

Matur Tampiasih Segara : Metafora Tradisi Nyalamaq Dilauq Sebagai Sumber Inspirasi Penciptaan Busana Bergaya Dramatic Elegance

**I Gusti Agung Jessica Amanda¹, Ida Ayu Kade Sri Sukmadewi², A.A Ngurah Anom
Mayun³**

**Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln Nusa
Indah Denpasar 80235, Indonesia**

E-mail : amandajessica1999@gmail.com

Abstrak

Penulis mengeksplorasi keanekaragaman alam dan budaya nusantara yang nantinya diwujudkan dalam bentuk karya busana. Penulis memilih salah satu tradisi Indonesia yang berada di Lombok Timur NTB. tradisi *Nyalamaq Dilauq* adalah tradisi suku rantau yang ada di pulau Lombok, tradisi itu antara lain, suku Mandar, suku Bajo, suku Bugis, Suku Makasar, tradisi ini berlangsung selama 3 hari dan terdapat 3 rangkaian acara didalamnya, inti dari tradisi ini adalah persembahan dan ucapan syukur kepada alam laut, lehur dan juga babao atau penggu lautan, persembahan ini dalam bentuk kepala kerbau yang di tenggelamkan ke sadar laut yang sudah dihias dengan emas. Tradisi ini menjadi konsep dari penciptaan busana tugas akhir diwujudkan menjadi koleksi busana yang bertahap yaitu: *ready to wear, ready to wear deluxe dan haute couture*. Tradisi *Nyalamaq Dilauq* di implementasikan dengan teori Metafora dan kata kunci yang terpilih: mistis, persaudaraan, keagungan, persembahan, kehidupan. Penciptaan karya busana ini menggunakan metode frangipani oleh Dr. Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, S.Sn, M.Si, tahun 2016 dengan 8 tahapan: Ide pemantik (*design brief*), riset dan sumber (*research and sourcing*), pengembangan desain, sampel (*design development, sample, prototype and construction*), dan Produksi (*production*), bisnis (*business*). Hasil penciptaan ini nantinya diharapkan dapat menambah referensi kepustakaan mengenai ilmu *Fashion* dengan teori Metafora tradisi *Nyalamaq Dilauq* yang diimplementasikan ke dalam busana *Dramatic elegance*, agar dapat memperkenalkan budaya dan tradisi terlebih khususnya tradisi *Nyalamaq Dilauq*.

Kata kunci: Tradisi, *Nyalamaq Dilauq*, Busana, Metafora, *Dramatic Elegance*

Abstract

Writer explore the natural and cultural diversity of the archipelago which will later be realized in the form of fashion works. The author chose one of the Indonesian traditions in East Lombok, NTB. The *Nyalamaq Dilauq* tradition is a tradition of the overseas tribes on the island of Lombok, the traditions include the Mandar tribe, Bajo tribe, Bugis tribe, Makasar tribe, this tradition lasts for 3 days and there are 3 series of events in it, the essence of this tradition is offerings and thanksgiving to the marine realm, ancestors and also babao or ocean dwellers, this offering is in the form of a buffalo head that is sunk into the sea that has been decorated with gold. This tradition became the concept of the creation of the final project clothing which was realized into a gradual fashion collection, namely: *ready to wear, ready to wear deluxe and haute couture*. The *Nyalamaq Dilauq* tradition is implemented with the theory of Metaphor and selected keywords: mystical, brotherhood, majesty, offering, life. The creation of this fashion work using the frangipani method by Dr. Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, S.Sn, M.Si, 2016 with 8 stages: *design brief, research and sourcing, design development, sample prototype and construction, and production, and the business*. The results of this creation are expected to be able to add references to the literature on Fashion science with the theory of the *Nyalamaq Dilauq* tradition which is implemented into *Dramatic Elegance* clothing, this collection will introduce culture and traditions, especially the *Nyalamaq Dilauq* tradition.

Keywords: Tradition, *Nyalamaq Dilauq*, Clothing, Metaphor, *Dramatic Elegance*

PENDAHULUAN

Tema besar tugas akhir Program studi Desain Mode Institut Seni Indonesia Denpasar adalah *Diversity of Indonesia* yaitu mengangkat tema keanekaragaman Nusantara. Pemilihan tema besar ini mengacu pada visi dan misi Program Studi Desain Mode salah satunya mengangkat kearifan lokal budaya Nusantara dalam menciptakan sebuah karya busana atau produk yang bertaraf Internasional. Melalui tema ini mahasiswa dapat mengeksplorasi keanekaragaman alam dan budaya nusantara yang nantinya diwujudkan dalam bentuk karya busana.

Berdasarkan tema besar tersebut, penulis memilih salah satu tradisi Indonesia yang berada di Lombok Timur NTB. Lombok terkenal sebagai salah satu tujuan wisata internasional karena keindahan alamnya yang eksotik dan tradisi yang beragam dan sangat unik. Tradisi merupakan hal yang sangat melekat dalam diri masyarakat Lombok Salah satu tradisi yang unik adalah *Nyalamaq Dilauq* atau yang di terjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah selamatan dilaut.

Nyalamaq Dilauq sesungguhnya merupakan tradisi suku rantau yang ada di desa Tanjung Luar kecamatan Keruak, lombok timur. Suku suku tersebut antara lain, suku Bajo, Suku Mandar, suku makasar dan suku bugis. Terdapat 3 rangkaian acara pada tradisi ini yang dilakukan selama 3 hari ,diantaranya Ngelipik atau arak arakan ,Zikir bersama, Mirahlaki atau puncak acara. Seluhur warga desa yang bersuku rantau wajib mengikuti tradisi ini, pada tradisi ini masyarakat dan tetua adat harus melarung kepala kerbau dan emas emas ke dalam lautan yang letaknya sudah ditentukan oleh tetua adat setempat.

Dalam tradisi ini terdapat filosofi rasa bersyukur dan ucapan terimakasih kepada alam khususnya lautan yang sudah memberikan anugerahnya kepada masyarakat rantau yang sebagian besar berprofesi sebagai nelayan dan tinggal di pesisir pantai karena lautlah mereka dapat bertahan hidup hingga sekarang dan hidup berkecukupan. Melihat keunikan dari tradisi yang mampu bertahan di

tanah rantau serta filosofi yang terkandung dalam tradisi *Nyalamaq Dilauq*, penulis tertarik mengangkat *Nyalamaq Dilauq* sebagai dasar inspirasi atau menjadi ide pemantik untuk menyusun tugas akhir ini. Pengaplikasian konsep dalam wujud pengandaian atau metafora dari Tradisi ini akan dituangkan ke dalam karya desain busana dengan metode Frangipani "*The Secret Steps of Art Fashion*" yang meliputi 8 tahapan penciptaan yang memberi tahapan sistematis dalam mengembangkan ide dari Tradisi



DRAMATIC ELEGANCE

Dramatic elegance adalah style trend mode masa lampau hingga masa kini. Gaya busana ini memiliki sentuhan yang sangat berbeda dari style busana biasanya, seperti: budaya, unik, etnik, dan original. Contohnya: warna yang digunakan adalah perpaduan warna alam, dan aksan-aksan busana yang berbeda serta unik.

Penulis akan membuat karya busana koleksi *ready to wear, ready to wear deluxe, dan haute couture*, perancangan koleksi busana ini diwujudkan menggunakan metode Frangipangi 8 tahapan : Ide pemantik (*design brief*), riset dan sumber (*research and sourcing*), pengembangan desain, sampel (*design development*), *sample, prototype and construcion*), dan Produksi (*production*), bisnis (*bussines*). (Sudharsana, 2016: 203-205). Dan menggunakan gaya ungkap Analogi dalam pengertian umum ialah suatu kemampuan berpikir dengan pola relasional, mendeteksi pola untuk pengulangan pola dalam variasi pola dan di komunikasi kan sebagai dasar hasil yang diperoleh. Penalaran analogi adalah proses mendapatkan dan mengadaptasi penyelesaian lama untuk menyelesaikan masalah baru (Joseph 1989; Siti 2014).

METODE PENCIPTAAN

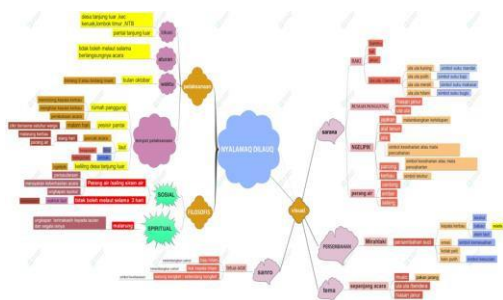
Untuk menciptakan busana tugas akhir ini penulis menggunakan metode Frangipangi 8 tahapan :

DESIGN BRIEF

Ide pemantik yaitu Tradisi Nyalamaq Dilauq dengan menggunakan gaya ungkap metafora yang merupakan pemakaian kata atau kelompok kata bukan dengan arti sebenarnya, melainkan sebagai lukisan yang berdasarkan persamaan atau perbandingan

RESEARCH AND SOURCHING

dilakukan untuk pengumpulan data yang terkait dengan penciptaan busana, kemudian setelah tahap *research and sourcing* akan dibuatkan output *mindmapping*.



Gambar 2. Mindmapping

Sumber: Jessica Amanda, 2022

Dari mind mapping dipilih concept list dan keyword yang akan membantu untuk proses pembuatan karya. Berikut concept list dan keyword yang sudah dipilih:

1. Conceptlist

- a. Kemewahan
- b. Persembahan
- c. Mistis
- d. Sakral
- e. Emas
- f. Persaudaraan
- g. Dramatic elegance
- h. Kebebasan
- i. Keagungan
- j. Rowot bintang
- k. Kewibawaan
- l. Kehidupan

2. Keywords dan explanation

- a. Mistis, Tradisi ini dipersembahkan untuk leluhur, alam laut dan babao atau penunggu laut yang dipercaya oleh masyarakat setempat. penulis mengambil keywords mistis pada saat pelaksanaan tradisi ini karena akan selalu ada masyarakat yang kerangsukan roh dari baobao atau roh leluhur oleh karena itu tradisi ini sangat kental dengan aura mitsis. Keyword mistis akan diimplementasikan pada bagian aksesories dari busana ini yaitu beberapa pernak pernik laut seperti kerang, bintang laut dan lain lain yang melambangkan alam laut
- b. Persaudraan, Dalam rangkaian acara pada tradisi ini terdapat rangkaian acara perang air atau saling melemparkan air laut ke perahu satu dan perahu lainnya setelah acara malarung. rangkaian acara perang air ini bermakna persaudaraan yang erat antar suku dan individu. *Keywords* persaudraan akan diimplementasikan kedalam busana dalam bentuk detail yang terdapat pada lengan dan top yaitu rample yang merapat saling himpit dan berdekatan seolah bersaudaraan.
- c. Keagungan, Tradisi ini dipersembahkan untuk lautan dan segala isinya karena mereka percaya bahwa seluhur mereka adalah pelaut dan sebagian besar dari penduduk suku rantau berprofesi sebagai nelayan dan tinggal dipesisir pantai desa Tanjung Luar. Keagungan lahir dari lautan itu sendiri, umumnya warna dari air laut adalah berwarna biru, warna biru itu sendiri mewaliki makna dari keagungan. *Keywords* keagungan akan diimplementasikan ke dalam busana dalam bentuk warna dari seluhur koleksi busana ini dominan dengan warna biru
- d. Persembahan, Inti dari tradisi nyalamaq dilauq ini adalah permsembahan suci kepada leluhur,alam laut dan babao. Persembahan ini berupa kepala kerbau yang dilarung ke lautan dan dihias dengan emas. Diimplementasikan pada aksesories yang berwarna emas
- e. Kebebasan, Kata kunci kebebasan lahir dari aturan yang terdapat pada tradisi ini, yaitu seluhur masyarakat dilarang melaut selama tradisi ini berlangsung. Aturan ini dibuat untuk memberikan kebebasan

kepada mahluk laut untuk berkembang biak, berenang, dan menikmati laut yang hening selama acara berlangsung .diimplementasikan ke dalam busana dalam bentuk fabric manipulation dan detail pada bagian top

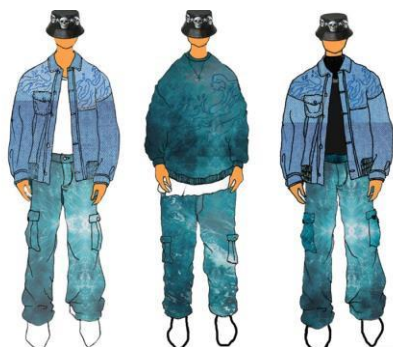
- f. Kehidupan, Dalam rangkaian acara ngelipik atau arak arakan sapi keliling desa terdapat jajakan yang dibawa oleh seorang wanita pada barisan pertama ngelipik ini. Jajakan ini berisikan kapas,menyan,api, dan beberapa akar pohon Makna. dari jajakan ini adalah sebuah pelita kehidupan bagi masyarakat suku rantau . diimplementasikan dalam bentuk motif ombak yang abstrak berada pada karya busana karena ombak merupakan simbol dari kehidupan.

DESIGN DEVELOPMENT

Design development merupakan sebuah tahapan dari pengembangan desain yang kemudian di sempurnakan sehingga mendapatkan desain akhir yang utuh. Dalam tahap ini penulis akan membuat sketsa rancangan desain busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture* yang akan dikembangkan menjadi 3 desain Busana *Ready to wear*, *Ready to wear deluxe*, dan *Haute couture*

- a. Busana Jadi (*Ready To Wear*)

Busana *ready to wear* merupakan busana yang siap pakai tanpa harus diukur menurut pemesan, melainkan menggunakan ukuran standar atau ukuran yang telah di bakukan (S, M, L, dan XL).



Gambar 3. *Design development rtw*
 Sumber :Jessica Amanda , 2022

- b. *Ready To Wear Deluxe*

Busana *ready to wear deluxe* merupakan kreasi pakaian siap pakai, *wearable* namun memiliki gaya individual dengan inspirasi *couture* menggunakan material terlihat mahal dan menghasilkan pembuatan sangat rapi.



Gambar 4. *Design development rtw deluxe*
 Sumber : Jessica Amanda, 2022

- c. *Adi Busana (Haute couture)*

Merupakan busana yang teknik pembuatannya sangat tinggi yang di buat khusus untuk pemesan-Nya, menggunakan bahan yang berkualitas terbaik, dihiasi detail, di kerjakan dengan tangan, dan pembuatannya memakan waktu lama.



Gambar 5. *Design development haute couture*
 Sumber :Jessica Amanda, 2022

Dari 9 desain tersebut terpilih masing-masing 1 desain yang akan di jadikan busana untuk karya tugas akhir. Terpilihnya desain tersebut merupakan desain yang mewakili kata kunci yang terpilih, dan bila disatukan merupakan kesatuan busana yang harmonis. Berikut desain busana yang terpilih:



Gambar 6. Design terpilih
Sumber :Jessica Amanda, 2022

PROTOTYPE SAMPLES, AND CONSTRUCION

Ketiga desain utama yang telah terpilih kemudian akan di wujudkan menjadi busana. Sebelum proses pemotongan kain dilakukan pembuatan prototypes (*samples*). Langkah tersebut dibuat untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkan yaitu pecah pola, dan konstruksi.

Pada tahap ini , penulis membuat 3 karya yaitu: *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Pembuatan pola berdasarkan dengan sketsa yang telah dibuat dan ukuran yang telah di tentukan. Ukuran yang digunakan ialah ukuran standar wanita dan dan ukuran standar pria.

WUJUD KARYA

Analisis Ready To Wear



Gambar 7. Ready To Wear Final
Sumber : Jessica Amanda, 2022

Busana Ready to wear menswear ini terdapat

3 pieces, yaitu: *Outer*, pada bagian ini penulis menggunakan kombinasi kain denim dan aksesoris lukis kain pada bagian belakang menggunakan celana cargo berbahan dasar kain tessa menggunakan tehnik paint printing dilengkapi dengan zipper, inner tshirt menggunakan kain catton berwarna putih

Analisis Ready To Wear Deluxe



Gambar 8. Ready To Wear Deluxe Final
Sumber :Jessica Amanda, 2022

Busana *Ready to wear deluxe* ini, penulis membuat dress dengan ciri; Bagian atas dibuat bergelombang menggunakan kain satin bridal dengan teknik paint printing menggunakan siluet x

Analisis Haute Couture



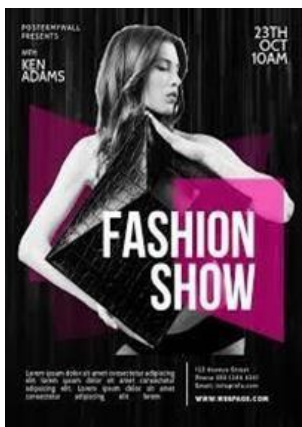
Gambar 9. Haute Couture Final
Sumber :Jessica Amanda , 2022

Pada busana *haute couture* ini terdapat 3 pieces yaitu ; bagian inner dengan top bergelombang bagian bawah dibuat dengan rok mermaid, menggunakan bahan dasar satin bridal dengan teknik textile printing, bagian outer dibuat

ekor dengan bahan dasar kain sifon menggunakan teknik textile printing, pada bagian lengan dibuat terpisah menggunakan tulle kasar dan tulle menggunakan teknik fabric manipulation.

PROMOSI DAN PEMASARAN

Menurut Assuri (2007:168) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Definisi menurut Harper W (2000:4) bahwa Pemasaran adalah Suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Tujuan utamanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Pemasaran mencakup seperti periklanan, penjualan, pengiriman produk kepada konsumen atau perusahaan lain untuk kegiatan promosi



Gambar 10. Promotion
Sumber :Jessica Amanda, 2022

BRANDING

Teori Strategi *branding*, atau *Brand Strategy*, manajemen suatu merek dimana terdapat sebagai kegiatan yang mengatur semua elemen-elemen yang bertujuan untuk Suatu brand. *Branding* memiliki peranan penting dalam membangun sebuah usaha karena dengan *branding* dapat membangun citra, jaminan kualitas dari perusahaan, sehingga nantinya memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. *Branding* merupakan salah satu cara membedakan bisnis milik pribadi dengan bisnis milik pesaing dan dapat mengklarifikasi apa yang di promosikan yang membuat bisnis menjadi pilihan yang unik, kreatif, berbeda, dan memiliki nilai lebih. *Brand* adalah kegiatan mengkomunikasikan dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk membangun membesarkan merk perusahaan dan mempermudah konsumen dalam mencari informasi pakaian yang diinginkan.



Gambar 11. Brand
Sumber :Jessica Amanda, 2022

PENJUALAN

Kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian negosiasi mengenai harga yang dapat menguntungkan bagi keduanya” (Moekijat, 2000: 488). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, serta saling mempengaruhi sesama bernegosiasi tentang pertukaran antara jasa barang dengan uang. Proses penjualan selalu berkaitan dengan pemasaran dan branding, yang dimana jika dalam perusahaan sudah membuat strategi pemasaran dan branding dengan baik, maka nantinya akan memudahkan penjualan jasa, produk yang akan ditawarkan perusahaan.



Gambar 12. Penjualan
Sumber :Jessica Amanda, 2022

PRODUKSI

Produksi merupakan kegiatan dalam merencanakan jumlah produksi dan distribusi serta kegiatan yang dapat menghasilkan barang maupun jasa. Dalam buku (Manajemen Operasi Produksi Andy Wijaya dan kawan-kawan : 2020), produksi adalah proses menghasilkan sesuatu yang berbentuk barang dan jasa, serta memiliki nilai fungsi. produksi diartikan sebagai suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil fisik dengan faktor distribusi. Tahap produksi adalah tahap dalam merencanakan produksi, mulai dari jumlah yang akan diproduksi, ukuran, modal, serta distribusi. Produk busana karya dengan judul “Analogi Arsitektur Benteng Moraya Dalam Penciptaan Busana Bergaya *Exotic Dramatic*” dari brand Memarch ini diproduksi sesuai dengan konsep dan menghasilkan 3 koleksi busana yaitu terdiri dari *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Berikut adalah rincian biaya produksi yang dihabiskan dalam pembuatan busana. Busana *ready to wear* merupakan busana yang diproduksi terbatas sesuai dengan jumlah *purchasing* dari *customer*. Produksi pembuatan busana ini menggabungkan teknik mesin dan tangan. Busana ini hanya butuh waktu sedikit untuk dibuat serta sedikit memiliki tingkat kesulitan dibanding busana *ready to wear deluxe*,

BUSINESS

Business Model Canvas adalah suatu strategi manajemen yang digunakan untuk menyusun perencanaan bisnis perusahaan dan mempermudah menjalankan strategi bisnis. Pertama kali diciptakan oleh Alexander Osterwalder pada tahun 2005.

Tahap ini merupakan penjelasan sistem bisnis yang akan dilaksanakan untuk mempermudah merancang bisnis. Konsep bisnis ini dirancang dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis akan diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010: 18) Untuk mempermudah pebisnis muda mendirikan dan mengembangkan bisnis mereka, diciptakanlah *bussines model canvas* yang terdiri dari sembilan elemen yaitu: *Value Propositions*, *Customer Segment*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Resources*, *Key Activity*, *Key Partnership*, *Cost Structure* dan *Revenue Stream*;

Value Proposition (Proporsi Nilai Konsumen), Value propositions di gambarkan sebagai produk dan nilai tambah yang diberikan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan customer. Nilai yang ditawarkan menjadi pembeda produk, jasa atau lainnya yang menjadi keunggulan. Contoh: location (yang dapat di dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun empat), healthy (kebersihan setiap produk terjaga). merupakan nilai yang akan ditawarkan pada pelanggan. Memarch akan menawarkan produk busana wanita dengan konsep desain yang *trendy elegant*, dan *exotic dramatic*. Setiap produksi busana sangat terbatas dan memiliki bahan bahan yang nyaman dan berkualitas.

Customer Segment (Target Konsumen), Merupakan penggolongan konsumen atau target pasar yang dituju. Contoh: konsumen yang dituju ialah wanita dengan kisaran umur 17-30 tahun dari kalangan menengah keatas dan tertarik dengan dunia fashion adalah target konsumen yang akan di tuju. Konsumen yang dituju yaitu; *fashion* wanita berumur 17 – 40 tahun dari kalangan menengah hingga atas yang tertarik dengan dunia *fashion*.

Customer Relationship (Hubungan Konsumen), *Customer Relationship* mengacu pada hubungan perusahaan dengan konsumen yang bisa dikatakan sebagai urat nadi suatu bisnis. Contoh: Endorsment beberapa artis maupun selebgram yang sedang naik daun juga hal yang tepat dilakukan pada jaman sosial media ini untuk membuat konsumen lebih tertarik. yaitu suatu cara yang digunakan perusahaan dalam berkomunikasi dengan *customer segment*. Hal ini juga membutuhkan teknik pemasaran yaitu; strategi pemasaran melalui

menjadi salah satu bukti kentalnya budaya di Indonesia dan saling menghargai setiap sukunya. Dengan adanya karya ini penulis berharap dapat memperkenalkan tradisi ini ke kaum milenial.

A. Berdasarkan ide di atas maka menghasilkan 3 karya busana yaitu; *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Karya busana ini menggunakan gaya ungkap analogi dari kata kunci yang dipilih sebagai acuan dalam merancang koleksi busana.. Busana ini di realisasikan dengan metode Frangipangi 8 tahapan : Ide pemantik (*design brief*), riset dan sumber (*research and sourcing*), pengembangan desain, sampel (*design development*), *sample*, *prototype and construcion*), dan Produksi (*production*), bisnis (*bussines*). Serta menggunakan unsur dan prinsip – prinsip desain sebagai acuan penciptaan koleksi busana.

B. Ketiga koleksi busana ini nantinya akan di promosikan melalui *brand Memarch* agar dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat maka

SARAN

Berdasarkan dari penciptaan karya Tugas Akhir mengenai “Matur Tampiasih Segara : Metafora Tradisi *Nyalamaq Dilauq* Sebagai Inspirasi Penciptaan Busana Bergaya *dramatic elegance*”, penulis berharap tulisan ini dapat menjadi referensi bagi pembaca dan dapat dikembangkan lagi menjadi lebih terperinci demi kemajuan bersama.

DAFTAR RUJUKAN

- Amin, Dian. “Upaya Meningkatkan Kemampuan Anak Mengenal Warna dengan Metode Menggambar”. *Jurnal Ilmiah Umum*. Vol.1, No.1
- Batlajeny, Samuel. 2016. “Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada Aparatur Pemerintahan Kmpung Tambat Kabupaten Merauke”: *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Universitas Musamus, Vol.vii, No.2, pp 135-155
- Kotler, Philip dan kevin lane keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju
- Osterwalder, Alexander and pigneur, Yves. 2010. *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Ratna C.S., Tjok Istri, 2016, *Wacana Fesyen Global dan Pakaian di KosmopolitanKuta*, Denpasar, Universitas Udayana, Program Studi Desain Mode.
- Sanyoto, S, E. (2005). *Dasar-dasar Tata rupa dan Desain*. Yogyakarta.
- Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suparta, I Made, 2010. “*Unsur-Unsur Seni Rupa*”. Institut Seni Indonesia Denpasar. pp 1-3
- Suparta, I Made, 2010. “*Prinsip Seni Rupa*”. Institut Seni Indonesia Denpasar. pp1-2
- Supit, Bert 1991. *Sejarah Perang Tondano (Perang Minahasa di Tondano)*, Yayasan lembaga penelitian Sejarah dan Masyarakat, Jakarta Timur.