

TROIDES PSYCHE

Ni Luh Melati Dewi Dasi¹, Tjok Istri Ratna C.S², dan Dewa Ayu Putu Leliana Sari³

Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain,

Institut Seni Indonesia Denpasar

Jl. Nusa Indah, Sumerta, Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80235, Indonesia

E-mail : melatidewidasi@icloud.com

Abstrak

Kupu-kupu Troides Dorhetyi merupakan kupu-kupu bersayap besar berwarna hitam (Jantan) dan coklat (Betina), hanya bisa ditemukan di kepulauan Talaud dan Sangihe Sulawesi Utara dan Filipina. Kupu-kupu identik dengan kesan feminim. Koleksi busana dengan judul Troides Psyche merupakan hasil kolaborasi dengan tempat magang UD Ali Charisma yaitu busana evening gown dengan *style feminim*. Tahapan pembuatan koleksi busana Troides Psyche menggunakan teori Prangifani dari Tcok Ratna Istri Ratna Cora Sudharsana yaitu beberapa tahapan pembuatan busana meliputi *research and sourcing, design development, sample, prototype, dummy, final collection, promoting, branding, sale, production business*. Sebelum memulai tahap desain, perlunya melakukan reseach target market terlebih dahulu, koleksi busana *troides psyche* dengan target market wanita yang memiliki sifat feminim, berani dan percaya diri. Pembuatan koleksi busana ini menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang selama 4 bulan ini diterima di tempat magang UD Ali Charisma, salah satunya yaitu ilmu bisnis marketing plan yang terdapat bisnis canvas dan pecah pola *bustier*.

Kata kunci: Feminim, Frangipani, Kupu-kupu, Target market.

ABSTRACT

The Troides Dorhetyi butterfly is a large black (male) and brown (female) winged butterfly that can only be found in the Talaud and Sangihe islands, North Sulawesi and the Philippines. Butterflies are synonymous with feminine impressions. The fashion collection with the title Troides Psyche is the result of a collaboration with UD Ali Charisma's apprentice, namely evening gowns with a feminine style. The stages of making the Troides Psyche fashion collection using the Prangifani theory from Tcok Ratna Istri Ratna Cora Sudharsana, namely several stages of fashion making including research and sourcing, design development, sample, prototype, dummy, final collection, promoting, branding, sale, production business. Before starting the design stage, it is necessary to research the target market first, a troides psyche fashion collection with the target market of women who are feminine, brave and confident. The making of this fashion collection applies the knowledge and skills that have been received for 4 months at the UD Ali Charisma internship, one of which is the knowledge of the marketing plan business which includes a canvas business and bustier patterns.

Keywords: Feminine, Frangipani, Butterfly, Target market.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat keanekaragaman hayati tertinggi di dunia. Indonesia menempati posisi kedua setelah Brazil, sehingga dikenal dengan sebutan Mega biodiversity (Oktaviana, 2022). Salah satu keanekaragaman hayati tertinggi di Indonesia adalah kupu-kupu (*Lepidoptera*). Kupu-kupu yang dimiliki Indonesia diperkirakan ada sekitar 2.200 jenis dan *Troides Dohertyi* merupakan salah satunya.

Kupu-kupu *Troides Dohertyi* merupakan salah satu kupu-kupu langka dari Indonesia yang keberadaannya hanya terdapat di Kepulauan Talaud dan Sangihe di Sulawesi Utara, Indonesia serta Filipina. *Troides dohertyi* merupakan kupu-kupu besar berwarna hitam (jantan) dan hitam-cokelat (betina) dengan panjang sayap depan sekitar 73 mm (jantan) dan 82 mm (Betina). Sebaran *Troides Dohertyi* hanya diketahui dari Indonesia bagian utara di Kepulauan Talaud dan Pulau Sangihe, antara Sulawesi (Indonesia) dan Mindanao (Filipina). Warna dari kupu-kupu betina dan jantan sedikit berbeda, kupu-kupu jantan memiliki warna dominan hitam dengan sayap depan terdapat garis-garis abu-abu putih, bagian perut bawah dengan warna kuning keemasan sedangkan kupu-kupu betina memiliki warna Hitam kecoklatan dengan garis abu-abu putih dan terdapat bintik-bintik kecil berwarna kuning emas (Sabdanas, 2014)

Kupu-kupu merupakan jenis serangga yang memiliki ciri utama permukaan sayap yang ditutupi oleh sisik. Kupu-kupu di dalam taksonomi digolongkan pada bangsa *Lepidoptera* (lepis berarti sisik, pteron berarti sayap). Sisik yang tersusun pada sayap kupu-kupu memiliki pigmen yang memberikan warna dan corak menarik sekaligus menjadi pembeda bagi setiap jenisnya. Kupu-kupu merupakan anggota dari kelas insekta (serangga), *Ordo Lepidoptera* (*lepto*: sisik, *pteron*: sayap), Sub *Ordo Rhopalocera* dan memiliki 2 superfamili yaitu *Papilionoidea* dan *Hesperioidea*. *Papilionoidea* terdiri dari 5 Famili yaitu *Papilionidae*, *Nymphalidae*, *Pieridae*, *Riodinidae* dan *Lycaenidae* dianggap sebagai kupu-kupu sejati (true butterfly) karena memiliki corak warna yang lebih menarik dan beragam. Sementara *Hesperioidea* hanya

memiliki satu Famili yaitu *Hesperidae* lebih monoton, memiliki bentuk antena yang 7 berbeda (saling berjauhan, bersudut) dan bersifat *Krepuskular* (aktif pada senja hari). Sama seperti serangga lainnya tubuh kupu-kupu terdiri dari 3 bagian yaitu *Caput* (kepala), *Thoraks* (dada) dan Perut (*abdomen*) serta memiliki 3 pasang kaki. Kupu-kupu juga memiliki antena yang dilengkapi sel-sel saraf yang berperan sebagai alat penciuman dan peraba. Selain itu, kupu-kupu juga memiliki Probosis, yaitu organ seperti tabung panjang yang dapat dilipat untuk menggapai nektar di dasar bunga. Secara umum peranan kupu-kupu dapat dibagi menjadi peranan secara ekologis dan peranan bagi manusia yang berupa peranan positif dan negatif. Secara ekologis, kupu-kupu berperan sebagai serangga yang membantu penyerbukan dari tumbuhan berbunga dalam aktitasnya untuk mencari nektar. Kupu-kupu juga dijadikan sebagai objek wisata.

Saat dewasa atau dalam fase imago, kebanyakan kupu-kupu mengisap nektar dari bunga. Sumber nektar beberapa kupu-kupu seperti *Delias hyperate*, *Elymnias hypermnesta*, *Papilio demoleus*, *Graphium agamemnon*, *Graphium doson*, *Papilio memnon*, *Appias olferna*, *Eurema hecabe*, *Doleschallia bisaltide*, dan *Mycalesis mineus*. Kupu-kupu sangat waspada terhadap warna-warni yang dihasilkan oleh refleksi cahaya matahari terhadap sayap kupu-kupu lainnya. Banyak spesies yang memiliki respon selektif terhadap warna yang mendominasi warna spesiesnya seperti *Heliconius erato* terhadap warna merah, *Morpho helenor* terhadap warna biru dan *Philaethria dido* terhadap warna hijau.

Kupu-kupu memiliki nilai penting sebagai penyerbuk karena kupu-kupu aktif mengunjungi bunga, dan memelihara ekosistem lingkungan alam. Kupu-kupu mengunjungi bunga dari berbagai spesies tumbuhan untuk mengambil nektar dan serbuk sari. Warna, bentuk hingga aroma dari bunga dipergunakan oleh kupu-kupu sebagai petunjuk dalam mengunjungi bunga.

Kupu-kupu dapat menghasilkan sekitar 500 telur. Namun, umumnya kurang dari 100 telur

yang dihasilkan oleh kupu-kupu betina dapat menjadi larva. Namun, 90% dari larva biasanya mati akibat dimakan oleh burung, parasitoid, penyakit, dan serangan fungi. Oleh karena itu, hanya sekitar 5% telur yang dapat mencapai fase pupa. Seluruh tahap perkembangan kupu-kupu terancam oleh adanya serangan parasitoid hingga berakibat pada kematian. Beberapa parasitoid yang mengancam kehidupan kupu-kupu adalah lebah, lalat, dan cacing parasit.

METODE PENELITIAN

Tahapan penciptaan koleksi busana *Troides Psyche* menggunakan metode dari Dr. Tjok Ratna Cora Sudharsana, S.Sn, M.Si. yaitu Frangipani. "*FRANGIPANI The Secret Steps of Art Fashion*" yang terdiri dari sepuluh tahapan dalam proses perancangan desain *fashion* (Sudharsana, 2016)

Sepuluh tahapan *FRANGIPANI* tersebut adalah *Finding the brief Idea Based on Research and Sourcing of Art Fashion* (riset dan sumber dari seni fashion), *Narating of Art fashion Idea by 2D or 3D Visualisation* (menarasikan ide seni fashion kedalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi), *Giving a Soul-Taksu to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy, and Construction* (memberikan jiwa-taksu pada ide seni fashion melalui contoh, sampel dan konstruksi pola), *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection* (menginterpretasikan keunikan seni fashion yang tertuang pada koleksi final), *Promotion and Making a Unique Art Fashion* (mempromosikan dan membuat seni fashion yang unik), *Affirmation Branding (afirmasi merek)*, *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method* (mengarahkan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis), *Introducing The Art Fashion Business* (memperkenalkan bisnis seni fashion). (Sudharsana (2012) dalam Diantari et al. 2018:90.

Style feminim merupakan style yang ditujukan untuk tipe wanita memiliki sifat lembut dan romantis. Lebih menyukai

detail yang manis, seperti *floral, lace*, renda, dan kerut. Untuk bahan yang dipilih juga lebih memilih bahan yang ringan seperti Lace, *chiffon*, sutera, *crepe*, brukat, dan bahan ringan yang lainnya. Tipe wanita dengan gaya ini cenderung ramah, lemah lembut, penyayang, manja, dan sedikit pemalu.

Penerapan Prangifani pada karya *Troides Psyche* akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Finding The Rief Idea* (riset dan sumber dari seni fashion)
Tahapan ini dimulai dengan pembuatan mind mapping (peta konsep) berdasarkan ide pemantik untuk memperoleh beberapa keywords (kata kunci) untuk dijadikan acuan dalam pembuatan busana. Mind mapping merupakan pemetaan atau peta pikiran. Peta pikiran adalah diagram yang menggambarkan secara visual tentang ide, konsep, informasi, atau hal-hal lain.
2. *Reseach and Sourcing* (riset dan sumber dari seni fashion)
Reseach and sourcing berupa pengumpulan data serta informasi mengenai Kupu-kupu *Troides Dorhetyi* yang dibuatkan metode pecah pola piker berupa mind mapping yang selanjutnya dikembangkan ke dalam proses penciptaan koleksi busana *Troides Psyche*. Pengumpulan informasi melalui sumber buku, artikel serta sumber media Indonesia. Pemetaan pikiran hasil dari mind mapping menghasilkan beberapa konsep list yang selanjutnya akan dipilih 5 kata kunci terpilih yang akan dijadikan acuan dalam perwujudan koleksi busana, 5 kata kunci akan dijelaskan dalam table berikut:



Gambar 1. *Mind Mapping Troides Psyche*
(Sumber: Melati, 2022)

Tabel 1 Penjelasan Keyword

Keyword (<i>Kata Kunci</i>)	Penjelasan secara <i>metafora</i>
Menarik Perhatian	Menarik perhatian merupakan tindakan yang membuat orang tertarik untuk melihat objek salah satunya karena adanya <i>point of pinterest</i> . <i>Metafora: Point of Pinterest.</i>
Sayap	Merupakan bagian tubuh kupu-kupu yang digunakan untuk terbang. <i>Metafora: Feminim, cantik, elok, tipis.</i>
Terbang	Merupakan proses membentangkan sayap di udara, kupu-kupu <i>Troides Dorhetyi</i> terbang dari pagi hingga sore hari. <i>Metafora: Ringan, Melayang, Membentang.</i>
Garam	Merupakan senyawa <i>ionic</i> yang terdiri dari ion positif dan negative. Kupu-kupu membutuhkan garam untuk nutrisinya. <i>Metafora: Halus, Menyebar, titik kecil.</i>
Menari	Merupakan ungkapan perasaan atau ekspresi

jiwa yang diungkapkan melalui gerak yang ritmis dan indah.
Metafora: Gemulai, elok, indah.

3. Analyzing Art Fashion Element

Tahapan selanjutnya yaitu pembuatan Moodboard (papan konsep). *Mood Board* dapat digunakan sebagai penentu arah atau acuan dalam *men-design* sebuah busana agar tidak menyimpang dari ide atau tema awal yang hendak dibuat. Moodboard berisi suasana, gambaran busana sesuai 5 kata kunci terpilih dan color pallete.



Gambar 2. *Moodboard Troides Psyche*

(Sumber: Melati, 2021)

4. *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (menarasikan ide seni fashion kedalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi)

Pada tahap ini yaitu pembuatan sketsa desain sesuai dengan kata kunci dan warna maupun suasana moodboard.

5. *Giving a soul-Taksu to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy,*

and Contruction.

Pada tahapan ini dimulai dengan pengambilan ukuran badan, pembuatan pola, pemotongan bahan hingga ke proses menjahit.

6. *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the final collection*

Pada tahapan ini yaitu menerapkan prinsip-prinsip desain dan elemen pada busana yang akan dibuat.

Prinsip-prinsip desain berupa harmoni, proporsi, *balance*, irama, aksen, dan *unity*.

7. *Promoting and Making a Unique Art Fashion*(mempromosikan dan membuat seni fashion yang unik)

Tahapan ini mempersiapkan marketing tools produksi produk fashion global dan pakaian dengan melakukan presentasi karya melalui pagelaran busana (fashion show)

8. *Affirmation Branding*

Tahapan afirmasi merek seni fesyen merupakan tahapan yang memperkuat tahapan lima. Setelah koleksi final terwujud maka produk fashion global dan pakaian memasuki tahapan afirmasi yang lebih mendalam tentang respon pasar dengan mempertajam branding (Cora, 2016: 210).



Gambar 3 Logo Brand Gurlslabel

Sumber: Melati, 2021

Makna bentuk kotak dalam logo melambangkan ruang khusus, visi, kekuatan, pandangan-pandangan yang terukur dan harapan (jendela). Warna hitam pada logo membawa

kesan elegan, klasik, kepuasan dan kekuatan. Warna hitam penulis pilih sesuai dengan target market orang-orang kaya, warna hitam membuat produk terlihat eksklusif.

Box packaging dibuat *exlusive* berwarna hitam, setiap baju berisi hang tag yang dilengkapi dengan washing care produk.



Gambar 4 (Hang Tag)

Sumber: Melati, 2021



Gambar 5 Packaging Gurlslabel

Sumber: Melati, 2021

9. *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method* (mengarahkan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis)

Tahapan produksi busana koleksi Troides Psyche dengan system made to order dilakukan dengan bekerja sama dengan penjahit yang profesional, paham membaca desain dan pecah pola sesuai dengan kehendak designer, bisnis ini juga akan bekerja sama dengan tenaga desain *digital*, tukang pola, toko kain serta tenaga *finishing*. Busana yang diproduksi tidak diperuntukkan untuk produksi massal melainkan sistemnya made

to order ataupun sewa busana. Bisnis ini memerlukan tukang pola yang memahami pecah pola bustier serta drapping pola pada boneka.

10. *Introducing The Art Fashion Business* (memperkenalkan bisnis seni fashion).

Sebelum memulai bisnis diperlukannya melakukan reseach pasar terlebih dahulu, koleksi busana ini akan menargetkan wanita karir yang bertempat tinggal di kota Jakarta Selatan. Produksi untuk koleksi busana Troides Psyche menggunakan sistem produksi custom made (busana yang dirancang dan diproduksi hanya untuk satu klien saja). Busana koleksi Troides Psyche juga akan disewakan dengan budget harga sewa start dari harga Rp. 1.500.000. Bisnis yang dibuat dengan membuat toko online di instagram memanfaatkan fitur berjualan di instagram.

Branding merupakan bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen yang menjadi sasaran bisnis. Tujuan utama branding yaitu untuk mengenalkan brand, dan membangun citra perusahaan di mata konsumen. Proses branding dan promosi digital sering dilupakan dalam membangun sebuah bisnis. Akibatnya proses inovasi produk menjadi terhambat. Orang sekedar berjualan tanpa memperhatikan feedback atau masukan dari pasar. Di tengah pandemi Covid-19 banyaknya harmoni, bisnis UKM yang go online, perusahaan harus mulai membangun strategi branding dan digital marketing agar semakin dikenal luas. Hal ini pun sejalan dengan data yang dikutip Forbes, yaitu branding yang konsisten di semua platform akan meningkatkan

keuntungan sebesar 23%.

Koleksi busana yang berjudul Troides Psyche ini akan memanfaatkan platform digital berupa instagram dan tiktok untuk media promosi. Foto hasil photoshoot akan ditampilkan di instagram dengan tampilan aesthetic untuk menarik orang untuk mengunjungi profile, selanjutnya di profile akan ditempatkan link pada bagian bio yang langsung tertuju pada website serta whatsapp untuk pemesanan maupun sewa baju. Untuk media promosi instagram akan menggunakan iklan mingguan dengan membuat target iklan para wanita muda yang berumur 20 hingga 30 tahun yang bertempat tinggal di kota Jakarta Selatan. Untuk packaging akan dibuat exclusive untuk market wanita menengah ke atas yang gajinya rata-rata 10 juta ke atas dengan kualitas jahitan yang rapi, bahan-bahan busana yang dipakai juga yang exclusive. Untuk partner bisnis akan bekerja sama dengan toko kain Nusa Dua textile yang berpusat di Malang, bekerja sama dengan penjahit hingga selebgram untuk media promosi. Berikut penulis akan menjabarkan marketing plan melalui proses mind mapping untuk koleksi busana Troides Doerhetyi yaitu sebagai berikut:



Gambar 6 Mind Mapping Marketing Plan Segmen Pasar Koleksi Busana Troides Psyche

Sumber : Melati, 2021

Pada tahapan ini penulis menyusun *Business Model Canvas (BMC)* untuk mempermudah merancang bisnis dari koleksi busana *Troides Psyche. Business Model Canvas (BMC)* dilakukan dengan tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat, bisa memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang. Model bisnis ini terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis yaitu, *customer segments* (segmentasi pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai), *channels* (saluran), *customer relationships* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnerships* (kemitraan utama), dan *cost structure* (struktur biaya).

- A. *Value Propositions* merupakan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan. Nilai yang ditawarkan menjadi pembeda produk/jasa sejenis atau lainnya baik yang menjadi keunggulan atau kekuatan *GURLSLABEL* akan menawarkan busana dengan desain *elegant, simple dan tentunya eksklusif*. Produk ini diproduksi dengan jumlah yang terbatas sehingga memiliki nilai eksklusif.
- B. *Customer Segment* merupakan penggolongan konsumen atau target pasar yang dituju. Konsumen yang dituju ialah remaja dan dewasa dengan kisaran umur 25-35 tahun dari kalangan atas yang tinggal di kota Jakarta Selatan yang gajinya di atas 20 Juta. Customer yang dituju merupakan wanita golongan kelas atas yang memiliki sifat feminisme dan percaya diri.

C. *Customer Relationship* yaitu cara yang digunakan oleh pebisnis untuk melakukan komunikasi dengan konsumen (*Customer Segment*). Hal ini juga menentukan cara pemasaran yang dipilih. Strategi pemasaran yang dipilih adalah memberikan *service* yang terbaik, *fast respon* terhadap semua keluhan dan masukan. Pelanggan setia akan diberikan voucher belanja dengan potongan harga 5%, kepuasan pelanggan menjadi nomor satu oleh karena itu untuk menyenangkan hati para pelanggan bisnis ini akan berfokus pada packaging eksklusif yang di dalamnya terdapat hadiah scrunchies untuk pembeli yang telah berlangganan. Bisnis ini menerapkan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan.

D. *Channels* merupakan cara yang tepat untuk digunakan dalam menyampaikan *Value Propositions* bisnis kepada konsumen. Metode yang tepat digunakan ialah memanfaatkan media social online seperti *Instagram, Facebook, Website, Line, Whatsup*, dll. Dengan adanya sosial media ini mempermudah komunikasi antar pebisnis dengan pelanggan. Pembuatan website untuk menunjukkan bahwa bisnis ini adalah bisnis profesional. Bisnis ini akan memanfaatkan iklan instagram untuk menarik pengunjung datang melihat produk katalog di toko online. Bisnis ini juga akan bekerja sama dengan selebgram untuk endorse produk.

E. *Key Resources* adalah sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan suatu bisnis. Dalam

menjalankan sebuah bisnis dibidang fashion tentunya perusahaan harus memiliki seorang desainer untuk mendesain produk yang akan diluncurkan tiap tahunnya. Membuat sebuah desain diperlukan penelitian dan pengembangan dari tahun ke tahun. Logo dan *brand* diperlukan oleh perusahaan dalam pemasaran.

- F. *Key activities (KA)* adalah kegiatan utama yang menjelaskan hal terpenting yaitu perusahaan harus membuat model bisnis serta visi dan misi perusahaan. Kegiatan wajib yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan *value proposition* yang ditawarkan yaitu melalui kegiatan *research and sourcing* untuk konsep busana, *design and development* untuk mendesain busana yang diinginkan serta menyusun strategi promosi dan pemasaran busana.
- G. *Key Partnership* yaitu pihak-pihak yang diajak kerjasama dengan tujuan untuk menyokong dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, mengurangi resiko dan ketidakpastian persaingan, serta meningkatkan kinerja. *GURLSLABEL* berkerjasama dengan grab, gojek, pos, j&t dan jne untuk pengiriman. Serta berkerjasama dengan penjahit dan toko kain, *public figur* dan *web programmer*.
- H. *Cost Structure* adalah merupakan rincian biaya terbesar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan *key activity* dan hasilnya berupa *value propositions*. Biaya yang harus dikeluarkan yaitu saat melakukan riset, pembuatan *sampel, branding, marketing*, serta produksi.
- Revenue Stream* yaitu cara menghasilkan keuntungan dari

value propositions. *Biang* memperoleh keuntungan dari penjualan produk setelah melakukan *fashion show*, pameran maupun penjualan secara online.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Penciptaan karya busana ready to wear deluxe dan semi couture diwujudkan sesuai dengan metafora (sifat) dari keyword Troides Psyche. Kupu-kupu Troides Dorhetyi sebagai ide pemantik menghasilkan 5 kata kunci yaitu: menarik perhatian, sayap, terbang, garam, dan menari. 5 kata kunci diatas dimetaforakan ke dalam detail – detail dalam pembuatan design development, dari beberapa desain akan dipilih 3 sketsa desain yang akan diwujudkan dalam koleksi busana yaitu 2 busana ready to wear deluxe dan 1 busana semi couture.

1. *Ready to wear Deluxe*

Busana Ready To Wear Deluxe termasuk ke dalam jenis produk fashion yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan busana yang wearable dengan menggunakan bahan yang lebih berkelas, sistem pembuatannya tidak untuk diproduksi massal melainkan system custom made to order.

Pembuatan pola busana ready to wear deluxe dengan sistem pola konstruksi yang dibuat di atas kertas menggunakan standar ukuran model M. Pola ini terdiri dari pecah pola badan, lengan, dan rok. Bagian bustier tetap memakai pola konstruksi namun masih berpatokan pada *dumy* untuk memperindah bentuk payudara.

Busana ready to wear deluxe mempergunakan bahan lace tulla payet dengan cuttingan style feminim dengan warna hitam yang terinspirasi dari warna sayap kupu-kupu jantan triodes dorhetyi.



Gambar 7 Desain Ready To Wear Deluxe desain terpilih bagian I

Sumber: Melati, 2021



Gambar 9 Desain Busana Ready To Wear Deluxe bagian II tampak depan

Sumber: Melati, 2021



Gambar 8 Desain Busana Ready To Wear Deluxe bagian II tampak depan

Sumber: Melati, 2021

2. *Semi Couture*

Busana *Semi couture* merupakan istilah dari busana yang dibuat secara eksklusif dan dipersonalisasi sesuai dengan bentuk dan ukuran pemakainya. Jika diterjemahkan secara harafiah, frasa Perancis itu berarti high sewing atau seni tingkat tinggi pembuatan busana. Desain *semi couture* waktu pengerjaannya terbilang cukup lama, serta penggunaan bahan dan material dengan kualitas tinggi, terbaik dan mahal dan sistem pembuatannya made to order dengan harga yang mahal diperuntukkan untuk orang-orang golongan kaya raya. Busana *Semi Couture* mempergunakan bahan utama kain lace payet motif silang, bahan tulla kaku dan tulla halus dipergunakan untuk lapisan rok agar terlihat kembang.

Cutingan busana dengan siluet A-line dengan style feminis dilihat dari cuttingan styling pada bagian atasan,

pemilihan bahan tulla halus untuk atasan sesuai dengan kata kunci sayap. Sayap kupu-kupu yang tipis dan ringan berwarna hitam garis-garis.

Busana semi couture dibuat simple, elegan namun tetap terlihat mahal. Pemilihan warna hitam sesuai dengan warna dari collar palate moodboard.



Gambar 10 Desain Busana Semi Couture Tampak Depan

Sumber: Melati, 2021



Gambar 11 Desain Busana Semi Couture Tampak Belakang

Sumber: Melati, 2021

PROSES PERWUJUDAN

Proses perwujudan koleksi busana Troides Psyche dilakukan dengan menuangkan kata kunci yang direpresentasikan dengan gaya ungkap metafora. Teori metafora dapat dianggap sebagai analisis yang mengarah pada teori simbol, dengan demikian metafora dan simbol sangat berarti dalam melampirkan kajian dan analisis terhadap proses interpretasi. Proses perwujudan ide dalam busana ready to wear deluxe yang diterapkan dengan gaya ungkap metafora, yaitu, kata kunci menarik perhatian diungkap dengan jenis kain yang digunakan yaitu kain lace full payet, dengan tekstur mudah rapuh mirip sayap kupu-kupu.

Kata kunci sayap dengan gaya ungkap metafora diambil sifat dari sayap kupu-kupu Troides Dorhetyi, sayap kupu-kupu Troides Dorhetyi memiliki sifat tipis, ringan dan berserat. Pembuatan koleksi busana Ready To Wear Deluxe dan Semi Couture memakai bahan tulla halus yang ringan untuk mendeskripsikan kata kunci dari sayap, selanjutnya kata kunci terbang dengan gaya ungkap metafora, terbang identik dengan membentang dan melayang di udara, pada busana RTW Deluxe dan Semi Couture menerapkan untaian kain Tulla tipis yang menjuntai ke bawah yang mengartikan sifat terbang. Kata kunci Garam diungkap dengan gaya metafora yaitu sifat menyebar, dipresentasikan pada karya dengan taburan payet yang menyebar.

Kata kunci Menari diterapkan dengan busana evening gown yang indah dan elok. Busana evening wear merupakan busana yang dikenakan pada kesempatan pesta malam hari. Evening gown mempunyai ciri-ciri terutama pada bentuknya. Bentuknya kelihatan mencolok, baik mode ataupun hiasannya lebih mewah. Desain ready to wear deluxe terdapat detail aksesoris lace brokat pada bagian atasan yang ditumpuk dengan hiasan payet batang dan payet tabur.



Gambar 12 busana Ready To Wear Deluxe tampak samping dan tampak belakang



Gambar 15 Busana Ready To Wear Deluxe Desain II Tampak Depan dan Tampak Belakang



Gambar 13 busana Ready To Wear Deluxe Desain I Tampak Samping dan Tampak Depan



Gambar 16 Busana Semi Couture Tampak Depan



Gambar14 Busana Ready To Wear Deluxe Desain II Tampak Samping



Gambar 17 Busana Semi Couture Tampak Samping dan Belakang



Gambar 18 Busana Semi Couture dengan styling berbeda



Gambar 19 Busana Semi Couture



Gambar 20 Busana Semi Couture Fokus Wajah

SIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, ide pembuatan karya tugas akhir dengan tema besar *Diversity of Indonesia*, maka diangkatlah salah satu hewan langka Indonesia yaitu *Kupu-kupu Troides Dorhetyi* yang hanya bisa ditemukan di Kepulauan Talaud dan Sangihe, Sulawesi Utara dan di Filipina. Dari ide pemantik tersebut, maka dibuatlah 2 karya busana Ready To Wear Deluxe dan 1 busana Semi Couture yang bertemakan Kupu-kupu *Troides Dorhetyi*. Dalam tahapan pembuatan koleksi busana yang berjudul triodes psyche penulis menerapkan prinsip Prangifani *The Secret Steps of Art Fashion*” yang terdiri atas sepuluh tahapan dalam proses perancangan desain *fashion mind mapping, research and sourcing* dengan output berupa *mood board* dan *story board, design development* yang berisi sketsa ketiga busana lengkap dengan gambar kerja, kemudian proses pengerjaan busana pada tahap *prototype, sample, and construction*. Hingga tahap *final collection* yaitu tahapan untuk menyempurnakan koleksi busana. Dalam karya busana Tugas Akhir ini, penulis juga menggunakan strategi promosi, pemasaran, penjualan, dan branding yang bernama Gurlslabel serta menerapkan sistem produksi dan bisnis model kanvas. Penulis mengambil metafora untuk pembuatan koleksi busana. Koleksi busana dengan judul *Troides Psyche* yaitu sebuah koleksi busana evening gown dengan style feminisme dengan target market wanita kelas atas. Dalam mewujudkan koleksi busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture*, Pemilihan warna Hitam merupakan analogy dari warna sayap Kupu-kupu *Troides Dorhetyi*. Nantinya bisnis ini akan membuat busana *made to order* maupun menyewakan busana.

DAFTAR RUJUKAN

- Oktaviana, R. (2022). Keanekaragaman Jenis Kupu – kupu Superfamili Papilionoidea di Dusun Banyuwindu, Desa Limbangan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. 35(1), 1–20.
- Sabdanas, Y. (2014). Perkawinan kupu –kupu. Jurnal Hasil Riset, 1(1). <http://e-jurnal.com/2014/07/perkawinan-kupu-kupu.html>
- Sudharsana, T. I. R. C. S. (2016). Wacana Fesyen Global dan Pakaian di Kosmopolitan Kuta. Universitas Udayana Bali.

UCAPAN

TERIMAKASIH/PENGHARGAAN

Terima Kasih penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatNya, Terima Kasih juga kepada pihak yang sudah ikut berpartisipasi dalam pembuatan artikel ini, mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata dalam penulisan yang ada pada artikel.