

PERANCANGAN MOTIF IKAN CUPANG HIAS PADA TEKSTIL BESERTA BRANDINGNYA

Olivia Tanamal¹, Listia Natadjaja², Mendy Hosana³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email : olivia.tanamal.21@gmail.com

Abstrak

Industri tekstil Indonesia merupakan industri yang memiliki peran penting dalam perekonomian negara dan peran desain sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing. Salah satu aspek desain yang dapat diolah ialah desain motif kain. Dan diangkatnya ikan cupang hias menjadi objek desain sangat menarik karena merupakan salah satu kekayaan alam dalam negeri yang juga sangat diperhatikan pemerintah. Data-data dikumpulkan dan dianalisa dengan metode analisis deskriptif kualitatif kemudian terciptalah delapan desain tekstil bermotif ikan cupang hias yang terdiri dari empat jenis ikan cupang. Semua desain kemudian dibranding agar memiliki identitas dan siap bersaing di pasar. Hasil perancangan ini ialah terbentuknya tekstil bermotif ikan cupang hias yang dikemas sedemikian rupa sehingga menarik secara visual dan juga turut memperkenalkan dan mempromosikan keindahan ikan cupang hias.

Kata Kunci : Desain motif, tekstil, kain, ikan cupang, branding

Abstract

Title : Betta fish motif design on textile and the branding

Indonesia's textile industry has an important role in economy of the country and the role of design is needed to improve competitiveness. One aspect of the design which can be processed is fabric motif design. And betta fish as design object becomes very attractive because it is one of the natural wealth of this country which is also highly concerned by the government. Datas are collected and analized with kualitative descriptive analisis method and then eight betta fish motif textile design, which is consist of four kind of betta fish, are created. The last step is give these designs a brand so they have identity and ready to get into the market. Result of this project is betta fish motif textile designs which are visually attractive and introduce and promote the beauty of betta fishes.

Keyword : Motif design, textile, fabric, betta fish, branding

Pendahuluan

Tekstil memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia. Penggunaan tekstil sangatlah beragam dari bidang kuliner, transportasi, keamanan, hingga bidang kesehatan (Willbanks, 2009). Namun penggunaan tekstil dan produk tekstil didominasi untuk kebutuhan sandang, yang merupakan salah satu dari tiga kebutuhan dasar manusia. Maka dari itu tekstil sangat erat kaitannya dengan dunia garmen dan *fashion* seperti untuk desain kaos, celana, rok, gaun, tas, sepatu, topi, dan berbagai macam aksesoris lainnya.

Gereffi (2002) mengatakan bahwa industri tekstil dan pakaian adalah salah satu industri tertua, terbesar, dan paling global di dunia. Ini adalah industri “pemula” untuk negara-negara yang terlibat dalam EOI (*export-oriented industrialization*). Di Indonesia, Menteri Perindustrian Saleh Husin mengatakan, sebagai sektor prioritas, industri tekstil dan produk tekstil (TPT) selama ini mampu menciptakan lapangan kerja yang cukup banyak, memenuhi kebutuhan sandang dalam negeri serta memiliki peranan yang strategis dalam proses industrialisasi. Saleh juga menambahkan bahwa peluang untuk memperluas pasar industri tekstil di pasar dunia masih sangat besar. “Peluang pasar ekspor tersebut terbuka bagi

Industri TPT yang mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi, desain yang *up to date*, dan kemampuan pasok (*lead time*) yang cepat,” kata Saleh usai meresmikan pembukaan pelatihan SDM Industri Garmen dengan sistem Three in One (3 in 1) di Balai Diklat Industri (BDI) Jakarta, Senin (19/1) (“Menperin: Industri Tekstil Berkontribusi Besar Pertumbuhan Ekonomi”, 2016, Januari; “Desain Up To Date, Pasar Ekspor Tekstil Terbuka Lebar”, 2015, Januari). Desain sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas persaingan ke pasar internasional. Seperti yang dikatakan Prof. Firmanzah, PhD, Rektor Universitas Paramadina, Guru Besar FEB Universitas Indonesia, bahwa banyak studi ilmiah yang menunjukkan bahwa mereka yang menguasai desain dalam rantai produksi akan mengambil bagian profit yang paling besar. Belajar dari pengalaman sejumlah negara dan perusahaan multinasional, sudah saatnya Indonesia melihat lebih serius peran “desain” terhadap penciptaan daya saing produk dan industri nasional. (Firmanzah, 2015)

Salah satu aspek desain yang bisa diolah pada dunia tekstil ialah dengan menambahkan ragam motif baru pada bahan dasar kain. Motif merupakan sarana komunikasi non-verbal yang kuat yang digunakan untuk membedakan, menyamar, memperingatkan, dan memikat. Ditandai dengan irama, keseimbangan, dan proporsi, motif ialah sebuah fenomena universal (Jackie, 2010, p.7). Hal ini sangat berperan besar melihat dunia mode di pasaran khususnya yang juga merupakan fenomena universal dan terus bergerak serta berkembang. Oleh karena itu, terus dibutuhkan variasi baru yang segar untuk memperkaya desain serta terutama untuk meningkatkan nilai jual, daya saing, dan keunikan dari kain tersebut. Ada banyak ragam grafis, seperti grafis abstrak, karakter animasi, flora, dan fauna. Jenis fauna yang lazim diangkat sebagai tema mode di antaranya ialah singa, cheetah, zebra, dan jerapah (Gunawan, 2012:105). Jarang ditemukan keragaman fauna lain, terutama fauna air seperti ikan.

Melihat besarnya peluang terciptanya ragam grafis baru, khususnya grafis ikan untuk diaplikasikan pada tekstil, penulis tertarik untuk mengangkat salah satu fauna air yang banyak terdapat di Indonesia, yaitu ikan cupang. Cupang hias memiliki keunikan tersendiri sehingga trennya terus bertahan, berbeda dengan tren ikan hias lain yang begitu cepat berlalu (Sidharta, 2009:3). Walau ukuran tubuhnya tergolong kecil, namun ikan ini memiliki berbagai macam bentuk, warna, dan sirip yang sangat menarik, terutama bagian ekor yang sangat lebar dan indah.

Desain motif dilihat sangat tepat untuk menonjolkan keindahan alami ikan cupang hias dan memikat perhatian konsumen tekstil. Selain untuk meramaikan variasi desain, motif ikan cupang dapat turut mempromosikan keberadaan ikan yang harga jualnya mencapai 15 juta rupiah ini sehingga masyarakat semakin familiar bahkan terpikat oleh keindahan ikan cupang. Hal ini berpengaruh besar pada meningkatnya jumlah penghobi ikan hias yang berujung pada peningkatan ekonomi nasional mengingat ikan hias telah menjadi salah satu komoditas andalan negara serta keberhasilan Indonesia yang telah menduduki peringkat kelima sebagai eksportir ikan hias dunia (Rahman, 2013:5). Dan agar desain ini terealisasi serta dapat mempromosikan keindahan ikan cupang secara nyata, maka desain-desain motif diaplikasikan dengan cara *printing* pada media kain.

Berkaitan dengan dunia tekstil, penulis memutuskan bahwa desain tekstil difokuskan untuk keperluan *fashion*. Hal ini dikarenakan tekstil dan produk tekstil didominasi untuk kebutuhan sandang manusia, *fashion* identik dengan keindahan sesuai dengan tujuan perancangan yaitu untuk menonjolkan keindahan ikan cupang hias, dan besar peluangnya visual ikan yang indah dapat tersebar luas melalui maraknya industri *fashion* di media sosial. Kemudian target market yang dipilih untuk perancangan ini ialah wanita karena konsumen *fashion* didominasi oleh gender ini. Hal ini dapat terlihat secara jelas dengan banyaknya butik dan variasi busana wanita yang tanpa henti. Kategori usia yang dipilih ialah usia dewasa (18 – 30 tahun) yang aktif mengikuti *trend* dan mencoba hal-hal baru.

Setelah tekstil bermotifkan ikan cupang hias terbentuk, dibutuhkan *brand* untuk mengemas produk-produk tekstil ini dan memberi dirinya suatu identitas. “Dengan demikian suatu merek membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh kompetitor. Dengan adanya merek tersebut perusahaan mengharapkan agar konsumen mempunyai kesan positif pada barang atau jasa yang dihasilkan” (Rangkuti, 2004:36). Apabila *brand* diibaratkan sebagai manusia, maka *brand* merupakan keseluruhan dari manusia itu, yaitu jiwa dan raganya. Ketika kita melihat seseorang, yang pertama kali kita lihat adalah penampilan fisiknya, yaitu wajah, gaya rambut, dan gaya berpakaian. Wajah dari sebuah *brand* adalah logo (Rustan, 2011). Oleh karena itu logo adalah kunci utama untuk menampilkan identitas sebuah *brand*. Maka, perancangan *branding* sangat dibutuhkan agar produk-produk tekstil bermotif ikan cupang hias siap masuk ke pasar.

Diharapkan dengan perancangan ini tercipta desain-desain tekstil dengan berbagai motif yang menonjolkan keindahan ikan cupang hias sehingga

dapat turut menyebarkan eksistensinya dan mempromosikan keindahan ikan cupang. Dan dengan kehadiran desain-desain ini dapat meningkatkan daya saing tekstil Indonesia di pasar global dan masyarakat dapat lebih mengenal dan bangga akan kekayaan alam tanah airnya.

Metode Perancangan

Data yang Dibutuhkan

- a. Data Primer
Data primer yang dibutuhkan dalam perancangan ini ialah visual dari ikan cupang hias jenis *crown tail*, *halfmoon*, *double tail*, dan plakat yang merupakan objek desain motif. Data-data ini dapat didapatkan melalui buku dan internet. Selain itu dibutuhkan pula informasi seputar target perancangan, bagaimana gaya hidup, gaya berbusana, *style* busana terkini, dll. Data ini didapatkan melalui wawancara dan observasi.
- b. Data sekunder
Data sekunder dalam perancangan ini didapatkan melalui studi kepustakaan. Studi kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan buku dan internet. Dari studi kepustakaan akan didapatkan data-data yang lebih kuat beserta teori-teori yang mendukung data-data tersebut. Buku yang dimaksud di sini adalah media cetak, bisa berupa majalah, jurnal, dll. Sedangkan internet yang dimaksud adalah artikel-artikel yang ditulis di internet, *e-book*, dll.

Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara
Riset ini akan dilakukan wawancara kepada beberapa narasumber untuk menemukan informasi seputar dunia ikan cupang di lapangan, seperti jenis ikan cupang di pasaran dan siapa konsumennya. Selain itu wawancara juga dibutuhkan untuk mengetahui informasi mengenai dunia *fashion*, seperti *style* busana wanita terkini. Narasumber yang dimaksud ialah penjual ikan cupang hias, hobiis ikan cupang hias, *fashionista*, dan *fashion designer*.
- b. Observasi
Observasi dalam perancangan ini dilakukan pada target perancangan, yaitu wanita usia dewasa (18-30 tahun). Pengamatan yang dilakukan ialah pada kebiasaan, tingkah laku, serta gaya hidup mereka, bagaimana cara mereka berpakaian, memilih butik dan busana, serta memadupadankan busana dan aksesorinya. Observasi juga dilakukan terhadap *clothing line* yang ada di pasaran, baik di mall maupun yang ada di dunia maya. Selain itu diperlukan pula pengamatan terhadap para *fashion blogger* dan *fashion designer* untuk mempermudah mendapatkan

informasi terhadap *style fashion* dan *pattern* terkini.

- c. Studi Pustaka
Studi pustaka melalui artikel dan *e-book* diperlukan untuk mendapatkan informasi seputar ikan cupang terkini serta memperkuat permasalahan yang diangkat dalam perancangan ini. Studi melalui buku juga sangat dibutuhkan untuk menggali informasi akurat dari ahli ikan cupang dan mengobservasi jenis-jenis motif sebagai bahan pengamatan dan inspirasi.
- d. Dokumentasi
Metode dokumentasi dilakukan untuk menyimpan data-data yang didapat dari proses pengumpulan data perancangan.

Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Alat yang akan digunakan dalam mengumpulkan data adalah buku, laptop, internet, dan kamera DSLR untuk keperluan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan karena dinilai paling efektif dalam menganalisis data yang diperoleh. Dengan deskriptif kualitatif maka data tersebut dapat dideskripsikan menjadi jelas dan lebih dalam. Dan karena data yang didapatkan bukanlah data yang terukur, maka kualitatif membuat data lebih mudah dipahami.

Konsep Perancangan

Tujuan perancangan ini ialah terciptanya tekstil yang mampu menonjolkan keindahan alami ikan cupang hias dan mampu memikat perhatian *target audience*. Selain itu diharapkan melalui produk ini nama Indonesia turut diharumkan.

Strategi dan Perancangan Motif Pada Tekstil

Karakteristik *Target Audience*

- a. Demografis :
 - Jenis Kelamin : wanita
 - Usia : 18 – 30 tahun
 - Profesi : pelajar, wanita karir
 - Pendidikan : SMA – sarjana
 - SES : B – A
- b. Psikografis :
 - Kompetitif
 - Punya keinginan yang besar untuk membuktikan kemampuan dan eksistensi diri
 - Ramah
 - *Sociable*
- c. Behavioral :
 - Mengikuti *trend*
 - Aktif di sosial media

- Aktif bersosialisasi
- Aktif dalam menjalin relasi dan koneksi
- Mengikuti kehidupan sosial di lingkungannya
- Memperhatikan gaya berpakaian
- *Brand loyalty*: terpengaruh lingkungan sosial, *fashionista*, blogger

Identitas Yang Ingin Ditonjolkan

Tujuan dibentuknya *brand* ini ialah dengan produk-produk tekstil yang dimiliki dapat turut membantu para wanita *make a statement* dan membuat diri mereka *stand out* di antara kawan-kawan mereka. *Brand* dikemas secara elegan dan modern. Selain itu, melalui *brand* ini diharapkan masyarakat semakin mengetahui, mencintai, dan menghargai kekayaan Indonesia, ikan cupang khususnya.

Citra Visual Yang Ingin Ditampilkan

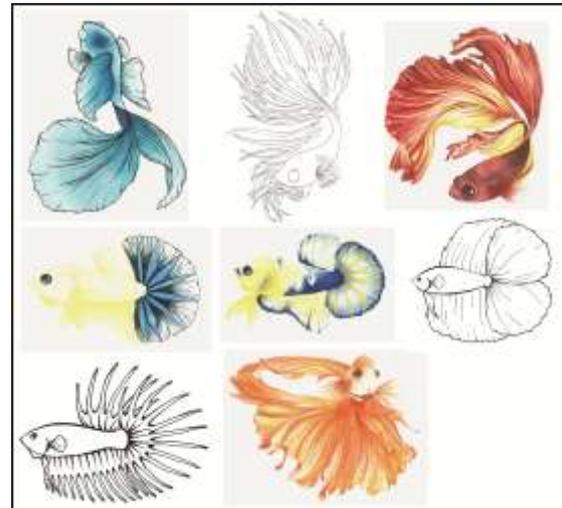
Citra visual yang ingin ditampilkan pada desain motif kain ialah cerah, bersemangat, dinamis, dan elegan. Hal ini sesuai dengan karakteristik ikan sekaligus target audiens. Selain itu perancangan motif diberi batasan, yaitu pada satu kain hanya dapat berisi olahan visual dari satu jenis ikan. Hal ini bertujuan agar pada kemasan terdapat informasi singkat mengenai jenis ikan cupang yang menjadi objek motif secara spesifik. Langkah ini diperlukan agar konsumen makin mengenal ikan cupang hias.

Poin-poin sebagai dasar pembuatan logo, *packaging*, dan *merchandise* ialah dinamis, bersih, rapi, dan elegan. Produk-produk tekstil yang dihasilkan seluruhnya bermotifkan ikan cupang hias, maka penamaan dan segala dekorasi yang dibutuhkan langsung merujuk pada ikan cupang itu sendiri. Selain itu, melihat salah satu misi *brand* agar masyarakat semakin mencintai Indonesia, maka perlu dimasukkan unsur Indonesia di pencitraan visual *brand*. Oleh karena itu nama *brand* yang digunakan ialah "beta". Nama ini diambil dari nama internasional ikan cupang itu sendiri, yaitu *beta fish*. Selain itu kata "beta" memperkuat misi nasionalisme karena bagi masyarakat Indonesia kata ini sangat identik dengan salah satu bahasa daerah, bahasa Ambon, yang berarti "saya".

Desain Tekstil

Pertama-tama dibuatlah ilustrasi dari masing-masing keempat jenis ikan cupang hias, 2 macam untuk satu jenisnya. Ilustrasi kedelapan ikan dibuat dengan teknik watercolor di atas kertas berukuran A4 yang kemudian dilakukan proses scan dengan resolusi 300 dpi sehingga didapatkan file-file yang dapat diperbesar hingga berukuran A1. Visualisasi ikan cupang ada yang berwarna ada pula yang hanya berupa *outline* karena sudah cukup merepresentasi jenis ikan yang bersangkutan dan

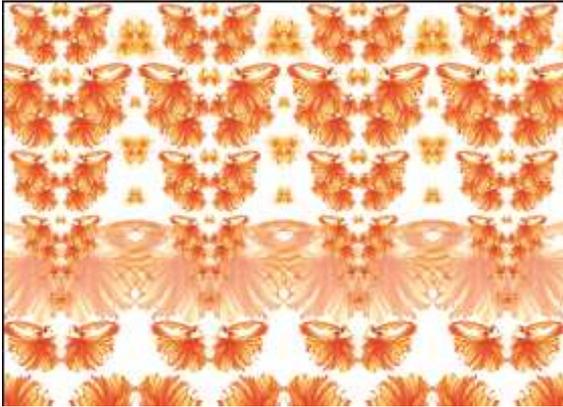
untuk menambah variasi pilihan motif kain bagi target audiens.



Gambar 1. Ilustrasi Ikan Cupang Hias

Langkah berikutnya ialah merangkai ilustrasi-ilustrasi yang telah tercipta menjadi motif pada kain dengan batasan ukuran desain kain yaitu 2 x 1.4 meter, ukuran ini menyesuaikan ukuran yang biasa dijual oleh kompetitor dan ukuran yang dapat mesin print kain proses, yaitu dengan lebar maksimal 1.4 meter.

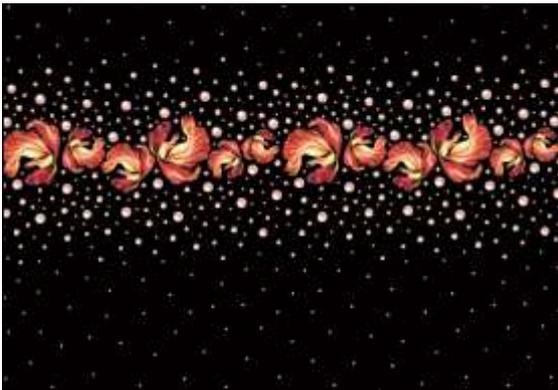
Seluruh proses perangkaian motif ini dilakukan secara digital menggunakan *software adobe photoshop* karena dapat sekaligus mengolah warna motif dan ilustrasi dengan mudah dan variatif. Bahan tekstil yang digunakan ada 3 macam, yaitu satin, katun, dan organza. Pemilihan jenis kain mempertimbangkan efek mewah dan elegan serta perlunya variasi jenis untuk memperkaya pilihan. Berikut hasil final 8 desain kain bermotif ikan cupang hias :



Gambar 2. Final Desain Tekstil Halfmoon



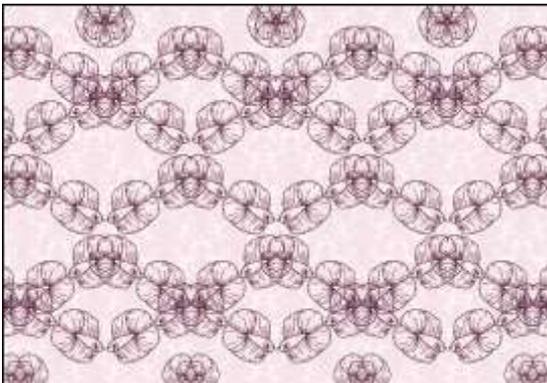
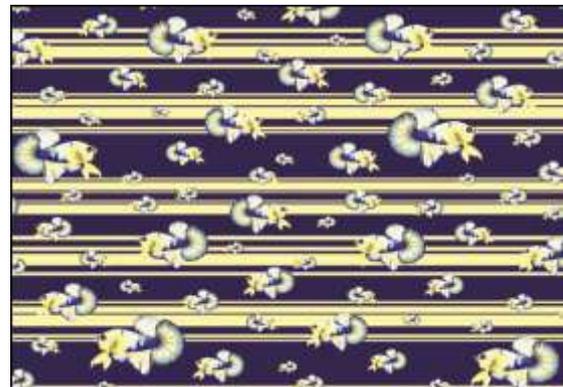
Gambar 4. Final Desain Tekstil Crowntail



Gambar 3. Final Desain Tekstil Double Tail



Gambar 5. Final Desain Tekstil Plakat



Branding

Jenis font yang digunakan pada logo berupa huruf kecil karena bentuknya yang tidak kaku, sesuai dengan desain-desain produk yang secara visual cenderung bersifat dinamis.

Logo menggunakan font yang dibuat *italic* agar menampilkan kesan dinamis. Begitu pula dengan huruf “e” yang digabung dengan bentuk ikan cupang yang nampak dinamis. Hal ini sesuai dengan karakteristik target audiens dan desain-desain produk. Representasi ikan cupang pada huruf “e” ditampilkan pada bentuk ekornya saja karena keistimewaan ikan cupang hias ialah terutama pada keindahan ekornya yang sangat lebar. Warna yang digunakan ialah emas, di mana untuk memunculkan kesan mewah dan anggun sesuai dengan desain produk untuk kalangan menengah ke atas.



Gambar 6. Desain Final Logo



Gambar 7. Logo Positif Negatif



Aplikasi Logo



Gambar 7. Kemasan Stand



Gambar 8. Kemasan Box



Gambar 9. Shopping Bag

Stationery



Gambar 10. Kartu Nama



Gambar 11. Stempel



Gambar 12. Hangtag



Gambar 13. Notes

Media Sosial



Gambar 14. Website



Gambar 15. Instagram

Graphic Standard Manual



Gambar 16. GSM

Concept Book



Gambar 17. Concept Book

KESIMPULAN

Perancangan ini menciptakan desain-desain tekstil bermotif ikan cupang hias yang dikemas sedemikian rupa sehingga menarik secara visual. Hal ini meningkatkan nilai jual dan daya saing dari tekstil. Selain itu dengan branding yang dibentuk, desain-desain tekstil memiliki identitas sehingga siap masuk dan bersaing di pasar serta dapat turut memperkenalkan dan mempromosikan keindahan ikan cupang hias sebagai kekayaan alam Indonesia yang dibanggakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Affendi, Y., Noor, M., & Hasanudin. (1991). *Flora dan Fauna dalam Desain Tekstil Modern Indonesia*. Jakarta: Himpunan Wanita Karya.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Carter, D. E. (1991). *Designing Corporate Identity Programs for Small Corporations*. New York: Art Direction Books.
- Desain Up To Date, Pasar Ekspor Tekstil Terbuka Lebar. (2015). Retrieved March 8, 2016 from <http://poskotanews.com/2016/01/23/menperin-industri-tekstil-berkontribusi-besar-pertumbuhan-ekonomi/>.

- Firmanzah. (2015). Desain Produk dan *Value-Based-Economy*. Retrieved March 8, 2016 from <http://nasional.sindonews.com/read/961849/18/desain-produk-dan-value-based-economy-1423455071>.
- Fish, June. (2005). *Designing and Printing Textiles*. Wiltshire: The Crowood Press Ltd.
- Gereffi, G. (2002). *Outsourcing and Changing Patterns of International Competition in the Apparel Commodity Chain, Paper presented at the conference on Responding to Globalization: Societies, Groups, and Individuals*. Retrieved March 4, 2016 from <http://www.colorado.edu/IBS/PEC/gadconf/papers/gereffi.pdf>.
- Gunawan, Belinda. (2012). *Kenali Tekstil*. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand equity* (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lukita, B. M. (2009). Ikan Cupang, Keunggulan Yang Terabaikan. Retrieved December 2, 2015 from <http://sains.kompas.com/read/2009/09/29/07571177/ikan.cupang.keunggulan.yang.terabaikan>.
- Menperin: Industri Tekstil Berkontribusi Besar Pertumbuhan Ekonomi. (2016). Retrieved March 8, 2016 from <http://poskotanews.com/2016/01/23/menperin-industri-tekstil-berkontribusi-besar-pertumbuhan-ekonomi/>.
- Murphy, J. & Rowe, M. (1993). *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: Northlight Books.
- Rahman, M.R. (2013). Potensi Ekspor Ikan Hias Indonesia Rp600 miliar. Retrieved March 15, 2016 from <http://www.antaraneews.com/berita/370499/potensi-ekspor-ikan-hias-indonesia-rp600-miliar>.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2011). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schultz, D. E. & Barnes, B. E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. Illinois: NTC Business Book.
- Shimp, T. A. (2004). *Promotion Management and Marketing Communications*. USA: The Dryden Press.
- Sidharta, E. P. & Sitanggang, M. (2009). *Mencetak Cupang Jawara Kontes*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka.

- Soehadi, A. W. (2005). *Effective Branding : Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek Yang Sehat dan Kuat*. Bandung: Quantum Bisnis dan Management.
- Wheeler, A. (2006). *Designing Brand Identity : A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands*. New Jersey: John Wiley&Sons, Inc.
- Willbank, A. (2009). *The Importance of Textiles*. Retrieved March 7, 2016 from <http://www.textilefabric.com/site/main/articles.php?id=26>.