

## Ambus Pati Arum: Penciptaan Karya Busana Berkonsep Tradisi Pemakaman Desa Trunyan Berkolaborasi dengan CV. Terimakasih Banyak

Kadek Ditha Oktaviani Lestari<sup>1</sup>, A.A. Ngr. Anom Mayun K. Tenaya<sup>2</sup>, dan I Wayan Karja<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Desain Mode, <sup>3</sup> Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80235, Indonesia

E-mail: [dithaoktavia85@gmail.com](mailto:dithaoktavia85@gmail.com)

### Abstrak

*Ambus Pati Arum* merupakan karya busana dengan konsep tradisi pemakaman desa Trunyan atau disebut mepasah sebagai ide pemantik utama dan berkolaborasi dengan CV. Terimakasih Banyak yang akan direalisasikan ke dalam 3 jenis busana yaitu *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *couture*. Realisasi karya tersebut memerlukan tahapan yang sistematis agar busana yang dihasilkan dapat terwujud sesuai dengan sumber ide yang telah ditentukan. Tahapan perancangan busana yang dapat diterapkan adalah tahapan proses desain *fashion* bertajuk *Frangipani: The Secret Steps of Art Fashion* oleh Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana yaitu : (1) Menemukan ide pemantik berdasarkan budaya Bali, (2) Riset dan sumber seni fesyen, (3) Analisa estetika elemen seni fesyen berdasarkan kekayaan budaya Bali, (4) Menarasikan ide seni fesyen ke dalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi, (5) Memberikan jiwa-taksu pada ide seni fesyen melalui contoh, sampel, dan konstruksi pola, (6) Menginterpretasikan keunikan seni fesyen yang tertuang pada koleksi final (7) Mempromosikan dan membuat seni fesyen yang unik, (8) Afiriasi merek (9) Mengarahkan produksi seni fesyen melalui metode kapitalis humanis, (10) Memperkenalkan bisnis seni fesyen. Hasil dari penerapan *Frangipani* ini yaitu mewujudkan karya busana yang sesuai dengan prinsip desain sampai dengan tujuan komersil/bisnis.

**Kata kunci :** Kolaborasi, Mepasah, Busana, Frangipani.

### *Ambus Pati Arum: The Creation of Fashion Works with the Concept of the Tradition of Trunyan Village Fuel in Collaboration with CV. Terimakasih Banyak*

*Ambus Pati Arum* is a fashion creation with the concept of the Trunyan village funeral tradition or called mepasah as the main starting idea and in collaboration with CV. Terimakasih Banyak, which will be realized in 3 types of clothing, namely *ready to wear*, *ready to wear deluxe* and *couture*. The realization of the work requires systematic stages so that the resulting clothing can be realized in accordance with the predetermined source of ideas. The stages of fashion design that can be applied are the stages of the fashion design process entitled *Frangipani: The Secret Steps of Art Fashion* by Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, namely: (1) Finding lighter ideas based on Balinese culture, (2) Research and sources of fashion art, (3) Aesthetic analysis of fashion art elements based on the richness of Balinese culture, (4) Narrating fashion art ideas into two-dimensional or three-dimensional visualization, (5) Providing a taksu soul to fashion art ideas through examples, samples, and pattern construction, (6) Interpreting the uniqueness of fashion art contained in the final collection (7) Promoting and creating unique fashion art, (8) Affirming the brand (9) Directing the production of fashion art through humanist capitalist methods, (10) Introducing the fashion art business. The result of applying this *Frangipani* is to create fashion works that are in accordance with design principles to commercial/business goals..

**Keywords :** Collaboration, Mepasah, Clothing, Frangipani

## PENDAHULUAN

Kampus Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan kebijakan yang digagas oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yaitu Nadiem Makarim dengan tujuan agar dapat mencetak lulusan yang berkompeten dalam *soft skill* maupun *hard skill* dimana di era revolusi industri 4.0 ini sangat erat kaitannya dengan teknologi, sehingga MBKM hendak memberikan kebebasan dan otonomi kepada Lembaga Pendidikan, dan merdeka dari birokratisasi, dosen dibebaskan dari birokrasi yang berbelit serta mahasiswa diberikan kebebasan untuk memilih bidang yang mereka sukai. Program ini berguna untuk mahasiswa agar bisa terjun langsung ke dunia kerja sesuai dengan bakat dan minatnya melalui magang/studi independen.

Kegiatan Studi/Proyek Independen merupakan bentuk pembelajaran yang mengakomodasi kegiatan mahasiswa yang memiliki passion untuk mewujudkan karya besar atau karya dari ide yang inovatif. Studi/proyek independen menjadi pelengkap dari kurikulum yang sudah diambil oleh mahasiswa. Pihak Institut atau fakultas menjadikan studi independen untuk melengkapi topik yang tidak termasuk dalam jadwal perkuliahan, tetapi masih tersedia dalam silabus program studi atau fakultas. Kegiatan proyek independen dapat dilakukan dalam bentuk kolaborasi dengan mitra yang sudah bekerjasama dengan Institut, salah satunya yaitu CV. Terimakasih Banyak.

CV. Terimakasih Banyak merupakan salah satu perusahaan yang didirikan oleh Ida Bagus Ratu Antoni Putra, S.Sn., M.Sn atau yang akrab dipanggil Monez, bergerak dalam bidang ilustrasi dengan ciri khas warna yang solid dan karakter uniknya sehingga dipercaya untuk berkolaborasi dengan beberapa brand.

Studi Independen ini khususnya di dalam program studi Desain Mode diarahkan untuk menghasilkan karya busana dengan tema Diversity of Indonesia. Hal tersebut bertujuan untuk menggali lebih dalam kebudayaan yang ada di Nusantara, baik dari segi tradisi budaya, kuliner, musik dan lainnya. Dalam hal ini penulis menggunakan salah satu tradisi pemakaman yang ada di Desa Trunyan sebagai ide pemantik kolaborasi penciptaan karya busana yang berjudul “AMBUS PATI ARUM”.

Desa Trunyan merupakan salah satu desa adat tertua di Bali atau disebut Bali Aga/Bali Mula. Taru berarti pohon, sedangkan Menyan berarti harum. Pohon Taru Menyan, hanya tumbuh di daerah ini sehingga jadilah Tarumenyan yang kemudian lebih dikenal sebagai “Trunyan” yang diyakini sebagai asal usul nama desa ini. Hal yang paling dikenal dan menarik banyak wisatawan untuk berkunjung adalah pemakaman Desa Trunyan. Masyarakat Bali pada umumnya melakukan proses pembakaran mayat yang dikenal dengan istilah Ngaben. Namun, penduduk Desa Trunyan melakukan proses upacara pemakaman yang sangat unik yang disebut mepasah.

Pada dasarnya, desa ini memiliki tradisi pemakaman yang disebut mepasah yang tidak dilakukan dengan penguburan di dalam tanah atau pembakaran seperti pada umumnya di Bali, melainkan dengan meletakkan jenazah yang sudah dibungkus dengan kain kafan di bawah pohon yang hanya boleh menampung 11 jenazah selanjutnya dikelilingi anyaman dari pohon bambu atau yang disebut “ancak saji” yaitu ikatan dibuat dari bahan bambu kemudian ditempatkan di atas lubang kuburan secara melingkar yang bertujuan untuk melindungi mayat dari gangguan binatang. Pada pemakaman Trunyan hanya terdapat 11 makam yang digunakan untuk 11 jenazah, apabila akan ada jenazah yang ingin dimakamkan, maka jenazah yang

lama digantikan dengan jenazah yang baru tersebut, dan jenazah yang lama akan dipinggirkan di tempat lain tapi masih berada di daerah pemakaman.

Menurut tradisi yang berlaku, pemakaman terbagi menjadi tiga kategori, yaitu : Sema wayah (Meninggal dengan wajar dan sudah berkeluarga sehingga diletakkan tanpa dikubur), Sema nguda (Meninggal dengan belum berkeluarga namun tidak mengalami cacat sehingga teknik pemakamannya bisa mepasah ataupun penguburan), dan Sema bantas (Meninggal dengan cara yang tidak wajar sehingga dilakukan dengan penguburan atau dikebumikan). Tradisi tersebut dilakukan bertujuan sebagai penetralisir bau harum agar tidak keluar hingga ke negeri seberang dan terhindar dari kedatangan atau ancaman dari luar wilayah (Masitoh, 2021).

Desa Trunyan memiliki keunikan lainnya, dimana tidak akan menemukan perempuan dari Desa Trunyan yang berkunjung ke pemakaman. Mereka percaya bahwa desa akan terkena gempa bumi atau letusan gunung berapi jika perempuan mendatangi pemakaman tersebut, dimana saat melakukan prosesi pemakaman, hanya para laki-laki saja yang diizinkan mengantarkan jenazah dari persiapan hingga ke pemakaman. Setelah dari pemakaman para lelaki juga harus melakukan proses pembersihan diri, baru setelah itu dibolehkan masuk ke Pura Pancering (Indonesia.Go.Id, 2019).

Masyarakat awam, yang mengunjungi pemakaman ini akan menimbulkan rasa yang tidak enak dan merasa bahwa masyarakat Trunyan memberikan perlakuan yang tidak layak kepada orang yang telah meninggal. Diperlukan pemahaman dan spiritual yang tinggi untuk mampu menerima hal tersebut sebagai sebuah tradisi dan budaya yang bernilai tinggi karena orang Trunyan juga merupakan salah satu kelompok masyarakat yang mempercayai adanya

reinkarnasi/kelahiran kembali. Kematian bukanlah akhir dari kehidupan, tetapi awal dimulainya kembali perjalanan roh untuk lahir dan memulai karmanya lagi di dunia. Badan kasar yang telah meninggal akan ditinggalkan roh pemiliknya untuk berganti dengan roh yang baru saat kelahiran kembali. Bagi masyarakat Desa Trunyan, setelah kematian dan mensemayamkan jenazah di kuburan, hal yang harus mereka lakukan adalah melakukan upacara untuk perjalanan roh untuk bisa kembali ke pura keluarga sehingga lebih dekat dengan keluarga dan bisa kembali ke dunia melalui kelahiran kembali (Tristia, 2016).

Keunikan tradisi budaya yang dimiliki oleh Desa Trunyan tersebut menjadikan inspirasi penulis untuk mengangkatnya kedalam karya besar busana guna ingin memperkenalkan bahwasannya tradisi pemakaman di desa ini berbeda dengan tradisi pemakaman di desa lainnya. Dari hal ini diharapkan semakin tumbuhnya rasa menjaga tradisi adat budaya yang dimiliki sehingga dapat menjadi daya tarik wisatawan.

#### **METODE PENCIPTAAN**

Perancangan desain busana memerlukan tahapan yang sistematis agar busana yang dihasilkan dapat terwujud sesuai dengan sumber ide yang telah ditentukan. Salah satu tahapan perancangan busana yang dapat diterapkan adalah tahapan proses desain fashion bertajuk *Frangipani: The Secret Steps of Art Fashion* oleh Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana.

*Frangipani* terdiri dari sepuluh tahapan proses perancangan desain fashion berdasarkan identitas budaya Bali. Kesepuluh tahapan tersebut adalah (1) *Finding the Brief Idea Based on Balinese Culture* (Menemukan ide pemantik berdasarkan budaya Bali), (2) *Researching and Sourcing of Art Fashion* (Riset dan sumber seni fashion), (3) *Analizing Art Fashion Element Taken from the Richness*

of *Balinese Culture* (Analisa estetika elemen seni fashion berdasarkan kekayaan budaya Bali), (4) *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (Menarasikan ide seni fashion ke dalam visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi), (5) *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), (6) *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection* (Menginterpretasikan keunikan seni fashion yang tertuang pada koleksi final), (7) *Promoting and Making a Unique Art Fashion* (Mempromosikan dan membuat seni fashion yang unik), (8) *Affirmation Branding* (Afiriasi merek), (9) *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method* (Mengaraskan produksi seni fashion melalui metode kapitalis humanis), (10) *Introducing The Art Fashion Business* (Memperkenalkan bisnis seni fashion).

## PROSES PERWUJUDAN

### 1. Finding the Brief Idea Based on Indonesian Culture (Menemukan Ide Pemantik Berdasarkan Budaya Indonesia)

Tahap ini meliputi penuangan ide, gagasan, inspirasi ke dalam sebuah rumusan teks, konteks, dan kontekstual. Ide busana dengan *trend neo medieval-exotic dramatic* bergaya *edgy* lahir dari sumber referensi tradisi pemakaman di desa Trunyan sebagai adat istiadat secara turun temurun. Secara kontekstual gagasan tersebut mempromosikan tradisi memisahkan sebagai salah satu identitas bangsa khususnya untuk desa Trunyan yang dimana memiliki perbedaan cara pelaksanaan upacara pemakaman seperti desa lainnya khususnya di Bali yang sering disebut *ngaben*. Ide tersebut dituangkan dalam bentuk *mind mapping*.

### 2. Research and Sourcing of Art Fashion (Riset dan Sumber Seni Fesyen)

Proses penciptaan melibatkan dua jenis riset yaitu riset primer dan riset sekunder. Riset primer yaitu riset dalam rangka pengumpulan data yang berhubungan langsung dengan sumber ide utama dalam hal ini adalah tradisi pemakaman di Bali dan khususnya di desa Trunyan, seperti sejarah dan nilai filosofis. Riset sekunder adalah riset dalam menggumpulkan data-data penunjang data riset primer. Riset sekunder lebih kepada visual riset, yaitu mengumpulkan data berupa *style, look, siluet, tren, tekstil, model potongan, warna, corak dan tekstur*. Data hasil riset disintesis menjadi kata kunci yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah acuan konsep desain. Rangkuman data visual tersebut dinamakan *mood board/story board* (Sudharsana, 2016).



Gambar 1. Moodboard

(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)

### 3. Analizing Art Fashion Element Taken from the Richness of Indonesian Culture (Analisa Estetika Elemen Seni Fashion berdasarkan Kekayaan Budaya Indonesia)

Analisa estetika elemen seni *fashion*, dalam hal ini tradisi pemakaman di desa Trunyan sebagai warisan budaya bangsa. Analisa estetika ditinjau baik dari konteks prinsip desain dan elemen-elemen penyusunnya. Analisa estetika elemen seni dihubungkan dengan hasil analisa riset sekunder berupa perkembangan *trend fashion, style, look, siluet, cutting, dan tekstil*.

### 4. Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation (Menarasikan Ide Seni

### Fashion ke dalam Visualisasi dua dimensi atau tiga dimensi)

Pengembangan desain merupakan tahap menterjemahkan konsep desain dan *mood board* ke dalam sketsa visual. Pada tahap ini dilakukan riset visual untuk mengeksplorasi bentuk, proporsi, dan tekstur. Tradisi pemakaman di desa Trunyan dikembangkan ke dalam busana baik ide *cutting*, konstruksi, detail, dan ragam hiasnya dengan mengatur elemen-elemen dasar penyusun desain seperti garis, warna, bidang, volume, tekstur, dan lain-lain. Selanjutnya menentukan padu padan *style* dan *look* dari beberapa gagasan yang telah dibuat ke dalam sketsa visual. Prinsip desain dan komposisi perlu diperhatikan untuk memperoleh hasil yang optimal. Hasil akhir berupa sketsa koleksi desain lengkap dengan gambar teknik dan bahan yang akan diaplikasikan ke dalam wujud nyata (Sudharsana, 2016).



Gambar 2. Desain *Ready to Wear* Tampak Depan  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



Gambar 3. Desain *Ready to Wear* Tampak Belakang  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



Gambar 4. Desain *RTW Deluxe* Tampak Depan  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



Gambar 5. Desain *RTW Deluxe* Tampak Belakang  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



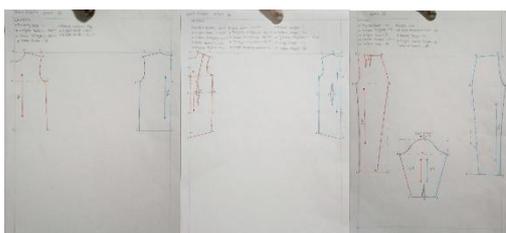
Gambar 6. Desain *Couture* Tampak Depan  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



Gambar 7. Desain *Couture* Tampak Belakang  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)

### 5. *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)*

Pembuatan prototipe atau sampel merupakan tahap lanjutan untuk menghasilkan wujud produk desain sesuai dengan sketsa hasil pengembangan desain. Konstruksi dan *cutting* menjadi fokus utama untuk menghasilkan bentuk dan proporsi yang tepat. Pada tahap ini meliputi proses pembuatan pola dengan teknik gabungan antara *flat pattern* (2 dimensi) dengan *draping / moulage* (3 dimensi). Tujuan dari tahap ini adalah menghasilkan desain yang inovatif sesuai konsep desain. Akhir dari tahapan ini adalah memberi 'nyawa' pada rancangan desain. Proses ini melibatkan pemberian energi positif sehingga antara karakter pencipta dan karya yang dihasilkan memiliki keterhubungan.



**Gambar 8. Pola Dasar Busana**

(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



**Gambar 9. Pola Ready to Wear**

(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



**Gambar 10. Pola Ready to Wear Deluxe**

(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



**Gambar 11. Pola Couture**

(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)

### 6. *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection (Menginterpretasikan Keunikan Seni Fashion yang Tertuang pada Koleksi Final)*

Produk akhir berupa karya desain busana yang sesuai konsep awal, merupakan hasil capaian dalam bentuk produk jadi. Produk akhir selain menghadirkan design yang atraktif juga dapat menyampaikan pesan kontekstual sesuai konsep yang ingin dicapai. Motif yang berkolaborasi dengan Monev ini menyampaikan makna dualitas kehidupan yaitu peralihan dari adanya kehidupan ke kematian yang tercermin dalam warna hitam dan putih, warna oranye yang berarti simbolis dari obor api sebagai penerangan jalan untuk orang yang meninggal. Adanya garis vertikal dan horizontal mencerminkan ancak saji. Ilustrasi tengkorak yang bergaya sedikit ceria dengan dikelilingi dedaunan, bunga dan ranting mencerminkan dari konsep upacara ngaben pada umumnya, dimana tidak boleh menangis, meneteskan air mata atau mengungkapkan kesedihan guna menghormati dan menghibur keluarga yang ditinggalkan sehingga dilakukan sebagai perayaan untuk menghantarkan orang yang meninggal tersebut ke tempat yang lebih baik. Dedaunan, bunga dan ranting mencerminkan adanya bau wangi dari pohon menyany yang mengelilingi jenazah di pemakaman desa Trunyan tersebut.



Gambar 12. Hasil Karya *Ready to Wear*  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



Gambar 13. Hasil Karya *Ready to Wear Deluxe*  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



Gambar 14. Hasil Karya *Couture*  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)

#### 4.2.7 Promoting and Making a Unique Art Fashion (Mempromosikan dan Membuat Seni Fashion yang Unik)

Tahap promosi merupakan tahap lanjutan setelah produk desain akhir terwujud.

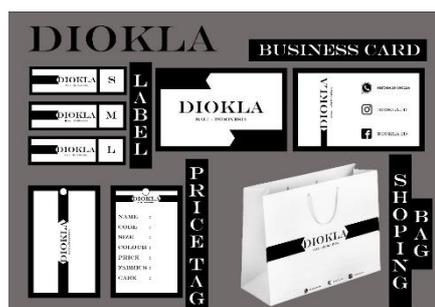
Diawali dengan pembuatan lookbook dan foto editorial untuk keperluan promosi. Lookbook bertujuan agar produk desain yang diciptakan dapat terlihat lebih menarik secara visual. Promosi juga dilakukan dengan mempresentasikan karya dalam bentuk pagelaran busana (fashion show) dan pameran. Pada tahap ini terjadi pertemuan antara pencipta, objek desain yang mengandung nilai kontekstual, dan penikmat/publik seni. Foto editorial bertujuan untuk mempromosikan produk tidak hanya bentuk fisik tetapi juga menyampaikan konsep serta tujuan penciptaan. Foto editorial dan fashion clip digunakan sebagai media promosi secara masif melalui sosial media seperti instagram, youtube, dan facebook.

#### 4.2.8 Affirmation Branding (Afirmasi Merk)

Tahap branding merupakan tahap menentukan positioning brand atau merek pada segmentasi pasar yang sesuai. Proses Branding tidak hanya mengacu pada filosofi brand semata, namun juga harus memperhatikan persepsi pasar mengenai produk tersebut. Branding juga merupakan proses membangun imej brand di mata konsumen. Sesuai dengan landasan teori Semantika produk Krippendorff, bahwa makna sebuah produk desain salah satunya lahir melalui proses interaksi antara produk dengan konsumen/pemakai. Dengan demikian tujuan branding adalah positioning brand pada target pasar yang tepat. Pemetaan estimasi target pasar dari segi demografi, psikografi, dan geografi mempengaruhi proses penciptaan desain.



Gambar 15. Pemilihan Nama Brand  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)



**Gambar 16. Marketing Brand Diokla**  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)

#### **4.2.9 Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method (Mengarahkan Produksi Seni Fashion melalui Metode Kapitalis Humanis)**

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). Kategori busana yang tergolong dalam kategori adi busana membutuhkan berbagai teknik pengerjaan yang penuh ketelitian sehingga, beberapa sumber daya manusia ahli seperti penjahit profesional dilibatkan untuk memahami desain dan konsep dari penciptaan busana ini. Dengan demikian, diperlukan kemampuan desainer dalam menempatkan diri sebagai penerjemah, baik keinginan pembeli, pemilik perusahaan, maupun idealisme desainer. Siklus yang terjaga sejak awal perancangan hingga produksi busana tercapai dengan baik jika komitmen desainer sebagai penerjemah desain antara penjahit dan desainer berorientasi pada pola pikir kapitalis humanis.

#### **4.2.10 Introducing the Art Fashion Business (Memperkenalkan Bisnis Seni Fashion)**

Tahap bisnis merupakan tahap akhir proses penciptaan desain. Produk busana yang telah diciptakan tidak semata-mata untuk kepuasan estetis semata. Faktor ekonomi juga menjadi faktor penting dalam proses penciptaan desain. Tahap ini merupakan evaluasi akhir dari produk yang diciptakan seperti kesesuaian produk dengan hasrat yang ingin dicapai dan disampaikan pencipta dengan tanggapan publik sebagai penilai dan pengguna produk desain. Tanggapan ini dapat digunakan sebagai masukan dalam proses penciptaan desain

selanjutnya. Tahap ini merupakan review terhadap sistem bisnis yang dijalankan. Konsep bisnis dirancang dengan menggunakan sebuah metode yang disebut bisnis kanvas.

Bisnis model kanvas adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2012: 14). Terdapat 9 blok bangunan dalam bisnis model kanvas yaitu; customer segments (segmen pelanggan), value propositions (proposisi nilai), channels (jejaring), 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).

##### *1. Key Partners (Kemitraan Utama)*

Memudahkan dalam proses berjalannya bisnis diperlukan kerja sama dengan pemilik gedung, *garment*, perusahaan produksi bahan baku, *model agency*, dan *shipping company*.

##### *1. Key Activities (Aktivitas Utama)*

Menjalankan bisnis dari awal hingga terus berkembang perlu dilakukan pencarian ide secara kontinu, seperti melakukan riset perkembangan tren dan *review* produk yang dituangkan pada desain gambar 2D, kemudian mewujudkan desain ke dalam visual 3D sebagai *prototype* kemudian melakukan pengembangan konsep yang dituangkan pada produk, sehingga nantinya dapat dipromosikan agar diketahui oleh calon pembeli.

##### *2. Value Propositions (Pemberian Nilai)*

Kelebihan yang ditawarkan melalui produk, dalam karya *Ambus Pati Arum*, busana dapat digunakan untuk wanita dan pria yang terdiri dari 3 kategori yaitu *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *couture* yang bergaya *edgy* dengan tren *neo medieval-exotic dramatic* serta nuansa warna yang elegan.

##### *3. Customer Relationship (Hubungan dengan Pelanggan)*

*Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan) merupakan bagaimana cara menjalin hubungan dengan pelanggan seperti pemberian potongan harga sebesar 10%-20%

setiap bulannya, pemberian potongan harga 10% setiap membeli 12pcs atau per lusin, memberi diskon besar pertama setelah diluncurkan produk (*launching*), mengadakan *giveaway* melalui *instastory* sebagai salah satu media promosi, mengetahui gaya hidup pelanggan melalui pendekatan sosial media seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Youtube* merupakan salah satu cara menganalisa produk yang tepat untuk di produksi selanjutnya.

#### 4. Customer Segments (Segmentasi Pelanggan)

*Customer Segments* (Segmentasi Pelanggan) adalah identifikasi target konsumsi seperti jenis kelamin wanita dan pria, usia 20-40 tahun, status sosial menengah keatas, pecinta *fashion* dan budaya Nusantara dan berdomisili wilayah Indonesia.

#### 5. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Sumber daya dalam melakukan aktivitas bisnis agar dapat berjalan yang dimana dalam produksi busana ini melibatkan perancang, pembuat pola, penjahit, pelukis prada, tempat *printing* kain, pembuat *property* dan tentunya tempat pembelian bahan baku yang digunakan.

#### 6. Channels (Jalur Distribusi)

Cara menjangkau pelanggan dan mendistribusikan produk seperti menggunakan *Instagram*, *WhatsApp*, *E-commerce (Market Place, Shopee, Lazada)*. Penggunaan sosial media ini tentunya selain dapat menghubungi pelanggan juga dapat sebagai media memamerkan produk yang dijual dengan membuat *online shop* tanpa harus memiliki *offline store* terlebih dahulu.

#### 7. Cost Structure (Struktur Biaya)

*Cost Structure* (Struktur Biaya) merupakan pemetaan biaya, struktur biaya yang proporsional untuk menjalankan sebuah bisnis dengan efektif dan efisien sehingga memperoleh pendapatan yang maksimal. Biaya yang dikeluarkan seperti pembuatan desain, sampel produk, produksi (pembuatan pola, penjahit, printing kain, lukis prada, pembuatan *property*), pemasaran, promosi dan susut.

#### 8. Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Menggambarkan sumber pendapatan dari penjualan produk seperti berjualan melalui *online shop*, mapun *offline store*.

**Tabel 1. Business Model Canvas**  
(Sumber: Dokumentasi Pencipta, Ditha, 2022)

KEMITRAAN UTAMA	AKTIVITAS UTAMA	PEMBERIAN NILAI	HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN	SEGMENTASI PELANGGAN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• bahan baku</li> <li>• Penjahit</li> <li>Shipping Service :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• gojek</li> <li>• JNE</li> <li>• J&amp;T Express</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari ide</li> <li>• Menentukan</li> <li>• Sampel produk</li> <li>• Produksi</li> <li>• Pemasaran &amp; promosi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busana siap &amp; selesai</li> <li>• Ready To Wear, Deluxe, Couture</li> <li>• Produk Lokal/Pori (Nusantara)</li> <li>• Menawarkan konsep busana baru dengan tema neo medieval - exotic dramatic</li> <li>• Idei &amp; Nusantara (Terdidukung oleh Desainer)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskon 10% - 20% setiap bulan</li> <li>• Diskon 10% per lusin</li> <li>• Giveaway melalui Instagram, Youtube</li> <li>• Menawarkan produk busana lokal</li> <li>• Menawarkan media sosial</li> <li>• Menawarkan produk busana lokal</li> <li>• Menawarkan produk busana lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis busana lokal dan peranakan</li> <li>• Usia: 20-40 tahun</li> <li>• Kelas sosial menengah ke atas</li> <li>• Busana fashion &amp; budaya Nusantara</li> <li>• Wilayah Indonesia</li> </ul>
	<b>SUMBER DAYA UTAMA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perancang</li> <li>• Pembuat pola</li> <li>• Penjahit</li> <li>• Pelukis prada</li> <li>• Printing kain</li> <li>• Pembuat property</li> <li>• Bahan baku</li> </ul>		<b>JALUR DISTRIBUSI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• WhatsApp, Business</li> <li>• Market Place                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Shopee</li> <li>• Lazada</li> <li>• Toko</li> </ul> </li> </ul>	
	<b>STRUKTUR BIAYA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain</li> <li>• Sampel Produk</li> <li>• Produksi</li> <li>• Pemasaran &amp; promosi</li> <li>• Sewa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko online</li> <li>• Toko Offline</li> </ul>	<b>ARUS PENDAPATAN</b>	

### WUJUD KARYA

Karya busana yang berjudul “*Ambus Pati Arum*” merupakan hasil dari kolaborasi dengan CV. Terimakasih Banyak (Monez). Busana ini terinspirasi dari salah satu tradisi pemakaman yang ada di desa Trunyan yaitu memasah. Tradisi tersebut terbilang unik dikarenakan adanya pohon menyan (taru menyan) yang menyebabkan mayat tidak berbau walaupun mayat hanya diletakan dibawah pohon menyan.

Karya busana “*Ambus Pati Arum*” memiliki karakter yang agak gelap, magis, namun tetap menampilkan sisi elegan yang dituangkan kedalam 3 jenis pakaian yaitu *Ready to wear* (digunakan pria), *Ready to wear deluxe* (digunakan wanita) dan *Couture* (digunakan wanita). Dalam pakaian tersebut mengembangkan trend Neo Medieval yang bergaya edgy. Neo Medieval tercermin dari gaya busana yang membawakan unsur klasik dan tradisional. Unsur alam seperti warna tanah dan pepohonan yaitu cokelat dan hitam, mendominasi *fashion* yang mengadopsi gaya Neo Medieval. Disamping gaya klasik, Neo Medieval juga mencakup perpaduan gaya tradisional dengan gaya masa kini. Sedangkan gaya edgy menerapkan penampilan yang berkarakter dan khas dimana edgy merujuk ke suatu kualitas yang tidak biasa. *Ambus Pati Arum* memvisualisasikan beberapa kata kunci yang mewakili tradisi pemakaman desa Trunyan atau memasah ke dalam karya busana.

- **Taru Menyan**  
divisualisasikan dengan karakteristik menjalar, berwarna cokelat dan wangi. Wangi disini dituangkan ke dalam motif kolaborasi dengan Monez yaitu memberi simbolis bunga.
- **Tengkorak**  
divisualisasikan ke dalam motif kolaborasi Monez dan menggunakan tengkorak 3D sebagai *property*.
- **Sundin (Obor Api)** divisualisasikan membara dan berwarna orange dengan mengaplikasikan kain berwarna orange di beberapa bagian tertentu dan *manipulation textile*.
- **Ancak Saji**  
divisualisasikan dengan ujungnya yang lancip dan terlihat seperti anyaman *klakat*.
- **Kain Putih (Kafan)**  
divisualisasikan dengan kain berwarna putih yang diletakkan di beberapa bagian karya busana.
- **Bade**  
divisualisasikan dengan warna prada emas dan patra samblung. Prada emas tersebut dilukiskan diatas kain beludru dengan motif patra samblung sebagai representasi tumbuh-tumbuhan yang menjalar.

Motif yang berkolaborasi dengan Monez ini menyampaikan makna dualitas kehidupan yaitu peralihan dari adanya kehidupan ke kematian yang tercermin dalam warna hitam dan putih, warna oranye yang berarti simbolis dari obor api sebagai penerangan jalan untuk orang yang meninggal. Adanya garis vertikal dan horizontal mencerminkan ancak saji. Ilustrasi tengkorak yang bergaya sedikit ceria dengan dikelilingi dedaunan, bunga dan ranting mencerminkan dari konsep upacara ngaben pada umumnya, dimana tidak boleh menangis, meneteskan air mata atau mengungkapkan kesedihan guna menghormati dan menghibur keluarga yang ditinggalkan sehingga dilakukan sebagai perayaan untuk menghantarkan orang yang meninggal tersebut ke tempat yang lebih baik. Dedaunan, bunga dan ranting mencerminkan adanya bau wangi dari pohon

menyan yang mengelilingi jenazah di pemakaman desa Trunyan tersebut

## SIMPULAN

Daya tarik tradisi pemakaman desa Trunyan (*mepasah*) dapat dilihat dari perbedaan prosesnya yang dimana tradisi *Ngaben* di Bali pada umumnya membakar mayat/jenazah namun, di Desa Trunyan mayat/jenazah hanya diletakkan dibawah pohon menyan atau *Taru Menyan* dan uniknya mayat/jenazah tersebut tidak mengeluarkan bau busuk karena di netralkan oleh pohon tersebut yang mengeluarkan bau wangi dimana pohon tersebut hanya ada di Desa Trunyan.

Tradisi pemakaman di Desa Trunyan (*mepasah*) ini menjadi sumber inspirasi penulis sebagai penciptaan karya busana *ready to wear, ready to wear deluxe* dan *couture* dengan berkolaborasi dengan mitra CV. Terimakasih Banyak dengan judul *AMBUS PATI ARUM*. Pada tahapan penciptaannya menggunakan metode *Frangipani: The Secret Steps of Art Fashion* oleh Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, (1) *Finding the Brief Idea Based on Balinese Culture* 2) *Researching and Sourcing of Art Fashion* (3) *Analizing Art Fashion Element Taken from the Richness of Balinese Culture* (4) *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation* (5) *Giving a Soul-Taksu to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy, and Construction* (6) *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in the Final Collection* (7) *Promoting and Making a Unique Art Fashion* (8) *Affirmation Branding* (9) *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method* (10) *Introducing The Art Fashion Business*.

Karya yang dihasilkan berupa busana busana *ready to wear, ready to wear deluxe* dan *couture* yang berkolaborasi dengan mitra CV. Terimakasih banyak sehingga menghasilkan busana dengan *trend neo medieval* bergaya *edgy-exotic dramatic*

serta mengaplikasikan elemen seni dan prinsip desain seperti titik, garis, bentuk, bidang, warna, tekstur, keseimbangan, kesatuan, irama, proporsi dan penekanan yang disesuaikan dengan konsep desain dan kata kunci yang digunakan (*keywords*) yaitu : Kain putih, obor api, *bade*, *Taru menyan*, *Ancak saji* dan kepala tengkorak. Koleksi ini dipromosikan dalam *brand* Diokla yang dilengkapi dengan logo, *business card*, *label*, *price tag*, *packaging*, dan melakukan promosi melalui sosial media maupun *e-commerce/market place*. Dalam hal ini diidentifikasi menggunakan tabel *Business Model canvas* untuk mempermudah menjalankan suatu bisnis usaha agar lebih terstruktur.

#### DAFTAR RUJUKAN

- 123dok. Com. (2021). *Kajian tentang Keterampilan Memasang Payet 1. Pengertian Payet*.  
<https://123dok.com/article/kajian-keterampilan-memasang-payet-pengertian-payet.y91j6xvq>. diakses 1 Jan. 2023.
- Apa Itu Net. (2022). "Definisi Kain."  
<https://pengertian.apa-itu.net/definisi-kain.html>
- BaleBengong.Id. (2014) "Monez, Nama Panggilan Yang Menjadi Brand."  
<https://balebengong.id/monez-nama-panggilan-yang-menjadi-brand/>.
- Dalu, Kiky Chily Arum. (2021). *Mepasah Bali, Kekayaan Tradisi dan Budaya Prosesi Pemakaman di Indonesia - Portal Jember*.  
<https://portaljember.pikiran-rakyat.com/regional/pr-161352243/mepasah-bali-kekayaan-tradisi-dan-budaya-prosesi-pemakaman-di-indonesia>.
- Deska, Bintang. (2019). "7 Karakteristik Bahan Drill (Yang Perlu Kamu Ketahui Sebelum Membeli)." *Aminama.Com*.  
<https://aminama.com/bahan-kain-drill/>.
- Diantari, N. K. Y., I. M. G. Arimbawa, dan T. I. R. C. Sudharsana. (2018). Representasi *Gangsing* pada Busana Wanita Retro *Playful*. *PRABANGKARA: Jurnal Seni Rupa dan Desain* 22(2): 90-92.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*. Cetakan ke-1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI. Jakarta.
- Fitinline. (2017). *Seperti Apa Karakteristik Kain Jala Itu?*.  
<https://fitinline.com/article/read/seperti-apa-karakteristik-kain-jala-itu/>
- Florto Studio. (2010). *Monez*.  
<https://id.linkedin.com/in/monezgmang>
- Her, World. (2018). *Mengupas 4 Trend Forecasting 2019/2020*.  
<https://www.herworld.co.id/article/2018/9/10240-Singularity-Mengupas-4-Trend-Forecasting-20192020>
- Ifsadm22. (2022). 6 Referensi Fashion Menurut Para Ahli." *Italian Fashion School*.  
<https://italianfashionschool.id/fashion-menurut-para-ahli/>.
- Jakpat, Admin. (2019). *Trend Fashion 2019 Versi Indonesia Trend Forecasting Dan Vogue*.  
<https://jakpat.net/info/trend-fashion-2019-versi-indonesia-trend-forecasting-dan-vogue/>.
- Kain, Bahan. (2021). *Jenis Dan Karakteristik Kain Sifon Atau Chiffon*.  
<https://www.bahankain.com/2021/10/05/jenis-dan-karakteristik-kain-sifon-atau-chiffon>.
- Kumparan.com. (2021) "*Monez, Mendunia Lewat Ilustrator*."  
<https://kumparan.com/kanalbali/monez-mendunia-lewat-ilustrator>.  
Diakses 1 Januari 2023.
- Liputan6.com. (2021). "Pengertian Estetika Menurut Para Ahli, Unsur, Teori, dan Manfaatnya." *liputan6.com*, 10 Dec. 2021,  
<https://hot.liputan6.com/read/473371>

- 5/pengertian-estetika-menurut-para-ahli-unsur-teori-dan-manfaatnya.
- Maranatha. (2018). “*Teori Fashion secara Etimologi*”.  
[https://repository.maranatha.edu/20632/4/1261037\\_Chapter2.pdf](https://repository.maranatha.edu/20632/4/1261037_Chapter2.pdf)
- Moselo. (2021). *Bahan Bludru: Spesifikasi Lengkap, 4 Karakter Kain dan Tips Penggunaan Terbaik*.  
<https://moselo.com/blog/bahan-bludru/>. Diakses 1 Januari 2023.
- Ngagel. (2022). *Jual Wantex Pewarna Tekstil Surabaya Dari Toko Ngagel Jaya Kimia*.  
<https://www.tokokimiasurabaya.com/wantex-pewarna-tekstil-111572>.  
 Diakses 1 Januari 2023.
- Orami. (2022). *10 Jenis Kain Katun, Ketahui Karakteristiknya untuk Disesuaikan dengan Kebutuhan Pemakaian*. 14 May 2021.  
<https://www.orami.co.id/magazine/kain-katun>.
- Pujiyanto. (2020). “*Warna-Berbicara*”.  
[https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/6\\_warna\\_BERBICARA.pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/6_warna_BERBICARA.pdf)
- Russ. (2020). “*Arti Warna Hitam Menurut Ahli | Makna Dan Artii Yang Terkandung*.”  
<https://www.blackcloud.org/arti-warna-hitam-menurut-ahli/>.
- Sari, N. W. M. N., T. I. R. C. Sudharsana, dan N. P. D. P. Paramita. (2022). *Coronatus: Uncrowned Queen (Metafora Orchid Mantis dalam Busana Pastel Goth)*. *Bhumidevi: Journal of Fashion Design* 2(1): 67-68.
- Sridianti. (2022). *Warna abu-abu: makna dan psikologi*.  
<https://sridianti.com/warna-abu-abu-makna-dan-psikologi.html>. Diakses 1 Jan. 2023.
- Sudharsana, T.I.R.C. (2016). *Wacana Fesyen Global dan Pakaian di Kosmopolitan Kuta*. Disertasi. Universitas Udayana. Bali
- Suyoga, G. (2018). “*Arsitektur Wadah, dari Tradisi ke Industri*”.  
 file:///D:/Downloads/72-Article%20Text-103-1-10-20181213.pdf
- Tamamst. (2021). “*Sering Mendengar Istilah Kain Printing? Ini Dia Penjelasannya Hanya Untuk Kamu!*” *Multisandangtamajaya*, 24 Sept. 2021,  
<https://www.tamamst.co.id/single-post/sering-mendengar-istilah-kain-printing-ini-dia-penjelasannya-hanya-untuk-kamu>.
- Tristia, A. (2016). “*Pengalaman Wisata Penuh Makna*”.  
[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/30eb212db2a680ae47f34f9d26f8ca9f.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/30eb212db2a680ae47f34f9d26f8ca9f.pdf)
- Universitas Pendidikan Ganesha. (2021). *Petunjuk Teknis Studi / Proyek Independen*. Universitas Pendidikan Ganesha. Bali.
- Utari. (2019). “*Menggambar Ilustrasi*”.  
<https://sumber.belajar.kemdikbud.go.id/repos/FileUpload/Seni%20Budaya%20Ilustrasi-BB/Topik-1.html>

#### Daftar Nara Sumber/Informan

Antoni, Ida Bagus Ratu (41th.), desainer grafis, wawancara tanggal 29 Oktober 2022 di rumahnya, Jalan Singasari, Gg. Belibis No.5,