

“KAMA THANI” : STUDI KASUS BUSANA SEMI HAUTE COUTURE DAN DELUXE DI PERTENUNAN ASTITI

Ni Putu Nanda Virgyan Yustianti¹, I Made Radiawan², Ni Kadek Yuni Diantari³ Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar Jl. Nusa Indah, Sumerta, Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80235, Indonesia
Email : putunandavirgyanyustianti@gmail.com

ABSTRAK “KAMA THANI”

STUDI KASUS BUSANA SEMI HAUTE COUTURE DAN DELUXE DI PERTENUNAN ASTITI

Barong Landung merupakan warisan budaya leluhur Bali yang sangat unik, Barong Landung muncul dari sebuah *urban legend* Dalem Balingkang yang berasal dari daerah Batur, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Kisah Barong Landung tidak lain merupakan akulturasi budaya yang terjadi di masa lampau saat para pedagang negeri China datang ke pulau Bali untuk berdagang. Hal ini tentunya menjadi warisan budaya yang patut untuk dilestarikan dan patut untuk diceritakan kepada masyarakat luas. Maka dari itu perlu adanya media pengenalan yang menarik mengenai kisah ini agar masyarakat tergugah untuk mengetahui hal yang sebenarnya terjadi pada kisah Barong Landung. Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), ISI Denpasar mewajibkan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan magang di salah satu perusahaan mitra yang telah memiliki kerjasama dengan kampus ISI Denpasar, dan penulis memilih untuk melaksanakan kegiatan magang di Pertununan Astiti, Klungkung. Pelestarian mengenai *urban legend* Dalem Balingkang ini dilakukan dengan upaya membuat kain endek tradisional Bali bermotif Barong Landung, yang nantinya kain endek ini akan dijadikan karya busana RTW dan Semi Couture. Keseluruhan busana melewati proses kreatif monumental tekstil dan tahapan proses desain fashion bertajuk “FRANGIPANI”, *The Secret Steps of Art Fashion (Frangipani, Tahapan-Tahapan Rahasia dari Seni Fashion)* oleh Ratna Cora. Tahapan proses desain fashion FRANGIPANI ini meliputi 10 tahapan yang memberikan tahapan sistematis dalam mengembangkan sumber ide Barong Landung ke dalam karya busana RTWD dan Semi Couture.

Kata Kunci : Barong Landung, Kain Endek, FRANGIPANI

ABSTRACT

Barong Landung is a very unique Balinese ancestral cultural heritage, Barong Landung emerged from an urban legend Dalem Balingkang from the Batur area, Kintamani, Bangli Regency, Bali. The story of Barong Landung is a cultural acculturation that occurred in the past when Chinese traders came to the island of Bali to trade. This is certainly a cultural heritage that deserves to be preserved and deserves to be told to the wider community. Therefore, it is necessary to have an interesting introduction to this story so that people are moved to know what actually happened in the story of Barong Landung. Through the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program, ISI Denpasar requires students to carry out internships at one of the partner companies that already have a partnership with ISI Denpasar collage, and the author chooses to carry out internship activities at Pertununan Astiti, Klungkung. The preservation of the urban legend of Dalem Balingkang is carried out by making an effort to make traditional Balinese endek cloth with the Barong Landung motif, which later this endek cloth will be used as a work of RTWD and Semi Couture clothing. The whole outfit goes through a monumental textile creative process and stages of the fashion design process entitled “FRANGIPANI”, *The Secret Steps of Art Fashion (Frangipani, Secret Stages of Fashion Art)* by Ratna Cora. The stages of the FRANGIPANI fashion design process include 10 stages that provide systematic steps in developing the source of Barong Landung's ideas into RTWD and Semi Couture fashion works.

Key word : Barong Landung, Endek fabric, FRANGIPANI

PENDAHULUAN

Tenun merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan prinsip yang sederhana, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Dengan kata lain bersilangnya antara benang lusi dan pakan secara bergantian. Kain tenun biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, sutra, dan lainnya. Di Bali ada beberapa daerah yang terkenal akan pengerajin kain tenunnya yang sebagian besar dapat dijumpai di Kabupaten Karangasem, Klungkung, Buleleng, Badung, dan Gianyar.

Proses pembuatan selembar kain tenun endek Bali membutuhkan waktu yang sangat panjang, dan masing – masing proses harus dikerjakan berurutan tidak bisa diacak ataupun menghilangkan salah satu prosesnya, karena proses tersebut telah baku dan menjadi sebuah pakem dalam membuat kain tenun endek Bali.

Pada saat ini sebagian besar perusahaan tenun endek di Bali contohnya di Pertenunan Astiti, memiliki penenun dengan rentang usia 40 – 80 tahun, dengan tidak disadari hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah produksi kain tenun endek Bali yang dihasilkan oleh perusahaan tenun tersebut, mengapa demikian, hal ini dikarenakan tenaga mereka tidak seperti layaknya remaja dan permintaan jumlah kain tenun endek tetap meningkat, maka dari itu baik adanya regenerasi penenun dalam hal ini remaja diharapkan menjadi garda terdepan untuk meregenerasi posisi mereka demi kelestarian kain tenun endek Bali dimasa yang akan datang.

Bersadarkan hal tersebut dengan diwadhahi oleh Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang telah mengeluarkan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) bagi perguruan tinggi seluruh Indonesia, yang mewajibkan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan pembelajaran di luar program studi selama 3 semester, salah satu programnya yaitu Magang/praktik kerja dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI), salah satunya yaitu Pertenunan Astiti yang terletak di Kabupaten Klungkung, Bali.

Dengan demikian mahasiswa magang desain mode ISI Denpasar yang mewakili generasi muda

ini akan mengemas pengenalan kain tenun dengan membuat karya busana RTW (*ready to wear*) dan *Semi Couture* yang mengambil *style fashion classic elegant*, penulis mengambil ide pemantik dari salah satu *urband legend* Dalem Balingkang yang berasal dari daerah Batur, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali, kisah ini merupakan awal mula terciptanya Barong Landung di Bali. Karya busana ini diharapkan dapat menjadi pemicu ketertarikan generasi muda untuk mengetahui lebih dalam mengenai kain tenun endek Bali dan juga proses pembuatannya.

METODE PENELITIAN

Metode penciptaan yang digunakan pada penciptaan busana *Kama Thani* ini adalah berdasarkan tahapan perancangan busana yang bertajuk "*FRANGIPANI*" *The Secret Steps of Art Fashion*" yang terdiri atas sepuluh tahapan dalam proses perancangan desain *fashion* berdasarkan identitas budaya Bali. Sepuluh tahapan "*FRANGIPANI*" tersebut adalah *Finding the brief Idea Based on Balinese Culture* (menentukan ide pemantik berdasarkan budaya Bali) tahap ini merupakan tahap yang paling awal yang berupa ide atau konsep desain, *Research and Sourcing of Art Fashion* (riset dan sumber dari seni *fashion*) tahap ini berupa hasil riset dari ide pemantik, *Analizing Art Fashion Element Taken from the Richness of Balinese Culture* (analisa estetika elemen seni *fashion* berdasarkan kekayaan budaya Bali) tahap ini berupa *moodboard, storyboard, moodboard* dan *storyboard* sendiri memiliki fungsi untuk mempermudah dalam mengimplementasikan konsep menjadi sebuah benda yang nyata, *Narating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (menerasikan ide seni *fashion* kedalam visualisasi dua dimensi atau 3 Dimensi) tahap ini berupa sketsa alternatif gagasan desain 2D dan 3D dari hasil riset, *Giving a Soul-Taksu to Art Fashion Ide By Making Sample, Dummy and Construction* (memberikan jiwa –taksu

pada ide seni fashion melalui contoh, sampel dan konstruksi pola) tahap ini proses merealisasikan sketsa menjadi busana jadi melalui proses pembuatan pola, pemilihan bahan, pemotongan bahan, menjahit sehingga dapat dicontohkan pada manekin, *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection* (mengintepretasikan keunika seni fashion yang tertuang pada koleksi final) tahapan ini merupakan hasil akhir busana yang sudah jadi dan dapat ditampilkan, *Promoting and making a Unique Art Fashion* (mempromosikan dan membuat seni fashion yang unik) tahapan ini mempersiapkan *marketing tools* produksi produk *fashion* global melalui *fashion show*, *Affirmation Branding* (afirmasi merek) tahapan ini afirmasi merek seni *fashion* merupakan tahapan yang memperkuat tahapan lima atau memperkuat *branding*, *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method* (mengarahkan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis) tahapan ini produksi produk seni *fashion* mengacu pada sumber daya manusia sebagai produsen, *Introducing The Art Fashion Business* (memperkenalkan bisnis seni fashion) tahapan ini menekankan siklus atau pendistribusian produk secara *continue* pada dunia global. (Sudharsana (2012) dalam Diantari et al.2018:90)

1. *Finding the brief idea based on culture identity of Bali* (menemukan ide pemantik berdasarkan identitas budaya Bali), tahapan yang memunculkan ide kreatif budaya Bali khususnya dari akumulasi pengalaman bawah sadar (*unconscious*) yang *ter-install* di genetik, perbendaharaan pengetahuan dan wawasan dalam ruang persepsi personal (Cora, 2016: 207). Ide pemantik seni fesyen (*art fashion*) berdasarkan *urband legend* daerah Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Pemilihan ide pemantik ini bertujuan untuk memperkenalkan kembali asal usul adanya Barong Landung dan memperkenalkan kepada masyarakat luas khususnya Bali mengenai akulturasi budaya Bali dengan Tionghoa yang telah terjadi ribuan tahun yang lalu. (Yuni Diantari,2018)

2. *Researching and sourcing of art fashion* (riset dan sumber seni fashion) yaitu tahapan riset dan sumber-sumber berdasarkan budaya Bali. Pada tahap dua ini dibutuhkan cara pandang baru bahwa melalui fashion global dan pakaian masyarakat, desainer dapat memunculkan identitas budaya Bali (Cora, 2016: 207). Cara pandang baru tersebut diperoleh dengan meneliti dan mencari sumber data, baik primer atau sekunder dari sumber ide serta konsep yang diterapkan pada busana. (Yuni Diantari,2018)
3. *Analizing art fashion element taken from the richness of balinese culture* (analisa estetika elemen seni fashion berdasarkan kekayaan budaya Bali). Analisa estetika menjadi hal yang penting ketika diadopsi dari budaya Bali sebagai titik tolak perancangan desain fashion. Analisa dimulai dengan melakukan penuangan serta pengembangan ide Barong Landung dalam bentuk visual dengan membuat *mood board* atau *idea board*. (Yuni Diantari,2018)



Gambar 1 : *Moodboard Kama Thani* (sumber:Nanda Virgyan,2022)

4. *Narrating of art fashion idea by 2d or 3d visualitation* (narasi ide seni fashion ke dalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi). Keluaran tahapan ini berupa sketsa gagasan desain 2 dimensi sebagai hasil riset berdasarkan budaya Bali dan pengembangan *mood board* . Sketsa desain 2 dimensi diwujudkan berdasarkan konsep Barong Landung



Gambar 2 : Sketsa Desain *Kama Thani*
(sumber : Nanda Virgyan,2022)

5. *Giving a soul – taksu to art fashion idea by making sample, dummy, and construction* (berikan jiwa – taksu pada ide seni fashion melalui contoh, sampel dan konstruksi pola). Pada tahapan ini juga dilakukan proses merealisasikan sketsa dan ilustrasi desain busana 2 dimensi menjadi busana jadi yang dapat dikenakan. Realisasi sketsa busana 2 dimensi dimulai dengan tahapan membuat pola busana dasar kemudian memecah dan mengembangkan pola dasar sesuai dengan sketsa. Pola yang dibuat berdasarkan atas ukuran M standar wanita Asia. Pembuatan pola dilanjutkan dengan pemotongan kain sesuai dengan pola yang telah ditentukan, menjahit atau menyambung bagian depan dengan belakang bentuk dasar dari potongan kain yang telah disesuaikan dengan pola sehingga menjadi bentuk dasar busana. Setelah bentuk dasar busana telah terbentuk maka dilakukan teknik monumental tekstil pada busana untuk menghasilkan busana yang inovatif. (Yuni Diantari,2018)
6. *Interpreting of singularity art fashion will be showed in the final collection* (interpretasi keunikan seni fashion yang tertuang pada koleksi final). Interpretasi tentang keunikan budaya Bali terhadap seni fashion terlihat pada tahapan koleksi final (Cora, 2016: 209). *Final collection* adalah hasil akhir karya yang siap untuk dikenakan dan ditampilkan. Hasil akhir karya yang ditampilkan tertuang dalam busana kategori RTWD (*ready to wear deluxe*) dan *Semi Couture*. Pemilihan busana kategori *Semi Couture* membutuhkan pengerjaan secara manual, kurang lebih 80% dari proses

produksi *Semi Couture* memerlukan keterampilan tangan (Hadisurya, 2011: 13). Selain itu dibutuhkan berbagai teknik pengerjaan yang penuh ketelitian. (Yuni Diantari,2018)

7. *Promoting and making a unique art fashion* (promosi dan pembuatan seni fashion yang unik). Tahapan ini mempersiapkan *marketing tools* produksi produk fashion global dan pakaian dengan melakukan presentasikan karya adi busana melalui penyajian karya dalam bentuk pagelaran busana (fashion show). (Yuni Diantari,2018)
- 8 *Affirmation branding* (afirmasi merek). 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). (Yuni Diantari,2018) Wesa Wasita berasal dari Bahasa Sansekerta, Wesa berarti busana dan Wasita berarti perempuan. Wesa Wasita memiliki arti busana yang dibuat oleh seorang perancang wanita. Gambar perempuan berambut panjang tersebut merupakan ilustrasi dari perancang busana. Pemilihan warna emas pada logo dikarenakan warna emas melambangkan sebuah kejayaan, kemakmuran, dan kemewahan, yang diharapkan warna ini selalu memberikan doa agar setiap karya busana yang diciptakan oleh butik Wesa Wasita selalu terkenang dihati para konsumen, dan membawa kembali konsumen untuk datang dan membuat busana mereka lagi.



Gambar 3 : Logo *Wesa Wasita*
(sumber : Nanda Virgyan 2021)

- 9 *Navigating art fashion production by humanist capitalism method* (arahkan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis), yaitu tahapan produksi produk seni *fashion* yang mengacu pada sumber daya manusia sebagai produsen. Metode kapitalis humanis menjadi dasar pertimbangan dalam melakukan produksi baik retail maupun dalam skala besar (Cora, 2016: 210). (Yuni Diantari,2018)
- 10 *Introducing the art fashion business* (memperkenalkan bisnis seni fashion), tahapan ini menekankan siklus atau pendistribusian produk secara kontinu pada dunia global. Indikator keberhasilan produk *fashion* global dan pakaian adalah tetap bertahan dalam produksi dan memiliki pelanggan tetap (Cora, 2016: 211 dalam Yuni Diantari,2018. *Introducing The Art Fashion Business* Pada tahapan ini penulis akan menyusun Business Model Canvas (BMC) untuk mempermudah merancang bisnis dari koleksi karya busana *Persona Of The Little "Nudibranch" In The Abyss*. Business Model Canvas (BMC) dilakukan dengan tujuan untuk memetakan strategi, 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 dari brand *Teares* yang akan menawarkan busana dengan desain

yang flexibel, unisex dan unik. Produk ini akan diproduksi dengan jumlah yang terbatas sehingga memiliki nilai eksklusif.

b. *Customer Segment* merupakan penggolongan konsumen atau target pasar. Konsumen yang dituju adalah orang dewasa dengan kisaran umur 25-40 tahun dari kalangan menengah hingga atas tapi tidak menutup kemungkinan jika ada peminat yang umurnya tidak sesuai dengan target konsumen karena menurut penulis fashion adalah sebuah kebebasan.

c. *Customer Relationship* yaitu cara yang digunakan oleh pebisnis untuk melakukan komunikasi dengan baik kepada konsumen (Customer Segment). Hal ini juga menentukan cara pemasaran yang dipilih. Strategi pemasaran yang dipilih adalah memberikan pelayanan terbaik dan semaksimal mungkin terhadap konsumen.

d. *Channels* merupakan cara yang tepat untuk digunakan dalam menyampaikan Value Propositions bisnis kepada konsumen. Dua metode yang tepat digunakan adalah dengan membuka store atau butik atau secara online melalui media sosial seperti Instagram dan website. Dengan membuka butik pebisnis memberi akses kepada konsumen dengan melihat langsung barang yang akan dibeli tetapi dengan adanya sosial media pun sangat mempermudah komunikasi antar pebisnis dengan pelanggan dan lebih mempermudah untuk memperluas target pasar.

e. *Key Resources* merupakan sumber daya yang dimiliki suatu pebisnis untuk menjalankan suatu usaha. Dalam menjalankan sebuah usaha dibidang fashion pebisnis harus memiliki seorang desainer sebagai kunci untuk mendesain sebuah produk fashion yang akan dikeluarkan tiap season-nya. Dalam membuat sebuah desain diperlukan penelitian dan pengembangan secara

bertahap seiring dengan berjalannya waktu.

f. *Key activities (KA)* merupakan kegiatan utama yang menjelaskan hal terpenting yaitu seorang pebisnis yang harus membuat model atau aturan dalam usahanya. Kegiatan wajib yang dilakukan oleh seorang pebisnis dalam dunia fashion untuk menghasilkan value proposition yang ditawarkan yaitu melalui dengan tahapan kegiatan research and sourcing sebagai konsep dari busana yang akan dibuat, design and development untuk mendesain busana yang diinginkan serta menyusun strategi promosi dan pemasaran busana dengan baik dan benar.

g. *Key Partnership* yaitu pihak-pihak yang diajak bekerjasama dengan tujuan untuk menyokong dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, mengurangi resiko dan ketidakpastian persaingan, serta meningkatkan kinerja. sebagai pebisnis dalam dunia fashion tentu hal yang sangat penting adalah membangun kerjasama yang berhubungan dengan proses pembuatan sebuah produk seperti tukang jahit dan toko kain.

h. *Cost Structure* merupakan rincian pembiayaan terbesar yang harus dikeluarkan oleh sebuah usaha untuk melakukan key activity dan hasilnya berupa value propositions. Biaya yang harus dikeluarkan yaitu saat melakukan tahapan riset, pembuatan sampel, branding, marketing, serta produksi. Revenue Stream yaitu cara menghasilkan keuntungan dari value propositions. Untuk memperoleh keuntungan dari penjualan produk setelah melakukan fashion show, pameran maupun penjualan secara online.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

1. Analisis kain endek

Pelaksanaan magang MBKM ISI Denpasar dilakukan pada tanggal 11 Oktober 2021 yang berlokasi di Perusahaan Pertenunan Astiti, Klungkung. Kegiatan ini dilakukan selama tiga bulan dengan presentase kehadiran enam kali dalam seminggu. Kegiatan di Pertenunan Astiti dibimbing oleh pembimbing mitra ialah dengan membuat desain kain endek orisinal penulis yang

mengambil konsep “Barong Landung” yang merupakan sebuah kisah lampau yang berasal dari Batur, Kintamani, Bangli. Pada kain endek yang telah diciptakan oleh penulis ini terdapat implementasi dari *key word* yang didapat penulis yakni Barong landung, uang kepeng dan juga poleng kotak – kotak yang merupakan motif yang didapat dengan menerapkan teknik *double* ikat pakan.



Gambar 4 : Kain endek motif Barong Landung (sumber: Nanda Virgyan 2022)

Analisis Busana RTWD dan Semi Couture koleksi Kama Thani

- a. Busana *Ready to wear deluxe* (RTWD)

Karya busana RTWD dibuat untuk dikenakan oleh pria, ini ditujukan untuk merepresentasikan Barong Landung laki – laki yang disebut Jero Gede. Pada busana RTWD penulis menggunakan atasan kemeja berlengan panjang dan juga celana model kulot, celana model kulot dipilih penulis untuk menciptakan kesan lebih santai. Busana RTWD terdiri atas 40% kain endek dan 60% kombinasi kain polos. Pada kemeja menggunakan kerah China sebagai representasi akulturasi budaya berdasarkan kata kunci yang didapat dari ide pemantik, pada bagian bawah kemeja bagian kiri dan kanan penulis mengaplikasikan teknik *texmo* untuk menambah tekstur pada busana. Warna yang digunakan pada karya busana RTWD terdiri atas warna merah (kain endek), Hitam, dan Gold, warna ini merupakan bagian dari

kata kunci yang tentunya menjurus ke visualisasi Barong Landung dalam hal ini Jero Gede (Barong Landung laki – laki).

b. Busana Semi *Couture*

Karya busana Semi *Couture* merupakan busana wanita yang bertujuan untuk merepresentasikan Jero Luh (Barong Landung Perempuan). Busana Semi *Couture* terdiri atas 85% endek dan 15% kombinasi kain Brokat, busana ini memiliki model gown dengan siluet A-line dan slim fit yang bertujuan untuk menjadikan pemakai lebih terlihat jenjang dan tinggi. Busana ini dibuat dengan mengusung tema busana *classic elegant*, hal ini dapat dilihat dari pemilihan warna yang lembut dan tidak terlalu banyak menggunakan potongan pada pola busana yang dalam hal ini dapat juga dikatakan *simple* namun tetap meninggalkan kesan indah saat dilihat. Pada busana semi *couture* ini penulis menambahkan potongan brokat pada bagian lutut yang dipotong secara menyudut ke bagian tengah belahan gown, tambahan kombinasi brokat ini diharapkan dapat memberi kesan lebih *elegant* pada busana. Bagian lainnya pada busana ini ialah penambahan jubah berwarna putih untuk lebih merepresentasikan Jero Luh (Barong Landung), pada bagian kerah jubah penulis menggunakan kerah China sebagai ciri khas busana dari negeri tirai bambu tersebut.

WUJUD KARYA

Penciptaan karya busana *ready to wear deluxe* dan semi *houte couture* menggunakan 85 % kain endek yang telah diciptakan oleh penulis, Berikut merupakan penugasan keyword dengan gaya ungkap analogi pada karya busana *Kama Thani* dalam dua tipe busana.

1. Perwujudan karya busana *Ready to wear deluxe* memiliki tingkat pengerjaan yang lebih sulit dari busana *ready to wear*. Dalam hal ini untuk mengimplementasikan *keyword* penulis memilih untuk menciptakan busana pria.



Gambar 5 : Busana *ready to wear deluxe* (sumber: Nanda Virgyan,2022)

2. Busana *Semi Houte Couture* Perwujudan karya busana Semi Haute Couture merupakan karya busana yang tingkat pengerjaannya sulit dan lebih banyak menggunakan teknik tangan sehingga lebih rumit dalam tahap penyelesaiannya. Karya busana semi haute couture ini memiliki nilai dan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan karya busana lainnya karena busana semi haute couture merupakan tahta tertinggi pada fashion dan pengerjaannya yang memakan waktu lebih lama sehingga karya busana semi haute couture ini merupakan busana yang *exclusive*. Pada hal ini penulis memilih untuk menciptakan busana wanita.



Gambar 6 : Busana Semi *Houtue Couture* (sumber:Nanda Virgyan,2022)

SIMPULAN

Proses magang di Pertenunan Astiti diawali dengan pengenalan materi seputar tahapan pembuatan kain endek, dan cara pembuatan motif dengan menggunakan proses digitalisasi menggunakan aplikasi *corel draw*. Selanjutnya mahasiswa magang diharapkan dapat membuat desain motif endeknya sendiri menggunakan imajinasi dan juga keterampilan baru yang diajarkan. Pada awal proses pembuatan penulis sedikit mengalami kesulitan dikarenakan harus memahami pengetahuan dan juga keterampilan baru, namun berkat bimbingan dari mitra dan juga dosen pembimbing, penulis akhirnya dapat menciptakan motif dan juga kain endeknya sendiri. Kain endek yang diciptakan ini akan digunakan sebagai bahan utama pada proses pembuatan karya busana *ready to wear* dan semi

couture berdasarkan konsep yang telah dipilih penulis sebelumnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima Kasih penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa artikel ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak lepas dari kekurangan untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata dalam penulisan yang ada pada artikel. Semoga apa yang sudah penulis hasilkan pada artikel ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Antara, G. E. D., Utama, M. S., & Marhaeni, A. A. I. N. (2017). Analisis Pengaruh Kapasitas Industri, Pemberdayaan dan Teknologi Terhadap Produktivitas Serta Kesejahteraan Pelaku Usaha Industri Kain Tenun Ikat di Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(6): 2223-2256.
- Bali.Pemprov. 2021. Gubernur Koster Resmi Berlakukan Penggunaan Pakaian Berbahan Kain Tenun Endek Bali Setiap Hari Selasa. [baliprov.go.id publication](http://baliprov.go.id/publication).
<https://www.baliprov.go.id/web/gub-ernur-koster-resmi-berlakukan-penggunaan-pakaian-berbahan-kain-tenun-endek-bali-setiap-hari-selasa/>. 20 Desember 2021. (17.58)
- Cora, Ratna. (2016). *Wacana Fashion Global Dan Pakaian Di Kosmopolitan Kuta*. Disertasi. Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar
- Diantari, Y. 2018. Representasi *Gangsing* pada Busana Wanita Retro *Playful*. Tesis. Program Studi Penciptaan dan Pengkajian Seni. Institut Seni Indonesia Denpasar. Bali
- Garaika, G. W. Feryan. 2019. Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*. Vol.16, No.1. 19 Desember 2021. (13.40)
- Kurniawan, NA, Saputra, R, Daulay, AA, & ... (2020). Implementasi Prinsip-prinsip Merdeka Belajar Bagi Calon Konselor. *Prosiding Seminar ...*, conference.um.ac.id, <http://conference.um.ac.id/index.php/bk/article/view/60>, 1 November 2021. 19.00 wita
- Raka, AAG, Mardika, IM, Wahyuni, NM, & ... (2020). Chinese Ancient Coin-Uang kepeng: A Strengthener of Bali and China Relationship. *Journal of ...*, search.proquest.com, <https://search.proquest.com/openview/bf993ae4256fc5406048f11944b3e12f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=466419>. 4 November 2021. 11.00 wita.

- Ramadhan, N. I. 2021. Pengertian Produksi : Fungsi, Tujuan, Jenis, Tahapan dan Faktornya. Gramedia.com publication. gramedia.com/literasi/pengertian-produksi/ . 23 Desember 2021 (09.00)
- Riki, Z. (2019, 21 Juni). Pengrajin Tenun Bali Terkendala Bahan Baku Benang dan Penenun Terlatih. <https://balicitizen.com/perajin-tenun-bali-terkendala-bahanbaku-benang-dan-penenun-terlatih/>
- Sanjiwani. (2019, 14 September). Permintaan Endek Meningkat, Penenun Malah Langka. <http://www.balipost.com/news/2019/09/14/87182/Permintaan-EndekMeningkat,Penenun-Malah...html>
- Saputra, H (2019). *Seni dan Budaya Tenun Ikat Nusantara.*, researchgate.net, https://www.researchgate.net/profile/Hardika-Saputra/publication/333338833_Seni_dan_Budaya_Tenun_Ikat_Nusantara/links/5ce77858299bf14d95b52f89/Seni-dan-Budaya-Tenun-Ikat-Nusantara.pdf
- Suadnyana, IBPE (2020). Kain Tenun Cagcag pada Upacara Manusa Yadnya di Kelurahan Sangkaragung Kabupaten Jembrana. *JĀqĀ nasiddhĀĒnta: Jurnal Teologi* stahnmpukuturan.ac.id, <http://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/jnanasidanta/article/view/820>. 7 November 2021. 13.00 wita
- Suastika, IN, Mangku, DGS, Yuliartini, NPR, & ... (2020). The multi-etnik community integration model in bali: Pholosphical base and proto multiculturalism in balinese society. *International Journal*. 7 November 2021. 14.30 wita.
- Tohir, M (2020). *Merdeka Belajar: Kampus Merdeka.*, osf.io, <https://osf.io/preprints/sv8wq/>. 11 November 2021. 09.00 wita
- Wicaksana, IBA (2021). Historical Temple of Dalem Balingkang: A Balinese Chinese Acculturation. *Bali Tourism Journal*, [balitourismjournal.org, http://balitourismjournal.org/ojs/index.php/btj/article/view/51](http://balitourismjournal.org/ojs/index.php/btj/article/view/51). 1 November 2021. 16.00 wita