

Anting Yang Hilang: Analogi Tradisi Telingaan Aruu Suku Dayak Sebagai Inspirasi Penciptaan Karya Busana

Luh Putu Diah Ayuningrat¹, Ida Ayu Kade Sri Sukmadewi², dan Ni Putu Darmara Pradnya Paramita³

^{1,2,3}Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah Denpasar 80235, Indonesia. Telp 0361-2274316, Fax 0361-236100

E-mail : ayuningratdiah@gmail.com

Abstrak

Telingaan Aruu adalah tradisi memanjangkan telinga oleh orang-orang dari Suku Dayak. Tradisi memanjangkan telinga di kalangan Suku Dayak ini telah lama dilakukan secara turun temurun. Pemanjangan daun telinga ini biasanya menggunakan pemberat berupa logam berbentuk lingkaran gelang dari tembaga yang bahasa kenyah di sebut "Belaong". Dengan pemberat ini daun telinga akan terus memanjang hingga beberapa sentimeter. Namun tidak semua sub suku Dayak di Pulau Kalimantan puunya tradisi ini. Hanya beberapa kelompok saja yang mengenal budaya telinga panjang. Namun, hanya yang mendiami wilayah pedalaman, seperti masyarakat Dayak Kenyah, Dayak Bahau, Dayak Penan, Dayak Kelabit, Dayak Sa'ban, Dayak Kayaan, Dayak Taman, dan Dayak Punan menjadi inspirasi penulis dalam menciptakan karya Tugas Akhir yang digarap melalui proses penciptaan karya Frangipani. Melalui tahapan tersebut penulis dapat menciptakan karya melalui pendalaman tradisi kearifan lokal budaya Telingaan aruu yang kemudian diterapkan dalam tiga kategori busana, yakni busana ready to wear, busana deluxe, dan busana Couture. Karya busana tersebut akan digarap melalui pendekatan Analogi dengan gaya busana Spirituality Classic Twisted, yang diberi judul "Anting yang Hilang"

Kata kunci : *Telingaan aruu, analogi, Spiritual, busana*

The Missing Earrings: Analogy of the Dayak Tribe's Earring Tradition as an Inspiration for Creating Clothing

Telingaan aruu is a tradition of elongating ears by the people of the Dayak tribe. The tradition of lengthening the ears among the Dayak people has long been carried out from generation to generation. The elongation of the earlobe usually uses weights in the form of metal circles in the form of copper bracelets which in the kenyah language are called "Belaong". With this ballast the earlobe will continue to extend up to several centimeters. However, not all Dayak sub-tribes on the island of Borneo have this tradition. Only a few groups know the culture of long ears. However, only those who live in rural areas, such as the Dayak Kenyah, Dayak Bahau, Dayak Penan, Dayak Kelabit, Dayak Sa'ban, Dayak Kayaan, Dayak Taman, and Dayak Punan become the author's inspiration in creating the Final Project which is worked on through the process of creating works Frangipani. Through these stages the author is able to create works by deepening the local wisdom tradition of the Earan aruu culture which is then applied to three categories of clothing, namely ready to wear clothing, deluxe clothing, and Couture clothing. The fashion work will be worked on using an analogy approach to the Spirituality Classic Twisted fashion style, entitled "Lost Earrings".

Keywords : *Aruu ears, analogy, Spiritual, clothing*

PENDAHULUAN

Penulis sebagai mahasiswa yang akan melakukan kegiatan studi/Proyek Independen ini akan membuat sebuah karya busana guna penciptaan tugas akhir yaitu busana ready to wear pada pria, dan busana ready to wear deluxe serta couture pada busana wanita yang mengangkat dari tradisi dari Suku Dayak yaitu Telingaan Aruu. Telingaan Aruu adalah tradisi memanjangkan telinga oleh orang-orang dari Suku Dayak. Tradisi memanjangkan telinga di kalangan Suku Dayak ini telah lama dilakukan secara turun temurun. Pemanjangan daun telinga ini biasanya menggunakan pemberat berupa logam berbentuk lingkaran gelang dari tembaga yang bahasa kenyah di sebut "Belaong". Dengan pemberat ini daun telinga akan terus memanjang hingga beberapa sentimeter. Namun tidak semua sub suku Dayak di Pulau Kalimantan punya tradisi ini. Hanya beberapa kelompok saja yang mengenal budaya telinga panjang. Namun, hanya yang mendiami wilayah pedalaman, seperti masyarakat Dayak Kenyah, Dayak Bahau, Dayak Penan, Dayak Kelabit, Dayak Sa'ban, Dayak Kayaan, Dayak Taman, dan Dayak Punan.

Penulis tertarik mengangkat budaya tersebut kedalam sebuah karya busana karena menurut saya sebagai penulis tradisi ini merupakan tradisi yang sangat unik dalam membentuk sebuah perspektif khususnya dalam standar kecantikan. Standar kecantikan adalah sebuah tolak ukur atau patokan bagaimana seorang wanita dapat dikatakan cantik yang biasanya diukur dari warna kulit, bentuk wajah, tipe rambut, tinggi badan sesuai dengan preferensi masyarakatnya. Memanjangkan telinga merupakan salah satu preferensi standar kecantikan yang cukup berbeda dari standar kecantikan dilingkungan masyarakat modern. walaupun telinga Panjang bukanlah hanya simbol kecantikan saja melainkan banyak simbol lainnya seperti tanda kebangsawanan, derajat serta identitas, namun penulis ingin memfokuskan penerapan tradisi ini dalam konteks kecantikan wanita suku Dayak karena telinga aruu nampak sangat kontras bila dibandingkan dengan standar kecantikan manusia modern. Walaupun tradisi ini sudah tidak diwariskan lagi kegenerasi muda, dalam penciptaan karya busana ini diharapkan kebudayaan unik ini tidak semerta merta dilupakan walaupun sudah ditinggalkan.

METODE PENCIPTAAN

Tahapan penciptaan koleksi "Anting Yang Hilang" menggunakan metodologi desain "FRANGIPANI, *The Secret Steps of Art Fashion*" Ratna C.S, (2016). FRANGIPANI terdiri dari sepuluh tahapan proses perancangan desain fesyen berdasarkan identitas budaya Indonesia.

PROSES PERWUJUDAN

1. *Design brief* (ide pemantik)

Tahap ini meliputi penuangan ide, gagasan, inspirasi ke dalam sebuah rumusan teks, konteks, dan kontekstual. Telingaan aruu yang merupakan kebudayaan & tradisi khas suku dayak kalimantan. Telingaan Aruu adalah tradisi memanjangkan cuping telinga yang dilakukan oleh suku Dayak secara turun temurun yang bertujuan memperlihatkan status sosial serta dibeberapa suku dayak lainnya juga meyakini tradisi ini bertujuan guna melatih kesanggupan menahan penderitaan. Memanjangkan cuping telinga juga untuk menunjukkan kecantikan, dimana suku Dayak memandang pada saat lubang telinga telah panjang dengan banyak anting maka kecantikan seakan lebih terpancar dari wajah mereka Ati Bachtiar, (2017).

Daya Tarik utama dalam tradisi telinga aruu ini adalah bagaimana cara kelompok etnis & suku memandang kecantikan perempuan dengan perspektif yang berbeda dimana anting yang umumnya sebagai symbol femininitas dapat mencakup nilai kekuatan, keteguhan & wibawa dalam tradisi ini.

2. *Research and Sourcing* (riset dan sumber)

Telingaan Aruu atau bisa disebut juga Apang Aruq adalah tradisi memanjangkan telinga oleh orang-orang dari Suku Dayak, Kalimantan. Hanya beberapa kelompok saja yang mengenal budaya telinga panjang. Namun, hanya yang mendiami wilayah pedalaman antara lain masyarakat Dayak Kenyah, Dayak Bahau, Dayak Penan, Dayak Kelabit, Dayak Sa'ban, Dayak Kayaan, Dayak Taman, dan Dayak Punan (thecrowdvoice.com)

kebiasaan memanjangkan telinga muncul dari kepercayaan masyarakat Kenyah pada Bungan Malam, sesosok roh cantik bertelinga panjang Dr. Yekti Maunati, (2004). Telingaan aru

merupakan tradisi yang memiliki masa kejayaan sekitar thn 1800an. memiliki telinga panjang dengan anting berat merupakan sebuah kebanggaan bagi beberapa subsuku Dayak di Kalimantan. namun sekitar tahun 1960an tradisi ini mulai ditinggalkan. generasi muda suku dayak merasa malu bila harus melanjutkan tradisi ini.

Telingaan aruu ini diawali dengan ritual mucuk penikng atau penindikan daun telinga, untuk kemudian dipasang benang sebagai pengganti anting-anting. Setelah luka tindik sembuh, benang tersebut diganti dengan pintalan kayu gabus, yang setiap seminggu sekali diganti dengan yang ukurannya lebih besar. Setelah membesar, lubang pada daun telinga digantungi dengan anting-anting dari bahan tembaga yaitu Belaong dan Hisang. anting pada wanita sebatas dada sedangkan pada pria hanya boleh sebatas bahu (Indonesia.go.id)

Mengenai asal-usul tradisi Telingaan Aruu, hanya sedikit masyarakat Dayak yang mengetahui tentang hal, sedangkan beberapa orang mengetahui asal usul tradisi Telingaan Aruu hanya sebatas warisan leluhur. Hal ini disebabkan oleh nenek moyang Dayak Kalimantan yang memiliki kebiasaan melestarikan ajaran dalam bentuk bercerita dan bukan dengan tulisan. Ketika tradisi Telingaan Aruu mulai ditinggalkan oleh masyarakat Dayak, maka cerita mengenai asal usul juga mulai dilupakan atau tidak diwariskan kepada generasi. Tetapi, ada beberapa bahan yang bisa dijadikan sumber penunjang mengenai asal usul tradisi Telingaan aruu.

Menurut Kepercayaan suku Dayak kenyah, Telingaan Aruu ini diawali dengan ritual mucuk penikng atau penindikan daun telinga, untuk kemudian dipasang benang sebagai pengganti anting-anting. Setelah luka tindik sembuh, benang tersebut diganti dengan pintalan kayu gabus, yang setiap seminggu sekali diganti dengan yang ukurannya lebih besar. Setelah membesar, lubang pada daun telinga digantungi dengan anting-anting dari bahan tembaga yaitu Belaong dan Hisang. anting pada wanita sebatas dada sedangkan pada pria hanya boleh sebatas bahu.

Terdapat juga sumber lain yang menyebutkan Tata pelaksanaan tradisi Telingaan Aruu yang dilakukan masyarakat Dayak Bahau Busang

amat sederhana. Sejak bayi, telinga dilobangi menggunakan sepotong bambu yang telah dibersihkan. Kemudian bambu dibiarkan hingga luka menjadi kering dan kemudian bambu digantikan dengan anting.

Bagi masyarakat Bahau Busang, yang melaksanakan tradisi Telingaan Aruu dalam masyarakat adalah laki-laki dan perempuan. Sedangkan yang menjadi pembeda ialah panjang dari apang aruq dan anting (hisang) yang digunakan. Panjang telinga wanita harus melebihi bahu dan maksimal berada di sekitar dada (payudara). Berbeda dengan telinga laki-laki yang memiliki panjang tidak boleh melebihi bahu.

Berdasarkan pengumpulan data yang berhubungan langsung dengan sumber ide utama yaitu Tradisi telingaan aruu, seperti bagaimana sejarah proses Tradisi memanjangkan telinga dengan media anting yang dilakukan suku Dayak, alat apa saja yang digunakan, dan nilai filosofis. Data hasil riset tersebut digunakan dalam *moodboard* sebagai berikut:



Gambar 1. : *Moodboard*
(Sumber : Ayuningrat, 2022)

3. *Design development* (pengembangan desain)

Design development merupakan hasil riset yang dari hasil riset tersebut dibuat mind mapping, lalu dipilih concept list untuk menentukan keywords, dari keywords tersebut dilakukan penuangan serta pengembangan ide sosio culture Indonesia dalam bentuk visual dengan membuat mood board. Setelah pembuatan mood board, dilanjutkan dengan pembuatan story board sebagai gambaran rancangan visual yang lebih besar secara sederhana. Design development diwujudkan berdasarkan keywords yang telah ditentukan



Gambar 2 : *Design development RTW*
(Sumber : Ayuningrat, 2022)



Gambar 3 : *Design development RTW Deluxe*
(Sumber : Ayuningrat, 2022)



Gambar 4 : *Design development semi couture*
(Sumber : Ayuningrat, 2022)

4. *Sample dan pola construction (sample dan pola)*

Tahapan pembuatan pola dan pecah pola sesuai dengan ukuran standard berdasarkan desain yang dibuat. Pola yang dibuat berdasarkan atas ukuran M standar wanita Asia dan ukuran XL standar pria Asia. Pembuatan pola disesuaikan dengan desain yang dibuat.



Gambar 5 : *Pola Blazer RTWD*
(Sumber : Ayuningrat, 2022)

5. *The final collection (koleksi akhir)*

(menginterpretasikan keunikan seni fashion yang tertuang pada koleksi final). Pada final collection akan menghasilkan 3 busana yaitu busana ready to wear, busana ready to wear deluxe, dan busana Semi Couture. Sebelumnya terdapat 9 buah desain lalu diseleksi sehingga menghasilkan 3 desain terbaik. Setelah melalui tahapan produksi berikut ini adalah final look dari karya “Anting yang hilang” terinspirasi dari tradisi telinga aruu suku Dayak.



Gambar 8 : *final collection*
(Sumber : Ayuningrat, 2022)

6. *Promotion-marketing, branding and sales*

Brand ROPE ka silau merupakan gabungan dari kata Rope & Silau. Rope yang merupakan kata dalam bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia disebut Tali, dan silau dalam KBBI merupakan kata sifat yang secara harfiah berarti berkelau-kilau pandangnya, tidak dapat melihat nyata karena terlampaui terang cahayanya, atau secara kiasan bermakna sangat kagum (tertarik, terpesona). Tali secara komponen penyusunan merupakan utas yang terbuat dari gabungan dari beberapa helai benang (serat komponen yang lebih kecil) sehingga membentuk satu kesatuan yang utuh dan kuat contohnya Tali Goni, Tali macrame dan lainnya. Dengan pemilihan Rope ka silau sebagai nama Brand, diharapkan brand ini dapat menyajikan koleksi busana sustainable (kuat) dan juga menarik perhatian.



Gambar 9 : Logo brand
(Sumber: ayuningrat, 2022)

Logo brand ROPE ka silau diawali dengan huruf 'R' yang merupakan huruf pertama dalam nama brand yang di ilustrasikan dengan pola tali yang meliak-liuk membentuk huruf dengan detail garis - garis halus tekstur penyusun dalam tali. terdapat pola gulungan tali yang mewakili huruf kedua yaitu 'O' dilengkapi kata berikutnya yaitu 'pe'.

Hijau adalah warna alam. Warna ini melambangkan pertumbuhan, harmoni, kesegaran, dan kesuburan. Hijau secara emosional dapat berarti keamanan. Dalam ilmu kelambangan, hijau melambangkan pertumbuhan, harapan dan keamanan. Selain itu, warna ini sering dikaitkan dengan konsep kehormatan, kealamiaan, kesehatan dan lingkungan yang diberikan makna oleh masyarakat, yang kemudian dalam kehidupan sehari-hari warna itu menjadi label sosial atas suatu objek (realitas) (Hasyim, 2015).

7. *Production (Produksi)*

(mengarahkan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis). Tahapan yang mengacu pada sumber daya manusia baik yang melakukan produksi retail hingga besar-besaran. Sumber daya yang dimaksud seperti designer, produsen dan penjahit. Hal ini harus berjalan beriringan agar tujuan dalam produksi dapat tercapai.

8. *The Business (bisnis)*

Tahapan berikutnya adalah 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). Tahapan ini menggunakan Bisnis Model Canvas (BMC) yang disusun untuk memudahkan perancangan bisnis dari koleksi Anting yang hilang Kolaborasi dengan Pagi Motley Studio dengan ide pemantik sosial kultur tradisi Telingaan Aruu berasal dari daerah Suku Dayak, Kalimantan.

Menurut Lelly Azizah Business Model Canvas atau BMC merupakan sebuah strategi manajemen yang disusun untuk menjabarkan ide dan juga konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual. Secara sederhana, definisi Business Model Canvas yaitu kerangka manajemen untuk mempermudah dalam melihat gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat. Jika dibandingkan dengan bisnis plan yang berpuluh-puluh halaman, business model canvas ini jauh lebih ringkas karena disusun ke dalam satu halaman saja. Oleh karena itu, kerangka bisnis ini paling populer di kalangan bisnis startup. Pada awalnya, business model canvas diperkenalkan pada tahun 2005 oleh seorang entrepreneur asal Swiss yang bernama Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul Business Model Generation. Di dalamnya, Ia menerangkan mengenai framework sederhana yang merepresentasikan elemen-elemen penting yang ada di dalam model bisnis. Penerapan Sembilan komponen blok yang terdapat pada Business Model Canvas (BMC) ke dalam koleksi karya busana Anting yang Hilang berkolaborasi dengan pagi motley Studio dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 10 : Business model canva
(Sumber: ayuningrat 2022)

- a) Key Partners yaitu rekan mitra utama dalam usaha sebagai vendor atau mitra untuk memasarkan produk berupa barang dan atau jasa, sehingga memenuhi kualitas produk yang diinginkan sesuai kebutuhan pelanggan. Key Partners meliputi sebagai berikut : Garment dan Convection sebagai mitra dalam produksi koleksi pakaian, Model agency adalah perusahaan yang mewakili model fashion yang berkerja dalam industri fashion guna keperluan pagelaran maupun photoshoot. Shipping service adalah proses layanan secara fisik dari pengiriman barang atau muatan via darat, laut atau udara. Store adalah tempat dimana brand memasarkan koleksinya. Store bisa berupa tempat fisik maupun website online. key activities seperti pada frasenya adalah aktivitas-aktivitas kunci yang menjadi penentu keberhasilan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Aktivitas-aktivitas ini merupakan kunci dalam memberikan value proposition kepada pelanggan, memasuki pasar, menjaga hubungan dengan pelanggan dan mendapatkan pendapatan. Key Activities meliputi Research & Sourcing sebagai proses mencari referensi dan memperkuat gagasan dari sebuah ide yang dimiliki dengan mencari sumber-sumber valid seperti jurnal,buku,dan artikel.
- b) Design Development (Pengembangan Rancangan) merupakan tahap pengembangan dari pra rancangan yang

- sudah dibuat dan perhitungan-perhitungan yang lebih detail, mencakup : Perhitungan-perhitungan detail (struktural maupun non struktural) secara terperinci gambar-gambar detail. 3. Marketing adalah sebuah upaya untuk memperkenalkan produk kepada para pelanggan. Upaya tersebut dilakukan dengan beberapa cara, seperti promosi, distribusi, penjualan, dan juga strategi pengembangan produk itu sendiri. Key resources adalah sumber daya yang perusahaan perlukan untuk melakukan aktivitas dan proses bisnis dan proses bisnis. Key resources meliputi Physical (Studio, machine) Human (designer stuff) Financial (cash, transfer) Logo
- c) Branding Value proposition adalah suatu nilai yang dijanjikan perusahaan untuk diberikan kepada pelanggan jika mereka membeli produknya. Man & Womans wear, Spiritually twised look, Indonesia culture concept,dan eksotic design.
 - d) Customer relationship ialah strategi pemasaran terbaik dalam mempertahankan klien, konsumen, atau pelanggan yang telah ada dengan cara mengelolanya agar melakukan pembelian berulang, sehingga konsumen tidak akan lari ke kompetitor. Customer relationship meliputi Seasonal discount, Endorsment, Customer life style, approach by sosial media, Automated, dan customer service
 - e) Channels adalah saluran untuk berhubungan dengan para pelanggan. Komunikasi, distribusi, dan jaringan penjual atau sales merupakan salah satu usaha perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. media yang digunakan adalah Website, Sosial media, Catalouge, Partner shop, dan Fashion show.
 - f) Customer segment adalah cara mempersonalisasi pesan pemasaran customer untuk berkomunikasi lebih baik dengan berbagai kelompok pelanggan, lalu kalau customer adalah bagian penting dari sebuah perusahaan. segment pasar yang disasar antara lain :
17 - 35 Years Old
Man & Female Market Orientation

Local & International Sosial grade
Middle - Upper class
Character : Antique
Organic

- g) Cost structure adalah biaya yang mengacu pada jenis dan juga proporsi relatif dari biaya tetap dan variabel yang dikeluarkan secara rutin oleh perusahaan. biaya tetap meliputi :
- Employer salary
 - Manufacturing cost
 - Marketing cost
 - Of sale cost
 - Fashion show
- h) Revenue stream adalah sumber-sumber yang berkontribusi mengisi kas perusahaan, baik secara langsung melalui proses pertukaran produk/jasa atau tidak langsung. sumber kas perusahaan bersumber pada penjualan produk dan wholesale.

WUJUD KARYA

Wujud suatu karya busana dapat digambarkan melalui penerapan prinsip-prinsip desain pada busana serta unsur estetika yang terdapat didalamnya. Berikut merupakan elemen-elemen dan prinsip desain serta unsur estetika yang ada pada busana:

1. Elemen titik

- a) Elemen titik pada busana *RTW* terdapat elemen titik berupa motif vest.
- b) Elemen titik pada busana *RTWD* terdapat elemen titik berupa motif top & detail kerah.
- c) Elemen titik pada busana *Semi Couture* terdapat elemen titik berupa detail tassel dengan manik kayu serta payet yang tersusun di bagian cup corset.

2. Elemen garis

- a) Elemen garis pada busana *RTW* ini memiliki garis sebagai outline penyatu transisi warna dari vest berwarna dasar coklat ke dalaman biru yang merupakan bagian penting dari nilai estetika dalam perpaduan warna.

- b) Elemen garis pada busana *RTWD* ini memiliki garis sebagai motif pada kerah dan detail pada sambungan lengan blazer. Garis meliuk-liuk pada kerah melambangkan keluwesan bertahan hidup.
- c) Elemen garis pada busana *Semi Couture* memiliki garis sebagai motif pada outline dari setiap bagian tepi busana yang mempengaruhi keseimbangan komposisi dalam warna busana.

3. Elemen bentuk

- a) Elemen bentuk busana *RTW* terdapat pada bentuk motif bunga terong pada bucket hat.
- b) Elemen bentuk busana *RTWD* terdapat pada bentuk motif pakis suku Dayak dan motif daun ecoprint.
- c) Elemen bentuk busana *Semi Couture* terdapat pada lengan busana yang merepresentasikan bentuk telinga yang menganalogikan daun telinga, lubang telinga dan cuping telinga Panjang yang menggunakan anting.

4. Elemen tekstur

- a) Pada busana *RTW* terdapat teknik crochet menghasilkan tekstur unik, dan bervolume.
- b) Pada busana *RTWD* terdapat teknik crochet menghasilkan tekstur unik, dan bervolume.
- c) Pada busana *Semi Couture* terdapat tekstur pada busana terdapat dalam treatment kain dengan melakukan manipulasi fabric pada bagian badan busana dan embroidery pada bagian lengan busana.

5. Elemen warna

- a) Warna dalam karya busana *RTW* memiliki 5 perpaduan yaitu coklat tua, biru, dan merah tembaga sebagai warna pokok, serta putih dan nude sebagai warna penunjang.
- b) Warna dalam karya busana *RTWD* memiliki 4 perpaduan yaitu coklat, biru,

- dan merah tembaga sebagai warna pokok.
- c) Warna dalam karya busana *Semi Couture* memiliki 4 perpaduan yaitu coklat tua, coklat muda, indigo, dan merah tembaga sebagai warna pokok dan warna putih sebagai warna penunjang.
6. Elemen ukuran
 - a) Busana *RTW* ini menggunakan siluet H, berukuran oversize, dengan berpatokan pada ukuran L standar pria.
 - b) Busana *RTWD* ini menggunakan siluet H, berukuran relaxed fit pada blazer namun body fit pada crop top dengan berpatokan pada ukuran M standar wanita.
 - c) Busana *Semi Couture* ini menggunakan siluet Y, yang memiliki look body fit pada bagian atasan dengan berpatokan pada ukuran M standar wanita.
 7. Prinsip keseimbangan
 - a) Prinsip keseimbangan yang ada pada busana *RTW* ini terdapat pada keseimbangan komposisi warna dan juga kesimetrisan motif pada karya busana ready to wear.
 - b) Prinsip keseimbangan yang ada pada busana *RTWD* ini terdapat pada keseimbangan pemaknaan motif pakis Dayak yang memiliki arti keseimbangan kehidupan manusia dengan lingkungan
 - c) Prinsip keseimbangan yang ada pada busana *Semi Couture* ini terdapat pada keseimbangan proporsi busana yang simetris.
 8. Prinsip kesatuan
 - a) Prinsip kesatuan busana *RTW* ada pada komposisi setiap item dalam busana yang menjadi kesatuan yang utuh.
 - b) Prinsip kesatuan busana *RTWD* ada pada komposisi setiap item dalam busana yang menjadi kesatuan yang utuh.
 - c) Prinsip kesatuan busana *Semi Couture* ada pada komposisi setiap item dalam busana yang menjadi kesatuan yang utuh.
 9. Prinsip irama
 - a) Prinsip irama busana *RTW* ada pada bagian motif busana yang memiliki bentuk berbeda namun memiliki kesamaan dalam bentuk dasar yaitu bentuk geometris lingkaran. Dengan penggunaan teknik yang berbeda dalam terbentuknya motif menghasilkan variasi bentuk beragam serta berirama.
 - b) Prinsip irama busana *RTWD* ada pada bagian hairpiece yang menjadi memiliki tone warna lebih bold dari keseluruhan busana. item kecil ini memberi kesan kuat yang memperkaya tanpa merusak irama dalam busana.
 - c) Prinsip irama busana *Semi Couture* ada pada bagian hairpiece mengusun bentuk dasar geometris bulat kemudian disatukan dan disusun hingga membentuk garis-garis hingga menyerupai kelopak bunga dengan ukuran
 10. Prinsip pusat perhatian
 - a) Pusat perhatian busana *RTW* terdapat pada hairpiece yang memiliki detail sepasang anting besar berbahan tembaga.
 - b) Pusat perhatian busana *RTWD* terdapat pada motif pakis suku Dayak pada bagian belakang busana.
 - c) Pusat perhatian busana *Semi Couture* terdapat pada bagian hairpiece & kalung yang disusun oleh manik- manik berukuran besar.
 11. Prinsip proporsi
 - a) Busana *RTW* menggunakan proporsi 1:1 dimana bagian atas dan bawah seimbang
 - b) Busana *RTWD* menggunakan proporsi 1:1 dimana bagian atas dan bawah seimbang.

- c) Busana *Semi Couture* menggunakan proporsi 1:1 dimana bagian atas dan bawah seimbang.

SIMPULAN

Dalam penciptaan karya Tugas Akhir, penulis mengambil kebudayaan telingaan aruu suku dayak sebagai ide pemantik dalam pembuatan karya dengan gaya ungkap analogi dalam menuangkan ide-ide dalam desain. Diwujudkan menggunakan metode. proses penciptaan karya fashion FRANGIPANI sebagai acuan dalam penggarapan karya Tugas Akhir. Penciptaan tersebut terdiri dari 10 tahapan, penulis menerapkan 8 tahapan penciptaan fashion pada karya.

Penulis berharap artikel ilmiah ini dapat memberikan pembaca ilmu dan manfaat. Proses penciptaan karya berjudul “anting yang hilang” ini mengangkat kebudayaan yang ada di Indonesia sebagai salah satu bentuk cinta tanah air dan melestarikan budaya nenek moyang secara ringkas dan mudah dipahami pembaca.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih serta rasa syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmatnya artikel berjudul Digdaya dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Ucapan terimakasih terhadap dosen pembimbing 1 Ibu Ida Ayu Kade Sri Sukmadewi dan dosen pembimbing 2 Ibu Ni Putu Darmara Pradnya Paramita dan mitra Pagi Motley dalam pembimbingan yang selalu memberikan masukan dalam proses pembuatan tugas akhir ini, serta pihak-pihak lain yang juga telah membantu tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Andasaputra, Nico dan Julipin, Vicentius, 1997. Mencermati Dayak Kanayatn. Pontianak: Insitute of Dayakology Research and Development.
- Ashis Kumar Samanta, Adwita Konar. 2021. Dyeing of Textiles with Natural, Department of Jute

and Fibre Technology, Institute of Jute Technology, University of Calcutta India

- Bachtiar, Ati. (2016). Telinga Panjang Mengungkap yang Tersembunyi. Jakarta: RBS Irawan.
- Broadbent, Geoffrey. Design in Architecture. Architecture and the Human Sciences. 1973. John Wiley and Sons. Ltd: London
- Florus, Paulus, ed., 2005. Kebudayaan Dayak: Aktualisasi dan Transformasi Pontianak: Institut Dayakologi.
- Jalaludin Tunsam, 1660. 2003. Pengertian dan Perbedaan Adat, Kebudayaan dan Peradaban. <http://www.himmaba.com/2003/03/pengertian-dan-perbedaan-adat.html>.
- Kaya, Indonesia, “Talawang Pertahanan Terakhir suku Dayak”. 15 Desember 2014. <http://www.indonesiakaya.com/kanal/detail/talawang-pertahanan-terakhir-sukudayak.html>
- Sanento Yuliman, Dua Seni Rupa, Jakarta: Kalam, 2001. Sopandi Achmad, Motif Dayak Kalimantan Barat, Jakarta: Eprints, 1997.
- Sellato, Bernard. 2002. Innermost Borneo: Studies in Dayak Culture (Pembelajaran Kebudayaan Suku Dayak). Singapura: Singapore University Press.
- Sudharsana, T.I.R.C. (2016) Wacana Fesyen Global dan Pakaian di Kosmopolitan Kuta. Disertasi. Universitas Udayana