

## ***The Warrior Of Petang Dasa : Metafora Dresta Sasolahan Gebug Ende Dalam Busana Military Look***

Ni Kadek Dwi Sumaningsih<sup>1</sup>, Ida Ayu Kade Sri Sukmadewi<sup>2</sup>, Nyoman Dewi Pebryani<sup>3</sup>

Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

Jl. Nusa Indah Telp. 0361-227316 Fax. 0361-236100 Denpasar 80235

Website :<http://www.isi-dps.ac.id>, E-mail: [fsrd@isi-dps.ac.id](mailto:fsrd@isi-dps.ac.id)

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

### **Abstrak**

Penciptaan busana dilatar belakangi dengan pemilihan konsep Tradisi *Gebug Ende* yang merupakan pertunjukan adu ketangkasan dibawakan kaum laki-laki dengan membawa rotan dan *ende* guna memohon turun hujan dan sebagai pertunjukan hiburan. Tradisi *Gebug Ende* berasal dari Desa Seraya, Karangasem, Bali. Penciptaan ini bertujuan untuk mewujudkan ide Tradisi *Gebug Ende* ke dalam busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture*, menyusun strategi promosi, pemasaran, branding, penjualan koleksi busana, menyusun sistem produksi dan bisnis koleksi busana. Koleksi busana ini menggunakan metode penciptaan yaitu *Frangipani* terdiri dari delapan tahapan: (1) ide pemantik (*design brief*), (2) riset dan sumber (*research and sourcing*), (3) pengembangan desain (*design development*), (4) tahap sampel (*sample, prototype, construction*), (5) koleksi akhir (*final collection*), (6) tahapan promosi (*promotion, sales, and branding*), (7) tahapan produksi (*production*), dan (8) bisnis (*the business*) disertai dengan teori gaya ungkap metafora, teori bentuk atau wujud, teori strategi pemasaran serta teori produksi. *Military look* diangkat dalam penciptaan ini agar keseluruhan tampilan dalam berbusana bergaya atau terlihat seperti militer atau prajurit. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara periklanan di media sosial, membuat logo, label dan pagelaran busana serta sistem bisnis yang dilakukan dengan pembuatan rancangan anggaran biaya produksi dan *business model canvas*. Penciptaan busana ini ikut berkontribusi terhadap dunia *fashion* yaitu menambah khazanah *fashion* atau kekayaan *fashion*, sedangkan pada masyarakat dapat menambah wawasan tentang *fashion* dengan mengungkap konsep sebuah tradisi.

Kata Kunci : *Gebug Ende*, *Military Look*, Prajurit *Petang Dasa*, Metafora *Dresta*

### **The Warrior Of Petang Dasa : Metafora Dresta Sasolahan Gebug Ende Dalam Busana Military Look**

*The creation of fashion is motivated by the selection of the Gebug Ende Tradition concept which is a show of dexterity brought by men by carrying rattan and ende to beg for rain and as entertainment shows. The Gebug Ende tradition originates from Seraya Village, Karangasem, Bali. This creation aims to realize the Gebug Ende Tradition idea into ready to wear, ready to wear deluxe and semi-couture clothing, develop promotion strategies, marketing, branding, fashion collection sales, compile production systems and fashion collection businesses. This fashion collection uses the creation method which is Frangipani consisting of eight stages: (1) design brief, (2) research and sourcing, (3) design development, (4) sample, prototype, construction, (5) the final collection, (6) promotion, sales, and branding, (7) production, and (8) the business is accompanied by a style theory of metaphorical expression, form theory, marketing strategy theory and production theory. The military look was raised in this creation so that the overall appearance in the style of dress or looks like a military or soldier. The marketing strategy is carried out by advertising on social media, creating logos, labels and fashion shows as well as the business system that is carried out by making a draft budget for production costs and business model canvas. This fashion creation contributes to the world of fashion, which is to add to the treasury of fashion or the wealth of fashion, while the public can add insight into fashion by carrying out the concept of a tradition.*

Keywords: *Gebug Ende*, *Military Look*, 'Petang Dasa' Warrior, *Dresta Metaphor*

## PENDAHULUAN

Tradisi adalah kesamaan benda material dan gagasan dari masa lalu namun masih ada hingga kini dan belum dihancurkan atau dirusak. Tradisi yang unik masih dipegang teguh, dilaksanakan dan terjaga dikalangan masyarakat yang masih tertanam dan melekat erat pada kebiasaan dalam kehidupan masyarakat (Setiawati, 2017: 74). Untuk melestarikan tradisi tersebut diperlukan wadah atau jalan yang lain agar generasi penerus untuk menjaga tradisi mereka. Sama halnya seperti tradisi *Gebug Ende* yang terdapat di Desa Seraya, Karangasem. *Gebug Ende* sebagai atraksi budaya masyarakat terdapat di Desa Seraya, Kecamatan Karangasem, Kabupaten Karangasem. Desa Seraya dilihat dari peta pulau Bali posisinya terletak di wilayah paling ujung timur pulau Bali. Jaraknya 10 km dari kota Amlapura setelah melewati obyek wisata Taman Soekasada Ujung.

*Gebug Ende* adalah tradisi masyarakat Seraya yang merupakan pertunjukan adu ketangkasan, dibawakan oleh kaum laki-laki dengan membawa sebuah tongkat pemukul dari rotan dan sebuah perisai atau tameng (*ende*) sebagai pelindung diri dan penangkis dari serangan lawan (Gunarta, 2016 : 35). Tradisi ini memiliki fungsi sosial untuk memohon hujan. Secara etimologi kamus Bali-Indonesia, kata *gebug* berarti pukul atau serang. Dalam hal ini, *gebug* adalah memukul dengan sebilah kayu, pentong atau benda lainnya. Menurut A. A. Gde Putra Agung, kata *gebug* diberi awalan ma- dan menjadi *magebug* yang berarti permainan berpukul-pukulan dengan setangkai rotan dan menggunakan tameng sebagai alat penangkis. Sedangkan *ende* berarti perisai dari kulit yang digunakan dalam permainan *Magebug*.

Keberadaan *Gebug* di desa Seraya sering dihubungkan dengan kisah menarik mengenai masyarakat Seraya yang terkenal kuat fisiknya itu. Pada zaman kerajaan ketika pengiriman pasukan untuk penyerangan ke Lombok pasukan inti berasal dari masyarakat Seraya merupakan “tangan kanan” Raja Karangasem yang memerintah pada waktu itu. Di Desa Seraya ada kisah yang melegenda mengenai *Soroh Petang Dasa* atau 40 orang pendekar yang memiliki kedigjayaan. Prajurit itu adalah orang-orang pilihan yang kebal

(tidak terlukai oleh senjata tajam). Asal muasal terpilihnya orang Seraya menjadi prajurit ialah orang-orang Seraya *ngayah* (gotong royong) ke Puri Karangasem tidak membawa talenan, pahanyalah yang digunakan sebagai ganti talenan. Mengetahui tersebut Raja Karangasem mengajak orang kebal itu dan menjadikannya pasukan 40 orang ekspedisi ke tanah Sasak (Salin, Wawancara 19 Oktober 2019). Mereka itulah sebagai pasukan inti, garda terdepan yang harus tampil lebih dahulu melawan musuh jika ada perang.

Ketika terjadi konflik dengan kerajaan di Sasak mereka direkrut menjadi prajurit dan diajak bersama oleh Raja Karangasem untuk menyerang kerajaan Lombok Barat (Penjanggik dan Seleparang) dan berhasil meraih kemenangan. Dan akhirnya wilayah Sasak dapat dikuasai oleh Raja Karangasem. Sebagai hadiahnya, pasukan dari Seraya diberikan untuk menetap di tanah Sasak. Tempat orang-orang Seraya yang menetap di Sasak diberi nama Seraya Pagesangan. Oleh karena Sasak sudah dikuasai Kerajaan Karangasem, ada pula pasukan yang dari Seraya pulang ke Bali khususnya ke Seraya. “Keturunan dari pasukan 40 orang itulah yang disebut *Soroh Petang Dasa*” kata Made Salin.

Banyak yang mempercayai mereka itu sebagai keturunan yang kuat, dan konon mereka memiliki keturunan “berdarah kuning” yang menyebabkan mereka kebal. Keturunan orang kuat ini terdapat di Banjar Kaler dan Banjar Gambang. Sejak dahulu mereka telah mewarisi kekebalan pada anggota tubuhnya yang tidak terluka oleh senjata buatan manusia. Tentang kepercayaan akan kekuatan ini diyakini bahwa adanya beberapa pura sebagai tempat memohon perlindungan terutama untuk menegakan kebenaran (kepatutan) menghadapi musuh dimanapun mereka tinggal sampai sekarang masih diyakini ampuh dan diberkati secara niskala. Atraksi *magebug* “menyerang” musuh dengan hasil gemilang dirayakan dengan atraksi *Gebug Ende*, disamping juga tradisi khas lainnya seperti *magibung* sebagai ungkapan rasa solidaritas. Maka tradisi *Gebug Ende* mengingatkan peristiwa yang pernah terjadi tersebut. Dengan demikian atraksi *Gebug Ende* sebagai tradisi yang telah diwarisi sejak berabad-abad lalu dan oleh masyarakat setempat tradisi ini telah diteruskan secara

turun-temurun.

Rumusan masalah yang dibahas pada artikel ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mewujudkan ide Tradisi *Gebug Ende* ke dalam busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture*?
2. Bagaimana strategi promosi, pemasaran, *branding*, penjualan koleksi busana *The Warrior of Petang Dasa*?
3. Bagaimana sistem produksi dan bisnis koleksi busana *The Warrior of Petang Dasa*?

## METODE PENCIPTAAN

Metode penciptaan adalah suatu cara teratur yang digunakan untuk menciptakan hasil karya agar sesuai dengan yang dikehendaki. Berdasarkan pengertian tersebut, maka pada penciptaan ini digunakan delapan tahapan *Frangipani*. Tahapan ini telah melalui proses panjang dalam pengujiannya. Pengetahuan tentang fesyen berdasarkan identitas budaya Indonesia khususnya Bali tertuang dalam delapan tahapan ini.

Delapan tahapan *Frangipani* yaitu terdiri dari, tahap pertama yaitu ide pemantik (*design brief*), tahap kedua dinamakan riset dan sumber (*research and sourcing*), tahap ketiga yaitu pengembangan desain (*design development*), tahap keempat yaitu tahap sampel (*sample, prototype, construction*), tahap kelima yaitu koleksi akhir (*the final collection*), tahap keenam yaitu tahapan promosi (*promotion, sales, and branding*), tahap ketujuh yaitu tahapan produksi (*production*), serta tahap kedelapan yaitu bisnis (*the business*) (Cora, 2016 : 203-205).

## PROSES PERWUJUDAN

Ide pemantik yang digunakan untuk penciptaan karya ini adalah *Gebug Ende* yang telah dijelaskan pada pendahuluan. Pemilihan ide pemantik ini diharapkan dapat mencerminkan sisi lain dibalik *Gebug Ende*, tidak hanya menggambarkan atraksi dari *Gebug Ende* saja namun menggambarkan sejarah terbentuknya tradisi tersebut. Tahapan riset dan sumber melakukan pencarian data menggunakan data pustaka atau wawancara. Data yang telah dikumpulkan akan dibuat sebuah pemetaan pikiran atau *mind mapping* konsep yang

berisikan kata-kata penting yang akan dijadikan *keyword* atau kata kunci.

Pemilihan untuk *keyword* haruslah menggambarkan keidentikan dari ide pemantik yang digunakan yaitu, tradisi *Gebug Ende*. *Keyword* yang dipilih yaitu, *soroh petang dasa*, *poleng*, perisai, rotan, lincah, kebal. *Keyword soroh petang dasa* dideskripsikan prajurit 40 orang, keturunan, garda terdepan yang diimplementasikan menjadi *military look*, gaya *edgy* dan maskulin. *Keyword poleng* dideskripsikan *rua bhineda*, baik buruk, dan sportifitas yang diimplementasikan menjadi motif kain *digital print*, warna merah, putih, hitam. *Keyword perisai* dideskripsikan alat pelindung diri, menangkis dari serangan lawan yang diimplementasikan menjadi motif anyaman, bentuk bulat, warna coklat, dan teknik *laser cut*. *Keyword rotan* dideskripsikan alat memukul, senjata perang, panjang yang diimplementasikan menjadi variasi tali dan *leg harness*. *Keyword lincah* dideskripsikan suatu gerakan yang tidak beraturan agar bisa menghindari dari lawan dan menyerang lawan yang diimplementasikan menjadi taburan *beads*, stik silang, bentuk tali elastis, dan *flare peplum*. *Keyword kebal* dideskripsikan tidak terlukai oleh senjata tajam yang diimplementasikan menjadi pemilihan kain kulit sintetis.

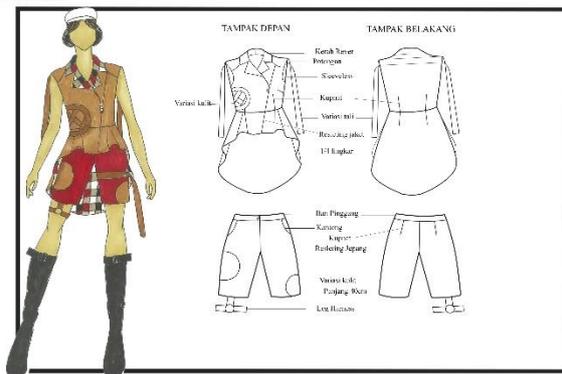
Pengembangan desain (*design development*) pada tahap ini, ide pemantik dan informasi yang diperoleh pada riset dan sumber diproses menjadi bentuk desain berupa sketsa desain karya busana. Desain busana yang dibuat berupa desain *ready to wear* untuk pria, desain *ready to wear deluxe* untuk wanita dan *semi couture* untuk wanita. Luaran pengembangan desain ini berupa desain sketsa ilustrasi mode.



Gambar 1. Desain Terpilih Ready To Wear, Semi Couture, Ready To Wear Deluxe  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

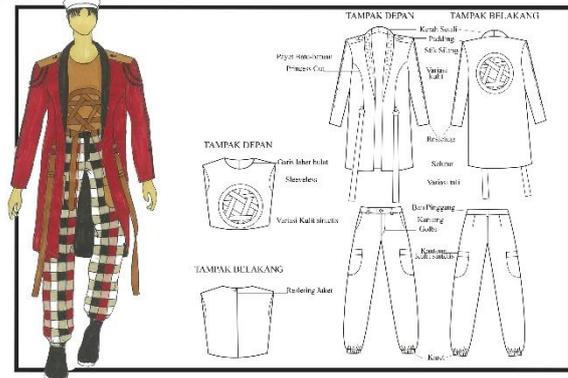
Deskripsi desain merupakan tahap dimana dari desain yang telah dipilih digambarkan atau dijelaskan bagian-bagian yang terdapat pada desain tersebut, mulai dari detail, letak bukaan, hingga keterangan potongan. Tahap ini sama dengan pembuatan *technical drawing* atau gambar kerja. Adapun gambar kerja dari busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture* yang telah dipilih, yaitu sebagai berikut :

TECHNICAL DRAWING  
READY TO WEAR



Gambar 2. Technical Drawing Ready To Wear  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

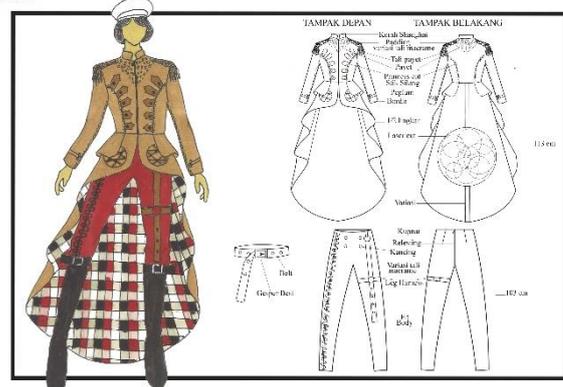
TECHNICAL DRAWING  
READY TO WEAR DELUXE



Gambar 3. Technical Drawing Ready To Wear Deluxe

Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

TECHNICAL DRAWING  
COUTURE



Gambar 4. Technical Drawing Semi Couture  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

Sebelum ke tahap pemotongan bahan, maka perlu dilakukan tahapan pembuatan *prototype*. *Prototype* adalah sebuah bentuk dasar yang terbentuk dari sebuah produk. Sedangkan *sample* merupakan contoh rekaan sesuai aslinya dengan tujuan *review* awal terhadap pecah pola, konstruksi, volume, dan siluet dengan menggunakan bahan atau kain blacu. Teknik pola dapat ditentukan setelah memahami gambar kerja, apakah menggunakan teknik *drapping*, teknik *flat pattern* atau menggabungkan keduanya. Tahap konstruksi karya tugas ini menggunakan *teknik flat pattern* dimana *flat pattern* tersebut merupakan teknik pembuatan pola diatas kertas (2 dimensi). Teknik penciptaan yang digunakan yaitu *digital printing textile*, *tailoring*, *beading*, *embroidery*, *kruistik* dan *laser cutting*.

## WUJUD KARYA

Setelah melakukan tahap penciptaan pada tahap sebelumnya, terciptalah koleksi akhir busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *semi couture* yang akan di analisis berdasarkan beberapa tahap. Tahap ini menjelaskan tentang bagaimana ide diwujudkan dalam karya menggunakan gaya ungkap metafora, perbedaan karya *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, *semi couture* pada koleksi

Teori metafora dalam bahasa Yunani Modern, kata metafora juga bermakna transfer atau transpor. Metafora juga bermakna menembus, yang berarti menembus makna linguistik. Metafora termasuk dalam bahasa kiasan atau majas, seperti perbandingan, tetapi tidak mempergunakan kata pembanding. Metafora menerangkan suatu hal yang sama atau memiliki nilai yang sama dengan hal yang lain, tapi sebenarnya berbeda.

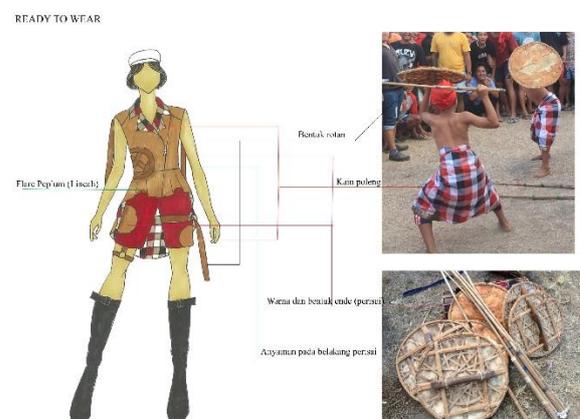
Teori metafora yang digunakan yaitu teori perbandingan dimana teori ini digagas oleh Aristoteles yang menyatakan bahwa metafora merupakan sarana berpikir yang sangat efektif untuk memahami suatu konsep abstrak, yang dilakukan dengan cara memperluas makna konsep tersebut dengan cara membandingkannya dengan suatu konsep lain yang sudah dipahami. Melalui perbandingan ini terjadi pemindahan makna dari konsep yang sudah dipahami dengan konsep abstrak (Istikharini, 2019). Pada teori metafora ini digunakan juga prinsip semiotika menurut Roland Barthes. Teori Barthes juga dikenal Mitos sebagai makna denotasi baru (kedua) terjadi setelah makna konotasi.

Karya menggunakan metafora untuk mengungkap dan mengidentifikasi antara benda-benda yang abstrak dari yang sebenarnya nyata atau sebaliknya. Benda-benda yang abstrak tersebut diterjemahkan menjadi suatu bentuk simbolik sesuai dengan ide dari perancang.

Perwujudan ide koleksi busana *The Warrior of Petang Dasa* dengan mengimplementasikan *keyword* yang telah dipilih menggunakan gaya ungkap metafora. Berikut ini ide Tradisi *Gebug*

*Ende* diwujudkan menggunakan gaya ungkap metafora:

Pengimplementasian *keyword* dengan menggunakan gaya ungkap metafora pada *ready to wear* yaitu bentuk dan warna perisai yang diaplikasikan menjadi sebuah motif lingkaran dan warna coklat kulit pada pemilihan bahan utama. Pada belakang perisai terdapat anyaman yang dijadikan variasi motif menggunakan kain kulit sintetis. Warna *poleng* yang terdapat pada kostum *Gebug Ende* diaplikasikan sebagai warna dasar karya dan menjadi aplikasi motif pada kain. Rotan yang lurus dan panjang diaplikasikan menjadi variasi tali pada belakang *top* dan *leg harness*. *Keyword* lincih diaplikasikan pada bentuk *flare peplum* yang bergelombang.



Gambar 5. Gaya ungkap metafora dengan ide pemantik *Gebug Ende* pada *Ready To Wear*  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

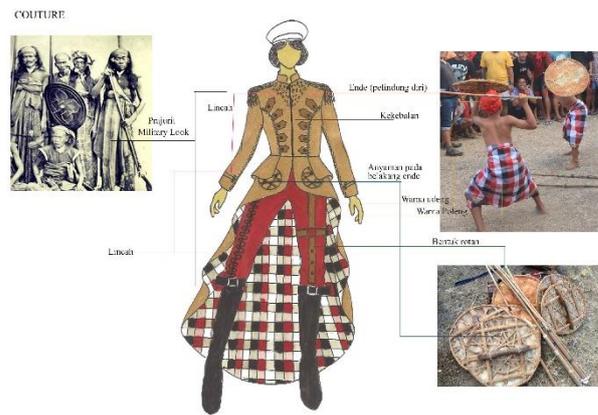
Pengimplementasian *keyword* pada *ready to wear deluxe* menggunakan gaya ungkap metafora yaitu perisai diaplikasikan pada pemilihan warna bahan utama dan bentuk rompi bermakna perlindungan diri dan bentuk anyaman pada belakang perisai menjadi motif variasi menggunakan teknik *laser cut* dan bordir. *Keyword poleng* diaplikasikan menjadi motif kain pada celana dan warna dasar karya. Rotan diaplikasikan menjadi variasi tali yang terbuat dari kain kulit sintetis. *Keyword* lincih diaplikasikan pada bentuk anyaman tusuk silang yang menggunakan benang wol pada sisi lengan jas. *Keyword soroh petang dasa* diaplikasikan menjadi sebuah *look* pada busana yaitu *military look* yang menggambarkan

seorang prajurit.



Gambar 6. Gaya ungkap metafora dengan ide pemantik *Gebug Ende* pada *Deluxe*  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

Pengimplementasian *keyword* pada busana *semi couture* menggunakan gaya ungkap metafora yaitu perisai diaplikasikan pada pemilihan warna dan bahan busana, pada belakang perisai juga terdapat anyaman pada tampak belakang yang diaplikasikan menjadi motif variasi menggunakan teknik bordir, *laser cut* dan manipulasi tekstil pada ekor *top*. Kekebalan diaplikasikan pada pemilihan bahan kulit yang diibaratkan kebal terhadap cuaca. *Poleng* diaplikasikan pada motif kain *lining* dan warna dasar karya, warna merah pada celana didapat pada warna *poleng*. Rotan diaplikasikan pada *leg harness* dan varisasi pada ekor *top*. Lincah diibaratkan seperti berliuk-liuk dan menyebar diaplikasikan pada *beads* depan belakang, jalinan tali kulit yang menggunakan teknik tusuk silang dan variasi tali elastis pada celana. *Keyword soroh petang dasa* diaplikasikan menjadi sebuah *look* yang digunakan pada busana yaitu *military look* yang menggambarkan seorang prajurit.



Gambar 7. Gaya ungkap metafora dengan ide pemantik *Gebug Ende* pada *Semi Couture*  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

Kategori busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture* memiliki perbedaan dalam beberapa hal, seperti pemilihan bahan, teknik pembuatan, dan pengaplikasian *keyword* dalam busana serta pendekatan lainnya. Hal tersebut akan menjadi pembeda dalam setiap kategori dan apakah layak disebut *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture*. Berikut ini beberapa hal yang menjadi perbedaan dalam setiap kategori busana, antara lain:

Busana *ready to wear* menggunakan teknik pengerjaan menyeluruh menggunakan mesin, namun untuk penyelesaian akhir menggunakan tangan yaitu sum sembunyi. Pemilihan bahan yang lebih murah dibandingkan *ready to wear deluxe* dan *semi couture* seperti katun *poleng* dan *drill*. Detail yang terdapat pada *ready to wear* tidak terlalu banyak sehingga tidak menghabiskan banyak biaya. Pengaplikasian *keyword* pada *ready to wear* menggunakan beberapa *keyword* yaitu perisai, rotan, *poleng* dan lincah

Busana *ready to wear deluxe* menggunakan teknik pengerjaan yang setingkat lebih tinggi dibandingkan dengan *ready to wear*. Penyelesaian akhir menggunakan tangan yaitu sum, terdapat teknik tusuk silang pada lengan jas dan *beading* pada kerah jas. Teknik bordir dan *laser cut* juga digunakan untuk pengaplikasian motif anyaman tersebut. Pemilihan bahan berada pada pertengahan harga. Lebih mahal dibandingkan dengan *ready to wear* karena pada *ready to wear deluxe* menggunakan bahan yang dengan teknik *digital*

*printing* untuk bahan celana. Pengaplikasian *keyword* pada *ready to wear deluxe* menggunakan *keyword* perisai, rotan, *poleng*, lincih, *soroh petang dasa*.

Busana *semi couture* menggunakan teknik pengerjaan lebih rumit dibandingkan dengan *ready to wear* dan *ready to wear deluxe*. Terdapat teknik tusuk silang pada bagian garis *princess* dan beading pada bagian depan dan belakang top. Teknik *laser cut* juga digunakan namun dengan skala potongan yang lebih besar pada ekor *top*. Terdapat pula teknik bordir untuk dua sisi depan. Pemilihan bahan lebih mahal dibandingkan kedua kategori busana yang lainnya, seperti *faux leather* dan *nylon*. Busana *couture* ini juga menggunakan teknik *digital printing* untuk kain lining, namun dengan skala yang lebih banyak. Pengaplikasian detail lebih banyak dan lebih rumit. Pengaplikasian *keyword* pada *semi couture* menggunakan semua *keyword* yaitu perisai, rotan, *poleng*, lincih, *soroh petang dasa* dan kebal.



Gambar 8. Koleksi Akhir Busana Ready To Wear ,  
Semi Couture, Ready To Wear Deluxe  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

Tahap promosi yang memiliki peran penting dalam memasarkan sebuah produk sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut dengan tujuan menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk. Baruan promosi yang digunakan pada promosi koleksi *The Warrior of Petang Dasa* adalah periklanan (*advertising*). Iklan adalah media promosi berupa pesan yang disampaikan kepada khalayak luas dengan tujuan menawarkan suatu produk melalui sebuah media yang dapat membujuk untuk membeli.

Media yang digunakan untuk mempromosikan koleksi yakni website, google ads, facebook ads, instagram sponsor. Penggunaan media tersebut diharapkan untuk menambah peminat atau konsumen yang ditargetkan. Selain media sosial, untuk menambah minat konsumen dengan diberikan diskon 30% setiap akan *launching* produk baru.

Strategi pemasaran yang merupakan perencanaan yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu. Sesuai dengan strategi pemasaran yang dijelaskan pada landasan teori maka pada koleksi ini melaksanakan tiga langkah strategi pemasaran yaitu segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, penentuan posisi pasar.

- a. Segmentasi pasar  
Segmen ini sama halnya seperti mengenali target pasar yang ingin dituju. Target pasar atau konsumen yang dituju ialah wanita maupun pria dengan kisaran usia 20-35 tahun dari kalangan menengah keatas yang tertarik dengan dunia *fashion* berbasis budaya lokal-Bali. Wilayah target pasar yakni konsumen dalam negeri, perseorangan atau sebuah komunitas.
- b. Penentuan pasar sasaran  
Menentukan untuk menawarkan produk untuk kebutuhan *fashion* secara lengkap, mulai dari pakaian wanita dan pria hingga aksesoris.
- c. Penentuan posisi pasar  
Menentukan pembeda pada produk yang ditawarkan, seperti menentukan konsep produk mulai dari desain hingga bahan, memiliki ciri khas dalam setiap produk yang dikeluarkan, dan mengikuti tren terbaru sehingga konsumen tidak akan bosan dengan produk yang sama. Pembeda pada produk koleksi ini berada pada pemilihan konsep busana yang terinspirasi dari tradisi wilayah desainer.

Tahap *branding* tidak sedikit perancang busana yang menggunakan namanya sendiri dalam membuat nama *brand*. Pemilihan nama DWISH diambil dari nama sendiri. Menggunakan nama sendiri dimaksudkan agar

mudah mengetahui pendiri *brand* yang bersangkutan dan memiliki makna yang lain. Agar mempermudah masyarakat umum untuk mengetahui asal usul *brand* dan memudahkan mengingatnya. Penggunaan nama DWISH juga diharapkan agar brand ini bisa mencerminkan karakter seni budaya, kebebasan dan jati diri bagi desainer serta penggunanya.



Collection

Gambar 9. Logo Brand Dwish  
Sumber: Dwi Sumaningsih, 2020

Nama DWISH diambil dari singkatan nama desainer sendiri yaitu Dwi Sumaningsih. Selain itu nama tersebut memiliki kata *wish* yang artinya harapan, keinginan. Nama tersebut diharapkan bisa menggambarkan keinginan dan harapan dari desainer pada cita-cita yang dimilikinya. Dengan demikian brand DWISH diharapkan bisa mewujudkan keinginan dan harapan desainer melalui *fashion*. Bentuk logo digunakan siluet seorang gadis yang mempresentasikan *gender* dari desainer. Menggunakan topi *floppy* yang menutupi sebagian wajah tersebut membuat kesan misterius dan elegan. Hal tersebut mempresentasikan kemisteriusan desainer serta karya-karya yang akan dibuat. Dalam memperkenalkan *brand* DWISH, dapat dilakukan dengan membuat logo, *price tag*, label busana, *paper bag*, slogan, *business card* dan *flyer discount*.

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari produsen ke konsumen sebagai sasarannya. Dalam penjualan pada Dasa koleksi *The Warrior of Petang* terdapat dua cara penjualan yaitu *offline* (langsung) dan *online* (tidak langsung). Penjualan secara langsung (*offline*) dilakukan penjualan melalui toko atau diluar toko, mengikuti bazar pada *event* tertentu. Sedangkan penjualan tidak langsung (*online*)

dilakukan penjualan melalui media sosial dan *e-commerce* yang mencakup *marketplace*. Media sosial yang digunakan yakni facebook, dan instagram. Sedangkan *marketplace* yang digunakan untuk penjualan yakni shopee. Selain itu penggunaan website dalam penjualan agar lebih dapat dipercaya pada konsumen daripada hanya penjualan lewat media sosial, juga memiliki kebebasan dalam menentukan desain dan fitur toko *online*.

Tahap produksi adalah sebagai tahap pembuatan suatu produk dengan memperhitungkan harga produksi dan harga jualnya. Biaya produksi dihitung persetnya, yang meliputi bahan baku, jasa pengerjaan, dan keuntungan. Biaya produksi dibagi menjadi tiga kategori busana yang telah dibuat meliputi *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *semi couture*.

Tahap bisnis merupakan tahap *review* terhadap sistem bisnis dengan membuat sebuah bisnis canvas. Bisnis canvas merupakan sebuah metode dalam menyusun *Customer Segment* merupakan pengelompokan pelanggan atau konsumen dalam segmen-segmen yang berbeda berdasarkan *gender*, usia, status sosial, dan ketertarikan. Konsumen yang dituju ialah wanita maupun pria dengan kisaran usia 20-35 tahun dari kalangan menengah keatas yang tertarik dengan dunia *fashion* berbasis budaya lokal-Bali.

## SIMPULAN

Setelah melalui beberapa tahapan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Perwujudan ide Tradisi *Gebug Ende* ke dalam koleksi busana *The Warrior of Petang Dasa* berupa busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture* dengan menggunakan analisis gaya ungkap metafora dimana pengimplementasian *keyword* menjadi aplikasi motif, warna, pemilihan bahan serta variasi detail pada busana. Analisis perbedaan antara *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture*, perbedaan tersebut terdapat dari pemilihan bahan, teknik pembuatan dan pengaplikasian *keyword* dalam busana. Terakhir yaitu analisis elemen desain dan prinsip desain pada setiap kategori busana.

2. Promosi, strategi pemasaran, *branding* dan penjualan koleksi busana *The Warrior of Petang Dasa*. Promosi yang digunakan adalah periklanan melalui media sosial serta pemberian diskon pada setiap launching produk baru. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, penentuan posisi pasar. *Branding* yang dilakukan yaitu pembuatan logo, label yang menggunakan singkatan nama desainer yang diharapkan bisa menggambarkan keinginan dan harapan dari cita-cita yang dimiliki. Penjualan yang dilakukan yaitu penjualan secara *online* dan *offline*. Selain itu strategi yang dilakukan untuk promosi dan mengembangkan brand adalah perancangan pagelaran busana yang diadakan di Taman Ujung Soekasada, Karangasem, Bali.
3. Sistem produksi dan bisnis koleksi busana *The Warrior of Petang Dasa* yaitu membuat Rancangan Anggaran Biaya (RAB) Produksi pada setiap kategori busana seperti *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture* Sistem bisnis yang dilakukan yaitu membuat *business model canvas* yang terdapat sembilan metode dalam menyusun strategi bisnis.

*Hari Raya Galungan Di Desa Pakraman Temesi Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar*. Jurnal Penelitian Agama Hindu. Volume 1, No 2, Edisi Oktober 2017 (74-81).

## DAFTAR PUSTAKA

- Cora, Ratna. (2016). *Wacana Fesyen Global dan Pakaian di Kosmopolitan Kuta (Diss)*. Program Studi Doktor Kajian Budaya. Universitas Udayana: Denpasar.
- Gunarta, I Wayan Adi. (2016). *Gebug Ende: Ritual Untuk Memohon Hujan*. Kalawang, Volume 2, No 1, Edisi Juni 2016 (34-40).
- Mudra, I Wayan. (2014). *Inventarisasi Kesenian Bali Di Kabupaten Karangasem*. Laporan Penelitian, 182/IT5.3/PG/2014 (71-80).
- Salin, I Made selaku Kelian Adat Desa Pakraman Seraya pada tanggal 19 Oktober 2019 melalui wawancara.
- Setiawati, Pande Wayan. (2017). *Eksistensi Tradisi Nekaang Tumpeng Pada*