manual*. Diakses tanggal Desember 12,2017, dari <https://berkaos.com/macam-jenis-sablon-kaos-manual/>
- Arya (2016). *10 Oleh Oleh Khas Lombok yang Wajib Kamu Bawa Pulang !* Diakses pada tanggal november 10, 2017, dari <https://sahabatnesia.com/oleh-oleh-khas-lombok>.
- Clarke, Simon. (2014). *Print : Fashion, Interior, Art*. United Kingdom : Laurence King Publishing Ltd.
- Heller, Steven, & Chwast, seymour. (2000). *Graphic Design: From Victorian To Digital*. New York : Harry N. Abrams, Incorporated.
- Kajian Analisa Pasar Potensial NTB tahun 2017. (2017). NTB: Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin. (2008). *Marketing management edisi 13 Jilid 1*. Eirlangga Publishing
- Neko, Teko (2016). *Macam- Macam Jenis Kain dan Sifat*. Diakses tanggal Desember 4, 2017, dari <https://tekoneko.net/macam-macam-kain>.
- Pengertian Suvenir* (2016). Diakses tanggal February 10, 2017, dari <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-suvenir>.
- Portalusaha (2017). *Analisa Peluang Usaha Distro dan Tips Trik Membangun Usaha Distro*. Diakses tanggal Mei 24, 2018, dari <https://portalusaha.com/pejuangusaha/analisa-peluang-usaha-distro-dan-tips-trik-membangun-usaha-distro.html>
- Profil Racun Cinta Indonesia* (n.d). Diakses tanggal november 3, 2017, dari <https://www.racuncinta-indonesia.com>
- Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB 2016. (2016). NTB : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Trisnawati, Tri (2015). *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*.
Semarang : Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.

Zaghirah, Zaana. (2016). *Perancangan media kaos tematik sebagai souvenir pulau bawean*. Surabaya: Laporan Tugas Akhir Jurusan Desain Produk Industri FTSP-ITS

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Perancangan Clothing sebagai suvenir khas Pulau Lombok

Informan : Dinas Pariwisata NTB

Nama : Trias

Jabatan : Sekretaris

Hari/tanggal : Jumat, 17 November 2017

Pukul : 09.00

1. Fokus Penelitian : Gambaran umum Pulau Lombok menjadi daya tarik bagi wisatawan dalam berbagai ajang pariwisata international.

Jenis Data : Data mengenai tempat wisata yang telah diresmikan dan bidang lain yang berhubungan dengan pariwisata beserta foto.

Pertanyaan :

- a. apa yang menjadi daya tarik pulau lombok bagi wisatawan lokal maupun asing?
- b. bidang apa saja yang menjadi penilaian dan pertimbangan wisatawan dalam memilih pulau Lombok sebagai wisata terbaik dibandingkan pulau pulau lainnya?

Jawaban :

Daya tarik wisatawan lebih banyak alam, kalo culture masih kalah, kayak air terjun, pantai, danau. Selain itu kuliner juga, seperti peleceng lombok, itu asli lombok, karena kuliner datang bersamaan dengan wisata alam karena orang yg membutuhkan wisata pasti mencari kuliner. Banyak culture lombok yang mirip dengan bali.

Kenapa wisatawan bali limpahannya ke lombok karena di bali itu crowded. Lombok disamping keasriannya juga wisata alamnya itu punya keindahan

yang luar biasa yang tidak dibuat buat, jadi meskipun jalan menuju kesana susah tapi tetap saja orang mau. Mungkin akses untuk kesananya pemerintah memang kita akui kekurangan kita belum mengelola secara baik tapi bertahap seiring menguatkan branding yang ada kita terus kembangkan. Terus memabtu NTB untuk menata destinasi menjadi indah dan baik.

2. Fokus Penelitian : program dinas terhadap pariwisata pulau Lombok
Jenis Data : program yang telah dan akan dilaksanakan dan sistem pengeleloaannya.

Pertanyaan :

- a. Apa saja program dinas pariwisata dalam mengelola pulau Lombok?
- b. Apakah ada program yang sedang dan akan dikerjakan yang bekerjasama dengan pihak lain swasta maupun dinas atau lembaga pendidikan dalam memajukan kepariwisataan Lombok?
- c. Masalah dan kendala apa saja yang dihadapi dalam mengelola pariwisata Lombok?

Jawaban :

Tugas dinas adalah mempromosikan UMKM yang memproduksi souvenir massal seperti kerang yang diukir, kayu cukli, gerabah dan masih banyak lagi. Kami tidak memiliki binaan, jadi yang mengemas baik itu UMKM, ketika melihat karya UMKM itu yang cantik itu yg kami bawa buat pameran.

Lombok sudah di branding orang terkenal karena seribu masjid, the best halal destination dan the best resortnya, skrng dibarengi dengan aceh tapi lombok yang lebih dulu mengalahkan turki.

Program yang dikerjakan di 2017 ini kita sudah melaksanakan 34 event beberapa program, mengawali event bau nyale di february, april da toure de lombok. Trus festival tambora, kemudian khazanah ramadha itu sebulan penuh kita datngkan ustad dari maroko, jorda, hijab tutorial. seperti saat

bulan ramadhan kita mendatangkan orang luar seperti ustad habiburahman, tere liye dan masih banyak lagi.

Kementrian didukung gempi (generasi pesona indonesia), melalui online dari evnt” wisata, mereka ini volunter dari org” yg menyukai sosmed.

3. Fokus Penelitian : Gambaran umum wisatawan Lombok.

Jenis Data : umur dan total pengunjung.

Pertanyaan :

- a. Pengunjung pulau Lombok didominasi umur berapa saja? Apakah remaja awal atau remaja akhir atau bahkan orang-orang yang sudah berkeluarga?
- b. Apakah ada data valid terkait hal tersebut?

Jawaban :

Semua data kunjungan wisatawan yang lengkap ada di buku statistik. Pengunjung wisatawan didominasi usia produktif. Berdasarkan budaya dan alam yg kita miliki disamping itu ada minat khusus, minat khusus didominasi dengan sport tourism, seperti diving, snorkeling, tracking.usia diatas itu mungkin melihat keindahan saja.

4. Fokus Penelitian : Tanggapan mengenai Suvenir di Lombok

Jenis data :

Pertanyaan :

- a. Bagaimana tanggapan anda mengenai souvenir yang dijual di Lombok?
- b. Menurut anda seberapa penting souvenir bagi pariwisata Lombok?
- c. Souvenir apakah yang paling berpengaruh pada perekonomian pariwisata?
- d. Bagaimana tanggapan anda mengenai souvenir clothing yang sudah ada di Lombok?

- e. Perubahan apa yang anda harapkan terhadap souvenir clothing di Lombok untuk mengedepankan pariwisata kedepannya?

Jawaban :

UKM di Lombok menyebar dimana mana termasuk di paket wisatawan, sekarang paket tersebut dikombinasi dgn membeli souvenir, karena di dalam paket itu berbagai usia jadi tidak dikelompokkan secara khusus siapa pembelinya tidak memonopoli umur. Bisa di minat khusus, alam, budaya. Seperti kita paket wisata budaya, di dalamnya itu selain ada kegiatan budaya dan ke tempat alam jadi kita didominasi dengan ke spot spot souvenir seperti tenun.

Sekarang souvenir retail disini sudah mengikuti pasar, kalo orang suka yang model sablonan itu semua orang menyukai kita bisa buat itu karena dimana” ada, pedagang asongan pun banyak yang mengejar pengunjung menjual itu.

Itu dibawah dinas perindustrian koperasi dan UKM, disitu produksi kita marketing

Terdapat klarifikasi jenis jenis produk itu di UKM.

Kita mengikuti event sesuai potensi dan keinginan pasar, kita misal ke Korea suknyaa apa itu yang kita bawa kesitu, karena wisatawan memiliki karakteristik yang berbeda.

Kalo dari Australia ada yang menyukai souvenir tapi tidak banyak mereka lebih suka banner begitu. Meskipun mancanegara tapi tidak semua memiliki keinginan yang sama.

Yang saya harapkan adalah jati diri kami sebagai orang Lombok perlu dikuatkan seperti budaya untuk dilihat oleh pasar, apa yang menjadi cerminan budaya yang kita miliki, kita menginginkan seperti itu, paling tidak kami memiliki 10 item untuk souvenir itu yang bagus dan mewakili kita semua itu. Kalo monumen kurang, kita gak gitu. Islamic center itu sebagai ikon destinasi wisata halal kalo mau diperkuat diekspos silahkan.

Tapi kalo dimana” itu ya sama aja islamic center sedangkan kalo orang main Ada yg unik menarik menurut pasar tapi budayanya itu gak ada informasinya, ya seperti itulah bisa diangkat dibidang keindahan alam, sport tourism, budaya dan kuliner juga.

PEDOMAN WAWANCARA

Perancangan Clothing sebagai souvenir khas Pulau Lombok

Informan : Toko souvenir dan oleh oleh Lombok (Sasaku Lombok)

Nama : Bli Mantra

Jabatan : Designer dan seniman fine art organic mind.

Hari/tanggal : Jumat, 17 November 2017

Pukul : 09.00

1. Fokus Penelitian : data diri Informan (pembuka wawancara)

Jenis data : pengenalan

Pertanyaan :

- a. Sudah berapa lama anda bekerja di sasaku?
- b. Bagaimana pengalaman anda selama bekerja menjadi desainer di sasaku

Jawaban :

Saya sudah bekerja di sasaku selama dari awal sasaku berdiri mulai dari konseptor, saat itu bertemu owner yang bertemu di singapore pas lagi pameran. Kemudian sesampainya di Lombok bertemu di mall mendiskusikan untuk membuat oleh oleh . Saya awalnya bukan seorang desainer tapi seniman fine art. Bertemu owner langsung bikin desain logo desain semua trus oke bikin. Kemudian survey keliling indonesia sambil jalan jalan mobilan mampir ke satu satu dan yang jadi bandingan itu joger.

Bagaimana cara membuat oleh oleh yang beda tapi diterima oleh semua orang dikenakan kemana mana itu tidak mudah. Kami mencoret karakter kartun dan tulisan jenaka. Karena bisa dilihat joger sebagian besar konsumennya adalah sma smp yang knowledge nya ya seperti itu dan desainer sudah terlalu jenuh dengan statemen seperti itu.

Lombok memiliki budaya yang transisi, diantara bali, bugis seperti beberapa topeng” itu ukiran meksiko bukan topeng kita. Misal kita ambil bagian tengahnya lombok ini coraknya urban karena tidak ke traditional dan tidak menciptakan genre baru.

Untuk membuat suatu produk harus melihat statistik arah masyarakat itu kemana. Seperti media sosial yang menanam nilai visual, di tv ditanamin

2. Fokus Penelitian : Penjelasan singkat tentang profil perusahaan

Jenis data :

Pertanyaan :

- a. Apa visi misi sasaku Lombok?
- b. Bagaimana sejarah berdirinya sasaku hingga bertahan dan terkenal seperti sekarang?

Jawaban :

Memasukkan konten lokal dan menciptakan tren baru. Seperti akhir” ini hampir semua orng menjadikan sasaku sebagai tolak ukur yang dulunya adalah lombok primitif. Awalnya membuat sasaku adalah untuk menaikkan citra desainer dimata masyarakat untuk teman teman yang bergerak dibidang desainer agar menciptakan kualitas. Produk tshirt atau pakaian itu semua sama, tapi disamping bahan yang dinilai desainnya. Desain harus dihargai begitu pula dengan desainernya harus menghargai diri sendiri. Jangan membuat konten sampah. What you pay what you get. Harus membedakan pasarnya.

3. Fokus Penelitian : Desain souvenir pakaian

Jenis data :

Pertanyaan :

- a. Apakah kelebihan dan karakteristik souvenir yang dijual sasaku dibandingkan souvenir yang dijual diluar dari segi desain?
- b. Bagaimana proses desain yang dilakukan oleh sasaku dalam memproduksi produknya di bidang clothing?
- c. Apa syarat dan aturan dalam mendesain baju dengan desain Lombok? Apakah ada syarat khusus atau bebas?

Jawaban :

Kita mengerjakan apa yang tidak dikerjakan orang. Kalo yang lain sebelumnya ngikutin tren Dulu itu souvenir dibuat dengan jenaka jenaka dan lombok primitif atau apalah gitu. Walaupun tempat yang lain mengikuti desain tapi saya tidak khawatir karena kita terus berubah. Biar saya kita jadik kepala ikan dan mereka jadi ekor. Menemukan konsep unik dan bisa diterima di publik tidak gampang. Desain bagus tapi tidak terjual itu tidak bagus tapi desain yang diterima masyarakat itu pasti bagus.

Proses desain saya menggabungkan antara manual dan digital dan kan sekarang ada ipad pro jadi lebih mudah. Desainer art for people. Seniman art for art. Desainer memiliki ilmu yang sekitar itu tapi belum memiliki sesuatu yang berbeda yang random maka dari itu banyak desainer yang meminta bantuan ke seniman. Karena publik memiliki keinginan untuk more random, terus begitu. Dan desainer itu selalu berjalan dibelakang tren. Karena memang tidak gampang. Maka itu harus diperlukan latihan seperti seniman. Bereksperimen mencampurkan warna warna dan coba menulis dengan tangan kiri atau mendesain.

4. Fokus Penelitian : Segmentasi Pemasaran

Jenis data :

Pertanyaan :

- a. Bagaimana sasaku mempositioningkan diri?
- b. Siapa saja target segmentasi pasar pada produk sasaku ?
- c. Bagaimana cara sasaku menentukan sasaran pasar?

- d. Bagaimana cara sasaku menjawab kebutuhan konsumen?
- e. Bagaimana sasaku bertahan terhadap persaingan pasar?

Jawab :

Bukan kita yang memposisikan diri tetapi masyarakat yang memposisikan dirinya saat di sasaku. Kita Cuma bikin bikin ya bikin. Segmentasi ya untuk S1 dan ibu ibu soalnya kalo smp dan sma itu pergi keluar pulau jarang membawa uang lebih untuk oleh oleh.

5. Fokus Penelitian : Tanggapan mengenai Suvenir di Lombok

Jenis data :

Pertanyaan :

- a. Bagaimana tanggapan anda mengenai souvenir yang dijual di Lombok?
- b. Menurut anda seberapa penting souvenir bagi pariwisata Lombok?
- c. Souvenir apakah yang paling berpengaruh pada perekonomian pariwisata?
- d. Bagaimana tanggapan anda mengenai souvenir clothing yang sudah ada di Lombok?
- e. Perubahan apa yang anda harapkan terhadap souvenir clothing di Lombok untuk mengedepankan pariwisata kedepannya?
- f. Apa langkah langkah dalam membangun sebuah produk souvenir yang baik?

Terus mengolah hal hal baru dan berekperimen, menjadi tren itu tidak mudah butuh proses.

Tabel 3. 3 Tabel usia wisman (sumber: dok.pribadi)

no	Kelompok umur	Persentase (%)
1	Usia 17-22 tahun	17,37
2	Usia 23-28 tahun	18,13
3	Usia 29-34 tahun	15,16
4	Usia 35-40 tahun	17,39
5	Usia 41-46 tahun	14.03
6	Usia 47-52 tahun	6.08

Tabel 3. 4 Tabel asal negara wisman.

no	Asal Negara	Jumlah Kunjungan
		2016
	Australia	256.744
2.	Jerman	110.154
3.	Belanda	104.714
4.	British	100.522
5.	Malaysia	95.103
6.	Italia	79.625
7.	Perancis	79.521
8.	USA	54.776
9.	swiss	37.955
10.	Kanada	34.231
11.	Negara Lainnya	10.204
	Jumlah	963.451

Tabel 3. 5 Tabel pekerjaan Wisman

No	Pekerjaan Wisman	Persentase (%)
1.	Pegawai Pemerintah	10.14
2.	Swasta	20.72
3.	Wiraswata/Pengusaha	16.69

4.	Profesional/konsultan	17.46
5.	Lain lain	34.99
Jumlah		100

Tabel 3. 6 Tabel pendidikan wisman

No	Pekerjaan Wisman	Persentase (%)
1.	Pasca Sarjana	19.11
2.	Diploma/Sarjana	62.33
3.	Lainnya	18.56
Jumlah		100

Tabel 3. 7 Tabel Tujuan kunjungan wisman

No	Tujuan Kunjungan	Persentase (%)
1.	Leisure	71.00
2.	Bisnis	11.67
3.	Mengunjungi Keluarga	5.43
4.	Lainnya	11.7
Jumlah		100

Pameran



Gambar pameran Loku clothing souvenir

User Testing

User testing diberikan kepada beberapa orang yang sesuai dengan kriteria target pasar. User testing dilakukan dengan memperlihatkan baju dan katalog kepada calon customer. Kemudian diberikan beberapa pertanyaan diantaranya adalah:

Pertanyaan :

1. Bagaimana pendapat anda mengenai ilustrasi pada kaos tersebut? Apakah sudah menunjukkan khas Lombok?
2. Bagaimana dengan variasi desain yang lain yang ada di katalog?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai bahan dan sablon yang digunakan?

4. Jika harga pada kaos Rp 120.000 dan jilbab Rp 110.000 serta dress dengan harga Rp 200.000,- apakah anda mau membelinya? Apakah harga sesuai dengan produk?
5. Saran untuk produk clothing souvenir Lombok kedepannya?

a. Nama : Meylita

Umur : 23 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa



Jawab :

1. Ilustrasi pada pakaian unik dan berbeda jika dibandingkan dengan souvenir lain yang sudah seperti salah satu souvenir di bali yang mengangkat hanya kata kata tetapi ini menggunakan ilustrasi dengan warna yang lucu.
2. Beberapa ada yang kurang menunjukkan khas Lombok contohnya kaos dengan ilustrasi pantai, hampir sama dengan pantai lain tapi untuk baju

dengan desain kegiatan budaya atau pattern orang sasak sudah menggambarkan Lombok hanya dari melihatnya. Variasi modelnya banyak, karena ada jilbab dan aksesoris kain.

3. Bahan dan sablon bagus. Bahan tidak kaku.
4. Untuk harga kaos sesuai karena bahannya halus, tetapi untuk dress mungkin terlalu murah. Jika produk ini dijual saya mau membeli yang pattern orang-orang dengan kegiatan budaya sasak.
5. Saran untuk ilustrasi seperti pantai dan wisata alam mungkin ada unsur Lombok ditambahkan .

b. Nama : dwina

Umur : 20

Pekerjaan : Data Analyst



Jawab :

1. Desain Lucu dan bahan adem enak dipakai, model unik
2. Ilustrasi yang digunakan sesuai terlihat Lombok

3. Warnanya dan modelnya perlu ditambah
4. Variasi gambar perlu dikembangkan
5. Harga sesuai

c. Nama : Hamasah

Umur : 22

Pekerjaan : Mahasiswi



Jawab :

1. Karakter bahan halus dengan harga yang sesuai, warna dan gradasi tidak pudar dan terlihat cerah
2. Desainnya kelihatan Lombok banget dengan rumah sade dan pemandangan pantainya.
3. Modelnya bervariasi, karena biasanya souvenir sekarang hanya tulisan tidak ilustrasi seperti ini.
4. Mungkin untuk kedepannya dibuat desain yang lebih sederhana mungkin hanya satu obyek cukup.

BIODATA PENULIS



Baiq Nindiastry Fitrimaghfira, Nindi. Anak pertama dari dua bersaudara. Lahir di Mataram, 01 Februari 1996 dari pasangan Lalu Adi Subandi dan Ninik Safaroh domisili Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Menempuh Pendidikan dasar di SDN 01 Cakranegara, lalu SMP 02 Mataram dilanjutkan, SMA 01 Mataram. penulis menjadi mahasiswa program sarjana (S-1) di Bidang Studi Desain Komunikasi Visual , Program Desain Produk ITS Surabaya, penulis lulus dari kampus ini pada tahun 2018.

Ketertarikan penulis pada bidang fashion dan ilustrasi dimulai saat mengunjungi beberapa pameran usaha kreatif ditambah kemajuan produksi teknik printing pada kain yang mudah ditemukan dimana saja dengan kualitas yang sudah cukup baik. Tahun 2015 penulis mencoba menerapkan foto graphic pada pakaian dengan teknik full printing namun terdapat beberapa kegagalan pada bahan dan kualitas gambar yang kemudian menjadi pembelajaran. Tahun 2017 penulis mendalami ilustrasi saat melakukan kerja praktek pada studio game Touchten, Jakarta. Penulis pernah bergabung dengan Melukis Harapan sebagai ketua pelaksana di bidang Merchandise yaitu kaos Dolly story.

Berangkat dari pengalaman dan ketertrikannya penulis telah menyelesaikan dan menghasilkan beberapa produk pakaian pada “ Perancangan Clothing dengan desain khas Lombok sebagai suvenir.” Sebagai salah satu upaya penulis mengembangkan ilustrasi dan fashion di daerah asalnya untuk mendukung industri pariwisata.

HP : 082229163820

Email : Nindimaghfira12@gmail.com

Instagram : nindyastfm