

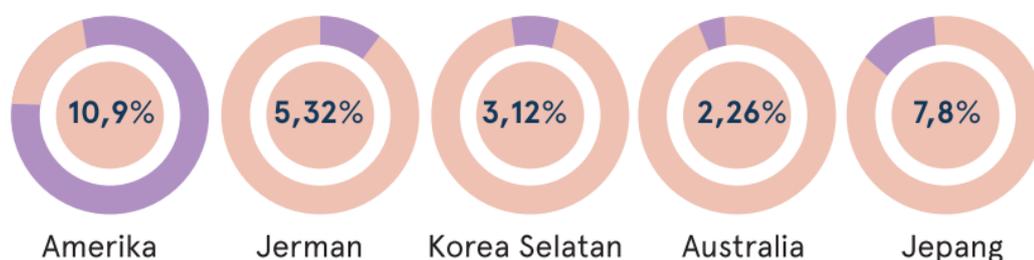
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan fesyen dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan secara signifikan. Bahkan pada penelitian (Tjandrawibawa, 2018), Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) menyatakan di tahun 2016 industri fesyen menjadi salah satu dari tiga kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kemudian pada tanggal 17 November 2022 Sandiaga Salahudin Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf), mendeklarasikan dalam pers perihal industri fesyen yang menempati pertama terbesar akan kontribusi nilai ekspor ekonomi kreatif nasional. Beliau juga menyebutkan nilai tersebut menempati angka 61.6 % pada sektor fesyen, 30,95 % pada sektor kriya, dan 6,76 % pada sektor kuliner.

### Tujuan ekspor produk fesyen Muslim



Sumber: Dit. P2IE, DJPEN Kementerian Perdagangan, 2021

Gambar 1. 1 Tujuan Ekspor Produk Fesyen Muslim  
(Sumber: Direktorat Kuliner Kriya Desain dan Fesyen Deputi Bidang Ekonomi Digital Kreatif, 2022a)

Selain itu menurut Direktur Pengembangan Produk Ekspor Kementerian Perdagangan pada tahun 2021 terdapat tujuan ekspor produk fashion muslim di lima negara. Negara-negara tersebut antara lain Amerika dengan presentase 10,9%, Jerman 5,31%, Korea Selatan 3,12%, Australia 2,26% dan Jepang 7,8%.

Jika melihat ke belakang sebelum tahun 2010 menurut (Arafah, 2019) kerudung belum terlalu populer dikalangan wanita, bahkan cenderung memilih

tidak berkerudung karena dianggap memiliki gaya fesyen yang terbelakang. Tetapi akibat arus globalisasi yang mempengaruhi aspek ekonomi, budaya, dan informasi, dewasa ini penggunaan kerudung sejalan dengan perkembangan fesyen. Kerudung yang semula hanya sebagai menutupi aurat sesuai syariat Islam, saat ini berkembang fungsinya sebagai produk fesyen yang dapat menunjang gaya hidup. Hal ini didukung oleh (Hendariningrum & Susilo, 2008) yang menurutnya penampilan adalah segalanya, apalagi pada era sekarang yang dapat disebut abad gaya hidup. Menurut (Sukendro et al., 2016) penggunaan kerudung berkembang menjadi komoditas yang bertujuan daya pikat pesona wanita muslimah.

Adapun dalam (Direktorat Kuliner Kriya Desain dan Fesyen Deputy Bidang Ekonomi Digital Kreatif, 2022b) menyebutkan bahwa dalam dua dekade terakhir perkembangan fesyen mode (*modest fashion*) di Indonesia sangat pesat dan dinamis. Seperti pada tahun 2000 an model busana yang sedang berlangsung atau tren yaitu gaya konvensional dengan aspek religi yang kuat. Sedangkan pada tahun 2010 an model busana berkembang menjadi tren *hijabers* dengan *tagline young, millenials and modest fashion designer*. Hingga saat ini model busana muslim cenderung gaya kasual, simpel, dan modern yang dapat digunakan oleh semua kalangan usia. Model busana muslim saat ini dapat dikatakan trendi jika dapat memadupadankan antara busana dan kerudung yang digunakan.

Dalam berbusana, manusia memiliki gaya dan ciri khasnya masing-masing. Tak terkecuali kerudung yang merupakan bagian dari fesyen di era sekarang dapat berfungsi sebagai bentuk ekspresi diri penggunanya. Menurut (Trisnawati, 2011) fesyen berperan sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya, memberikan implikasi bagi penggunaan fesyen dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain. Maka masyarakat sebagai konsumen, tentunya memiliki selera dalam berbusananya masing-masing, termasuk dalam gaya berkerudung.

Kebanyakan dari wanita Indonesia menggunakan kerudung di kesehariannya. Hal tersebut tidak lain karena mayoritas masyarakat beragama Islam, bahkan menurut (Shadrina et al., 2021) jumlah penduduk muslim di Indonesia diperkirakan hingga tahun 2050 akan mencapai 256 juta jiwa. Jumlah tersebut akan terus meningkat seiring berkembangnya populasi manusia. Dari penelitian tersebut dapat

membuktikan bahwa kebanyakan wanita muslim di Indonesia menggunakan kerudung. Selain itu menurut (Habsari, 2015) perkembangan fesyen busana muslim Indonesia sangat pesta, sehingga Indonesia menjadi salah satu negara *trend setter* fesyen busana muslim dunia.

Salah satu jenis kerudung yang banyak diminati masyarakat Indonesia adalah kerudung bermotif. Desain pada kerudung, turut mempengaruhi minat konsumen dengan seiring berjalannya tren fesyen. Bahkan menurut (Budiati, 2019) para desainer bersaing menciptakan desain kerudung seunik dan semenarik mungkin mengikuti tren yang berlangsung. Maka dari itu perlu adanya pengembangan dari desain kerudung bermotif itu sendiri dengan melakukan *fashion research*. Dengan penelitian ini industri fesyen dapat mengetahui keinginan konsumen, kondisi pasar, dan tren yang sedang berlangsung.

Salah industri fesyen yang sudah ada cukup lama di Indonesia adalah Elzatta yang memproduksi busana muslim seperti hijab, gamis, tunik, dan lainnya. Elzatta merupakan brand lokal busana muslim yang didirikan oleh Elidawati Ali Oemar dengan tagline “Pesona Hijab Indonesia”. Elzatta telah ada di Indonesia sejak tahun 2012 hingga 2015 mulai memiliki website sendiri dan tahun 2016 mulai bergabung di Platform online Shoppe. Saat ini Elzatta dengan nama perusahaan PT. Bersama Zatta Mulya memilik jumlah 250 toko yang tersebar di seluruh Indonesia. Elzatta hijab menghadirkan koleksi produk berkualitas dan terbaru yang feminim dengan mengusung semua tipe kepribadian perempuan Indonesia.

Berdasarkan penelitian (Wulandari et al., 2020) terkait minat beli generasi milenial Elzatta dan Zoya. Konsumen milenial lebih memilih Elzatta karena desainnya yang *up to date* mengikuti tren dan beragam sehingga mudah untuk *mix and match* dengan berbagai busana. Selain itu pada produk hijab Elzatta seperti pashmina hingga kerudung bermotif mudah dikreasikan sehingga menarik minat konsumen untuk *repurcashe* atau membeli ulang.

Dari penelitian tersebut membuktikan bahwa pengembangan desain yang dilakukan oleh Elzatta terbilang sangat baik sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Selain itu, pada desain kerudung bermotif label Elzatta cenderung menggunakan motif kontemporer dibandingkan motif tradisional nusantara. Hal tersebut dikarenakan pengembangan desain yang dilakukan

mengikuti tren yang berlangsung saat ini maupun akan datang dengan mempertimbangkan segala unsur estetika yang terkandung. Apalagi pada era sekarang yang menggunakan aplikasi desain serba instan dan memungkinkan adanya kemiripan dalam bentuk hingga komposisi desain, tanpa adanya pertimbangan estetika yang terkandung.

Estetika pada motif perlu diperhatikan, karena seperti menurut Tjok dalam (Vindyona & Rosandini, 2018) pada motif tertentu memiliki nilai estetika dan makna, motif juga dapat mengandung kebaharuan di bidang fesyen atau mengikuti tren fesyen yang sedang berlangsung. Dengan kata lain, desain kerudung akan terlihat indah dan menarik jika estetika dari elemen yang terkandung diperhatikan.

Kerudung bermotif Elzatta yang merupakan karya seni ciptaan manusia memiliki nilai keindahan bagi dua pihak, bagi penggunanya dan orang yang memandang pengguna tersebut. Hal tersebut dikarenakan unsur dan prinsip seni yang terkandung sebagai estetika secara visual. Maka melalui penelitian ini perlu dilakukan sebagai bentuk gambaran akan visualisasi estetika motif, warna, hingga komposisi dalam motif kerudung Elzatta itu sendiri.

Selain itu dengan analisis yang dilakukan dapat mengetahui ciri khas apa yang dimiliki oleh Elzatta Hijab khususnya kerudung bermotif (*scarf*), baik dari segi warna, bentuk motif, maupun komposisi yang diterapkan pada desain motif kerudung label Elzatta. Ciri khas atau gaya khas wajib dimiliki oleh produk fesyen, termasuk kerudung bermotif (*scarf*). Hal tersebut berkaitan dengan arus tren yang terus mengalir. Jika sebuah produk tidak memiliki ciri atau keunikan, maka *value* dari produk tersebut akan kurang. Seperti menurut (Firmansyah, 2018) perbedaan yang mencolok dari berbagai produk yang dijual dipengaruhi oleh stimuli internal yaitu kebaharuan produk, intensitas produk, besarnya ukuran produk, warna produk, posisi produk, dan keunikan dari produk itu sendiri. Sedangkan stimuli eksternal dipengaruhi dari selektifnya konsumen, perhatian konsumen, ketahanan konseptual dalam iklan, dan menutupnya perseptual konsumen saat adanya serbuan stimuli.

Penelitian ini dapat menjadi sumber literatur dan gambaran bagi konsumen sehingga memberikan wawasan akan tren dan kualitas terhadap produk industri fesyen yang akan dibeli. Selain itu bagi desainer penelitian ini dapat menjadi

referensi dalam berkarya khususnya menciptakan mode yang unik dan berkarakter. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran bagi desainer akan tren mode apa yang akan diminati konsumen dimasa yang akan datang. Sehingga desainer diharapkan dapat berinovasi, kreatif, dan kritis bahkan menciptakan tren baru dalam menghadapi kecenderungan selera konsumen yang dapat berubah-ubah.

Berdasarkan paparan diatas, penulis merasa penting menganalisis dan mengkaji lebih dalam dengan bentuk penelitian berupa skripsi. Dengan harapan dapat menjadi sumber informasi bagi pembaca, maka penulis mengangkat judul “**Kajian Estetika Desain Motif Pada Kerudung Label Elzatta**”.

## **1.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk membatasi pembahasan dan data apa saja yang diambil pada pokok permasalahan. Adapun batasan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu;

- 1.2.1 Ruang lingkup dalam penelitian ini seputar unsur estetika yang terkandung dalam desain motif kerudung label Elzatta.
- 1.2.2 Data penelitian utama adalah sampel desain pada kerudung bermotif bermotif label Elzatta yang telah *launching* atau dijual secara komersil pada tahun 2021-2022. Selain itu data penelitian yang diambil berupa hasil wawancara dan dokumentasi terhadap pihak divisi desainer.

## **1.3 Rumusan Masalah**

- 1.3.1 Bagaimana tema dan konsep pada desain motif kerudung label Elzatta?
- 1.3.2 Bagaimana bentuk, warna, dan tekstur yang diterapkan pada desain motif kerudung label Elzatta?
- 1.3.3 Bagaimana komposisi motif yang diterapkan pada desain motif kerudung label Elzatta?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

- 1.4.1 Untuk mengetahui tema dan konsep pada desain motif kerudung label Elzatta.
- 1.4.2 Untuk mengetahui bentuk, warna, dan tekstur yang diterapkan pada desain motif kerudung label Elzatta.
- 1.4.3 Untuk mengetahui komposisi motif yang diterapkan pada desain motif kerudung label Elzatta.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

- 1) Penelitian ini bermanfaat untuk mahasiswa atau alumni Program Studi Pendidikan Seni Rupa akan visualisasi secara estetika pada kerudung bermotif.
- 2) Sebagai pengembangan kurikulum pembelajaran Pendidikan Seni Rupa

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- 1) Bagi penulis, dapat memperoleh gambaran akan konsep dan visualisasi estetika motif kerudung label Elzatta yang diperoleh selama melakukan penelitian.
- 2) Bagi pelaku industri kreatif fesyen baik desainer dan produsen dapat menjadi salah satu sumber referensi akan pengembangan desain pada kerudung bermotif yang memiliki unsur dan nilai estetika.
- 3) Bagi perusahaan, sebagai salah satu alat promosi yang memperkenalkan produk-produk Elzatta Hijab.