**Analogi Arsitektur Monumen**

**Bandung Lautan Api Dalam Koleksi Busana *Gallant Flame***

**Ida Ayu Agung Pradnya Dewi1, Nyoman Dewi Pebriyani2, Ni Putu Darmara Pradnya Paramita3**

**Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa**

**Indah Denpasar 80235, Indonesia. Telp. 0361-227316, Fax. 0361-236100**

***E-mail:*** ***anyadayu@gmail.com***

**Abstrak**

Bandung Lautan Api merupakan salah satu peristiwa bersejarah yang terjadi di Indonesia. Monumen Bandung Lautan api ini merupakan monumen bersejarah yang terletak di Bandung, Jawa Barat. Monumen ini berkaitan erat dengan peristiwa Bandung Lautan Api, dimana monumen ini dibangun untuk mengenang peristiwa bersejarah Bandung Lautan Api. Bentuk khas pada bagian atas monumen seperti api yang sedang berkobar. Terdapat tiga tiang utama pada Monumen Bandung Lautan Api. Arsitektur Monumen Bandung Lautan Api menjadi sumber ide penciptaan karya busana tugas akhir yang diwujudkan kedalam busana dengan kesulitan yang bertahap yaitu: *ready to wear, ready to wear deluxe* dan *haute couture.* Monumen Bandung Lauan Api diimplementasikan dengan teori analogi dari beberapa kata kunci yaitu: pemberani, 9 bidang yang menyerupai api yang berkobar, pancaran mata tajam, warna panas, gigih, glam, dan *urban style*. Landasan penciptaan karya busana ini menggunakan 8 tahapan penciptaan *FRANGIPANI* yang diambil dari disertasi: Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, tahun 2016 yaitu dari ide *design brief*, *research and sourching*, *design development*, *sample, prototype and construction*, dan *production*, *business*.

**Kata Kunci**: Monumen Bandung Lautan Api, Arsitektur, Karya Busana.

*Analogi Arsitektur Monumen Bandung Lautan Api Dalam Koleksi Busana Gallant Flame*

Bandung Sea of Fire is one of the historical events that occurred in Indonesia. Bandung Monument The sea offire is a historical monument located in Bandung, West Java. This monument is closely related to the events of Bandung Sea of Fire, where this monument was built to commemorate the historical events of Bandung Sea of Fire. The distinctive shape at the top of the monument is like a burning fire. There are three main pillars on the Bandung Lautan Api Monument. The architecture of the Bandung Sea of Fire Monument is the source of the idea for the creation of the final project of fashion work which is implemented into clothing with gradual difficulties, namely: ready to wear, ready to wear deluxe and haute couture. The Bandung Sea of Fire Monument is implemented with the analogy theory of several key words, namely: brave, 9 fields that resemble blazing fire, sharp eyes, hot colors, persistent, glam, and urban style. The basis for the creation of this fashion work uses 8 stages of FRANGIPANI creation taken from the dissertation of Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana,

2016. These stages consists of finding the idea (design brief), research and sourching, design development, samples, prototype and construction, and production, business.

***Keywords***: *Bandung Sea of Fire*, *Architecture*, *Fashion work*. **

Proses Review : 19 Agustus 2021 ,Dinyatakan Lolos : 23 Agustus 2021

**PENDAHULUAN**

Fesyen merupakan kebutuhan pokok masyarakat masa kini. Berkembangnya tren fesyen dari tahun ke tahun mempengaruhi pola pikir masyarakat akan kebutuhan berpakaian. Fesyen akan terus berkembang dan dapat berubah sewaktu – waktu, untuk itu para desainer secara tidak langsung dituntut untuk terus belajar agar tahu bagaimana cara untuk tetap bertahan dan bersaing di pasaran. Sebagai mahasiswa program studi Desain Mode Institut Seni Indonesia Denpasar, tentu dididik oleh para pengajar profesional sehingga menjadikan lulusannya mampu menciptakan lapangan kerja sendiri serta dapat bersaing di industri kreatif. Tema besar TA program studi Desain Mode adalah *Diversity of Indonesia* Desain Mode mewajibkan seluruh mahasiswa yang menempuh TA untuk membuat minimal 3 karya busana yang terdiri dari busana *Ready to Wear, Ready to Wear Deluxe*, dan *Haute Couture*, dengan tema yang telah ditentukan yakni *Diversity of Indonesia*.

Berdasarkan tema besar yang telah ditentukan, penulis memilih ide pemantik arsitektur Indonesia. Arsitektur bersejarah Monumen Bandung Lautan Api sebagai ide pemantik. Dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia, banyak terjadi peristiwa heroik yang menandakan adanya perlawanan para pejuang terhadap penjajah. Salah satu peristiwa tersebut adalah peristiwa Bandung Lautan Api. Pada peristiwa tersebut, terjadi kebakaran besar di kota Bandung pada 23 Maret

1946. Dalam waktu tujuh jam, rakyat Bandung membakar rumah mereka, meninggalkan kota menuju pegunungan di daerah selatan kota Bandung. Monumen Bandung Lautan Api merupakan monumen bersejarah yang berkaitan erat dengan peristiwa tersebut, dimana monumen ini

dibangun untuk mengenang peristiwa bersejarah Bandung Lautan Api.

Arsitektur ini memiliki sisi yakni 9 bidang yang bentuknya menyerupai api yg membara. Terdapat 3 tiang utama yang berdiameter 2.27 meter. Total tinggi monumen bandung lautan api yakni 45 meter. Bentuk khas pada bagian atas monumen seperti api yang sedang berkobar. Berdasarkan uraian di atas, penulis memilih arsitektur Monumen Bandung Lautan Api sebagai ide pemantik pada pembuatan karya tugas akhir yang dituangkan dalam karya busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture* untuk melengkapi persyaratan tugas akhir program studi Desain Mode Institut Seni Indonesia Denpasar. Pembuatan karya tugas akhir ini diharapkan dapat memperkenalkan arsitektur bersejarah Monumen Bandung Lautan Api kepada masyarakat melalui 3 karya busana.

Konsep karya busana ini akan diwujudkan dengan menggunakan metode dari Dr. Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, S.Sn, M.Si. yakni metode *Frangipani.* Sepuluh tahapan *FRANGIPANI* tersebut meliputi *Finding the brief idea based on culture identity of Bali*, *Research and Sourcing of Art Fashion*, *Analizing Art Fashion taken from the Richness of Balinese*, *Narrating of Art Fashion Idea by 2D or 3D Visualitation*, *Giving a Soul – Taksu to Art Fashion Idea by Making Sample, Dummy, and Construction*, *Interpreting of Singularity Art Fashion will be Showed in The Final Collection*, *Promoting and Making a Unique Art*, *Affirmation Branding*, *Navigating Art Fashion Production by Humanist Capitalism Method*, *Introducing The Art Fashion Business*.

**METODE PENCIPTAAN**

Pada proses penciptaan busana dengan konsep arsitektur Monumen Bandung Lautan Api, penulis menggunakan metode “*FRANGIPANI*”, yaitu *Design Brief; Reseach and Sourcing; Design Development; Prototypes,Samples and Constuctions; The Final Collection; Promotion Marketing, Branding and Sales; Production; and The Business* (Cora, Ratna: 2016 : 203-205).

1. *Design Brief* merupakan tahap awal dari proses pembuatan karya. Pada tahap ini penulis pengumpulkan gambaran ide- ide yang berkaitan dengan konsep arsitektur Monumen Bandung Lautan Api.

2. *Research and Sourching* merupakan

tahapan untuk mengumpulkan data yang akurat mengenai konsep, dimana nantinya akan dijadikan pedoman dalam perancangan karya busana.

3. *Design Development* merupakan suatu tahapan pembuatan sketsa desain busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Sketsa desain akan dibuat masing – masing 3 desain pada setiap bagian. Pada tahap ini, segala riset yang telah dilakukan dan telah menghasilkan beberapa *keyword*, akan dituangkan ke dalam sketsa desain dan gambar teknik.

4. *Prototypes,Samples and Constuctions* adalah proses dimana pembuatan pola dan sampel dibuat bertujuan untuk mengevaluasi dari desain yang sudah ditentukan. Dalam koleksi busana *Gallant Flame* dalam proses ini hal yang pertama dilakukan yaitu pembuatan pola, kemudian membuat uji coba dengan kain guna untuk mengevaluasi dari bentuk, garis, dan hasil busana sesuai dengan desain yang sudah ditentukan.

5. *The Final Collection* adalah hasil jadi dari busana yang sudah dibuat.

6. *Promotion Marketing, Branding and*

*Sales* adalah tahap dimana produsen

melakukan promosi terhadap barang yang akan dijual, guna untuk menarik perhatian pembeli.

7. *Production* adalah tahap memproduksi

prosuk busana yang akan dipasarkan kepada konsumen

8. *The Business* adalah tahap penjualan busana untuk mendapatkan keuntungan

dari penjualan tersebut.

***DESIGN BRIEF***

*Design Brief* merupakan tahap awal dari proses pembuatan karya. Pada tahap ini penulis pengumpulkan gambaran ide-ide yang berkaitan dengan konsep arsitektur Monumen Bandung Lautan Api*.* Perwujuduan ide pemantik *Gallant Flame* karya busana dengan menggunakan gaya ungkap analogi. Analogi merupakan proses penalaran berdasarkan pengamatan terhadap suatu objek khusus dengan membandingkan atau mengumpamakan suatu objek yang sudah teridentifikasi secara jelas terhadap objek yang dianalogikan hingga kesimpulan yang berlaku umum. Menurut para ahli, analogi didefinisikan sebagai proses berfikir unutk menyimpulkan sesuatu berdasarkan kesamaannya dengan sesuatu yang lain (Syarkawi dhofir, 2000:78). Analogi adalah pengertian yang menunjuk sesuatu yang sama, tetapi dalam kesamaan tersebut ada sesuatu yang berbeda pula (Poedjawijatna 2004:40).

***RESEARCH AND SOURCHING***

*Research and Sourching* merupakan tahapan untuk mengumpulkan data yang akurat mengenai konsep, dimana nantinya akan dijadikan pedoman dalam perancangan karya busana.

Peristiwa Bandung Lautan Api adalah salah satu dari sekian banyak peristiwa bersejarah yang menjadi latar belakang terbentuknya Negara Kesatuan Republik Indonesia. Peristiwa Bandung Lautan Api

terjadi satu tahun setelah kemerdekaan Indonesia, tepatnya pada tanggal 24 Maret1946 di Bandung, Jawa Barat. Kejadian ini diawali dengan datangnya pasukan Inggris yakni RAPWI (Recovery of Allied Prisoners of War and Interness) dipimpin oleh Kapten Gray dan Intercross (Palang Merah Internasional) pada 12 Oktober 1945, setelah berhasil mengalahkan Jepang dalam Perang Dunia II. Masuknya pasuka Inggris ke Bandung disertai tentara Belanda (NICA). Pasukan Inggris dan Belanda mulai melancarkan propaganda untuk menguasai Indonesia.

Beberapa ultimatum telah dikeluarkan oleh pasukan Sekutu, hingga pada ultimatum terakhir yakni pada tanggal 17 Maret 1946

Panglima tertinggi AFNEI di Jakarta, Letnan Jenderal Montagu Stopford memperingati Sutan Syahrir selaku Perdana Menteri RI agar militer Indonesia segera meninggalkan Bandung Selatan sampai radius 11 kilometer dari pusat kota. Hanya pemerintah sipil, polisi, dan penduduk sipil yang diperbolehkan untuk tinggal. Menindaklanjuti ultimatum tersebut, pada tanggal 24 Maret 1946 pukul 10.00,Tentara Republik Indonesia (TRI) di bawah pimpinan Kolonel A.H.

Salah satu jejak yang ditinggalkan dari peristiwa bersejarah tersebut adalah Monumen Bandung Lautan Api. Monumen Bandung Lautan Api didirikan pada tahun 1981. Monumen ini terletak di Jalan Mohammad Toha, Ciateul, Kecamatan Regol, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Nama Jalan Mohammad Toha merupakan nama yang telah dirubah, dimana nama jalan yang sebelumnya adalah Jalan Raya Banjaran. Nasution yang menjabat sebagai KSAD diminta untuk meresmikan nama Jalan Raya Banjaran menjadi Jalan Mohammad Toha.

Karyanya atas gedung Birao merupakan karya pertamanya di Hindia Belanda. Ia merancang bangunan Semarang Cheriboon Stroomtram Matchappij berkat koneksinya dengan petinggi SCS Henry de Vogel yang notabene merupakan pamannya.

Monumen ini dirancang oleh Sunaryo yakni seorang seniman kontemporer yang berasal dari Jawa Tengah. Beliau adalah seorang mantan dosen seni rupa di Institut

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nasution memutuskan untukmembumihanguskan Kota Bandung. Sejaksiang hari, penduduk kota Bandung | Teknologi | Bandung. | Arsitektur ini |
| emiliki | sisi yakni | 9 bidang yang |
| bentuknya | menyerupai | api yg membara. |
| bergerak | secara | bergelombang | Terdapat 3 | tiang utama | yang berdiameter |

meninggalkan kota Bandung. Sebagian besar bergerak dari daerah selatan rel kereta api kearah selatan Bandung. TRI merencanakan pembakaran total pada 24 Maret 1946 pukul 24.00, namun rencana ini tidak berjalan mulus karena pada pukul 20.00 dinamit pertama telah meledak di Gedung Indische Restaurant. Lantaran tidak sesuai rencana, pasukan TRI melanjutkan aksinya dengan meledakkan gedung-gedung dan membakar rumah- rumah warga di Bandung Utara. Malam itu, Bandung terbakar dan peristiwa itu kemudian dikenal dengan sebutan Bandung Lautan Api. Tokoh – tokoh yang terlibat dalam peristiwa ini adalah Mohammad Toha sebagai pemimpin, Ramdan, Kolonel Abdul Haris Nasution, Atje Bastaman, Mayor Rukana, Sutan Syahrir, dan Ismail Marzuki.

2.27 meter. Total tinggi monumen bandung lautan api yakni 45 meter. Bahan yang digunakan dalam pembuatan monumen ini antara lain beton 82.5% , besi tulangan 15%, logam pelapis 2,5 %. Bronze merupakan warna yg dipilih sebagai warna monumen bandung lautan api ini. Fungsi utama monumen ini adalah untuk memperingati peristiwa bandung lautan api. Selain fungsi utama tersebut, monumen bandung lautan api juga dijadikan sebagai tempat wisata.



Gambar 1. Monumen Bandung Lautan Api

(Sumber: Nugroho,2014)

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tepilihlah kata kunci yaitu pemberani, pancaran mata tajam, warna panas, 9 bidang menyerupai api yang berkobar, *glam, urban style*, dan gigih yang merupakan acuan dalam penciptaan karya busana sehingga menghasilkan *storyboard* dan *moodboard.*

**PROSES PERWUJUDAN**

Dalam proses pembuatan karya koleksi busana *Gallant Flame* diwujudkan menjadi 3 jenis yaitu busana *ready to wear, ready to wear deluxe,* dan *haute couture*. Koleksi busana *Gallant Flame* dibuat melalui tahapan pengumpulan data mencakup tentang ide pemantik dalam *mindmapping,* kemudian dapat dipilih *concept list* yang nantinya akan dipilih kembali menjadi *keyword* atau kata kunci.

Dalam pewujudan karya busana, *keyword* yang digunakan akan diimpelentasikan, pada *keyword explanation* dalam rancangan koleksi *Gallant Flame*, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pemberani, pemberani nantinya akan diaplikasikan pada warna bahan yakni warna merah cenderung seperti warna *bronze* atau perunggu. Warna merah melambangkan keberanian para pahlawan yang telah gugur dalam peristiwa Bandung Lautan api. Sedangkan warna perunggu tersebut merupakan warna dari Monumen Bandung Lautan Api.

2. Pancaran mata tajam, Pancaran mata tajam nantinya akan diaplikasikan pada bagian belakang busana berbentuk sudut – sudut lancip, di bagian lengan, dan di bagian celana pada busana pria *ready to wear deluxe*. Dan pada bagian bawah bustier serta bagian rok pada busana *haute couture*.

3. Warna panas, warna panas

diaplikasikan pada pemilihan warna hiasan serta payet. Pada umumnya pada lingkaran warna, warna – warna panas terbentang dari warna ungu kemerahan hingga warna kuning.

4. 9 Bidang menyerupai api yang

berkobar, nantinya akan diaplikasikan pada bentuk payet di bagian dada busana *haute couture*. Kemudian diaplikasikan pada bentuk hiasan pada busana *ready to wear* dan *ready to wear deluxe*.

5. *Glam,* nantinya akan diaplikasikan pada busana dalam wujud payet agar memberi kesan mewah pada pakaian terutama pada busana *haute couture*.

6. *Urban style* adalah *style* atau gaya dengan mode yang dipengaruhi oleh budaya perkotaan yang menarik serta mampu memberi rasa nyaman dan lebih baik bagi mayoritas masyarakat. (Marketing dan Busana, 2015). Pada busana, *urban style* akan lebih dimodifikasi agar masuk ke dalam konsep Monumen Bandung Lautan Api.

7. Gigih, nantinya akan diaplikasikan pada warna busana yakni warna hitam.

***DESIGN DEVELOPMENT***

*Design development* merupakan suatu tahapan pembuatan sketsa desain busana *ready to wear, ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Sketsa desain akan dibuat masing – masing 3 pada setiap bagian

Pada tahap ini, segala riset yang telah dilakukan dan telah menghasilkan beberapa *keyword*, akan dituangkan ke dalam sketsa desain dan gambar teknik. Perwujudan ide pemantik arsitektur Monumen Bandung Lautan Api dengan menggunakan gaya ungkap analogi, dengan pembuatan *design development* yang terpilih:



Gambar 2. *Design Development* Terpilih

(Sumber: Dewi, 2021)

Busana *ready to wear* merupakan busana yang diproduksi secara massal. Busana *Ready to Wear* juga dapat dikategorikan sebagai busana siap pakai. Pada umumnya cutting dari busana ready to wear tidak terlalu rumit, dan tidak perlu melakukan fitting berkali – kali untuk menyesuaikan dengan bentuk tubuh. *Ready to Wear Deluxe* merupakan busana satu tingkat lebih rumit dari busana *ready to wear*. Dari segi material, busana *ready to wear deluxe* kualitasnya di atas *ready to wear*, serta detail yang terdapat pada busana *ready to wear deluxe* lebih padat dibandingkan busana *ready to wear*. *Haute Couture* merupakan busana yang diproduksi secara *pre-order.* Busana ini dibuat sesuai dengan permintaan *client* dan dibuat sesuai dengan ukuran badan *client*. Dari segi teknik, busana *haute couture* menggunakan teknik pembuatan pakaian tingkat tinggi, dihiasi detail yang dikerjakan dengan tangan dan proses pembuatannya memakan waktu yang cukup lama.

***PROTOTYPE, SAMPLES, DAN CONSTRUCTION***

Ketiga desain utama yang telah terpilih kemudian akan diwujudkan menjadi busana. Sebelum proses pemotongan bahan asli, langkah yang perlu dilakukan yaitu membuat *prototypes* (*sample*). Langkah tersebut dibuat untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkan yaitu pada pecah pola, *siluet*, *volume*, dan konstruksi.

Pada tahapan ini, penulis membuat karya busana dengan 3 jenis yaitu *ready to wear, ready to wear deluxe,* dan *haute couture*. Pembuatan pola busana sesuai dengan model busana yang dibuat, pembuatan pola berdasarkan sktesa desain dan ukuran yang telah ditentukan. Ukuran badan dalam pembuatan sebuah busana sangat penting, karena masing – masing badan model memiliki ukuran yang berbeda, dan ukuran merupakan penentu pas atau tidaknya suatu busana pada badan model. Ukuran busana yang digunakan adalah ukuran standar yakni ukuran M.

**WUJUD KARYA Analisis *Ready to Wear***

Gambar 3. *Final Collection Busana Ready To Wear*

Sumber: Dewi, 2021

Busana ready to wear dengan konsep arsitektur Monumen Bandung Lautan Api ini berbentuk dress pendek di atas lutut. Bahan yang dipakai dominan adalah kain suede berwarna merah kecoklatan dan hitam. Kedua warna tersebut dipilih karena dapat melambangkan pemberani dan gigih, sesuai dengan kata kunci yang ada. berbentuk lonceng, dan dibagian samping terdapat potongan yang dipadukan dengan kain net. Bentuk potongan tersebut menyerupai batang dari Monumen Bandung Lautan api. Pada bagian lengan ditambah aksen kilau yang didapat dari pemasangan *safety pin* sebagai hiasan. Kemudian pada bagian leher terdapat hiasan berbentuk api yang sedang berkobar seperti pada bagian atas monument

**Analisis *Ready to Wear Deluxe***

Gambar 4. *Final Collection Busana Ready To Wear*

Deluxe

Sumber: Dewi, 2021

Perwujudan busana *ready to wear deluxe* terdapat 3 *pieces* pakaian. Pertama adalah atasan rompi berbahan suede dengan menggunakan kancing bungkus. Pada bagian dada samping terdapat hiasan berbentuk api yang berkobar yakni implentasi dari kata kunci yang ada. Webbing diaplikasikan pada rompi untuk memberi kesan *urban style* yang terdapat pada kata kunci. Kemudian pada bagian lengan samping diberi hiasan *safety pin* agar mendapatkan kesan *glam*/mewah. Kemudian untuk atasan bagian dalam berwarna putih dengan bahan katun. Pada bagian samping kiri celana terdapat kantong, dan masing – masing sisi bagian samping terdapat potongan yang dilapisi dengan kain net putih, serta pengaplikasian

*safety pin* pada bagian pinggir potongan untuk menambah kesan kilapnya.

**Analisis *Haute Couture***

Gambar 5. *Final Collection Haute Couture*

Sumber: Dewi, 2021

Perwujudan busana haute couture pada bagian bustier merupakan implementasi dari kata kunci api yang berkobar, juga terdapat hiasan payet pada bagian dada dan lengan untuk memberi kesan kilau dan mewah. Pada bagian rok memakai dua bahan 3 bahan yakni kain suede, tulle glitter, dan kain net hitam. Busana haute couture menggunakan bahan dominan berwarna merah untuk mengimplementasikan kata kunci pemberani.

***PROMOTION***

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo, 2000:237). Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah promosi online melalui sosial media.

produk, jasa perusahaan yang memproduksi produk dan jasa tersebut (Janita, 2005:15).

*Brand* yang diusung penulis adalah brand *Meraki (MRK)* yang diciptakan guna menunjang koleksi busana yang diciptakan. Berikut merupakan deskripsi *brand MRK*:

Gambar 6. *Promotion*

Sumber: Dewi, 2021

**PEMASARAN**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar (Swastha & Irawan,

2008:5).

Gambar 8. *Branding*

Sumber: Dewi, 2021

Gambar 7. *Marketing*

Sumber: Dewi, 2021

***BRANDING***

*Branding* merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah brand atau merk. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengingat dan mencari busana yang diinginkan, dengan adanya brand atau merk maka konsumen akan lebih mudah dalam mencari informasi dan Mengingat produk kita. Brand juga merupakan ide, kata, desain grafis dan suara/bunyi yang mensimbolisasikan

***BUSINESS***

Tahap ini merupakan penjelasan sistem bisnis yang akan dilaksanakan untuk mempermudah merancang bisnis dari koleksi busana Gallant Flames. Konsep bisnis ini dirancang dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2010 :

14). Untuk mempermudah pebisnis muda mendirikan dan mengembangkan bisnis mereka, diciptakanlah “*Nine Building Blocks*” yang terdiri dari : *Value Prepositons, Customer Segment, Customer Relationship, Channels, Key Resources, Key Activity, Key Partnership, Cost Stucture* dan *Revenue Stream.*

***Value Proposition*** merupakan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan. Nilai yang ditawarkan menjadi pembeda produk/jasa sejenis atau lainnya baik yang menjadi keunggulan atau kekuatan. MRK akan menawarkan busana dengan desain *elegant* dan *simple*. Produk ini diproduksi dengan jumlah yang terbatas sehingga memiliki nilai eksklusif.

***Customer Segment*** yaitu merupakan penggolongan konsumen atau target pasar yang dituju. Konsumen yang dituju ialah wanita dengan kisaran umur 17 -30 tahun dari kalangan menengah keatas dan tertarik dengan dunia *fashion*.

***Customer Relationship*** yaitu cara yang digunakan oleh pebisnis untuk melakukan komunikasi dengan konsumen (*Customer Segment*). Hal ini juga menentukan cara pemasaran yang dipilih. Strategi pemasaran yang dilakukan ialah dengan memanfaatkan sosial media yang sangat berpengaruh dijaman sekarang. *Endorsment* beberapa artis maupun *selebgram* yang sedang naik daun juga hal yang tepat dilakukan pada jaman sosial media ini. Dan tak hanya itu, untuk membuat konsumen lebih tertarik, MRK juga menawarkan diskon dari 20% hingga

30%.

***Key Activites*** merupakan kegiatan yang dilakukan dalam menjalankan bisnis. Karena ini adalah produk busana, sebenarnya MRK tidak berharap untuk diproduksi massal karena kekuatan produk terletak pada ekslusivitasnya, tetapi jumlah produk mungkin dapat ditingkatkan dalam permintaan yang meningkat. Aktivitas yang terlibat yaitu riset, pengembangan desain, *sampel, marketing branding, promotion, sales* dan *production*.

***Channel*** merupakan cara yang tepat untuk digunakan dalam menyampaikan *Value Prepositions* bisnis kepada konsumen. Metode yang tepat digunakan ialah online melalui media sosial seperti *Instagram, Facebook, Website, Line, Whatsup*, dll. Dengan adanya sosial media ini mempermudah komunikasi antar pebisnis dengan pelanggan.

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

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

***Key Partnership*** yaitu pihak-pihak yang diajak kerjasama dengan tujuan untuk menyokong dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, mengurangi resiko dan ketidakpastian persaingan, serta meningkatkan kinerja. MRK berkerjasama dengan GRAB, gojek, POS, J&T dan JNE untuk pengiriman. Serta berkerjasama dengan penjahit dan toko kain.

***Cost Structure*** adalah merupakan rincian biaya terbesar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan *key activity* dan hasilnya berupa *value propositions*. Biaya yang harus dikeluarkan yaitu saat melakukan riset, pembuatan *sampel*, *branding, marketing,* serta produksi.

***Revenure stream*** yaitu cara menghasilkan keuntungan dari *value propositions.* MRK memperoleh keuntungan dari penjualan produk setelah melakukan *fashion show*, pameran maupun penjualan secara *online*.

**SIMPULAN**

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan uraian dan pembahasan pada karya koleksi busana “*Gallant Flame*” Analogi Busana Inspirasi dari arsitektur Monumen Bandung Lautan Api adalah sebagai berikut, arsitektur Monumen Bandung Lautan Api menjadi sumber inspirasi dalam penciptaan koleksi busana Tugas Akhir. Karakteristik monumen tersebut diimplementasikan ke dalam koleksi busana dengan menggunakan konsep analogi dari beberapa keyword yang telah dipilih dalam acuan membuat rancangan desain adalah pemberani, pancaran mata tajam, 9 bidang menyerupai api yang berkobar, warna panas, gigih, *glam*, dan

*urban style*. Penciptaan karya busana diwujudkan dengan menggunakan metode *FRANGIPANI* yaitu delapan tahapan penciptaan Desain Mode. Metode tersebut terdiri dari: *Design Brief, Research and Sourching, Design Development, Sample, Prototype and Contruction, The Final Collection, Promotion, Sales and Branding,* dan *Production, The Business.* Unsur – unsur desain dan prinsip – prinsip desain juga dijadikan sebagai pedoman dalam menghasilkan karya busana.

Koleksi busana *“Gallant Flame”* Analogi Busana Inspirasi dari arsitektur Monumen Bandung Lautan Api dipromosikan melalui *brand MRK* dengan membuat logo *brand, business card, price tag, packaging, label* dalam membantu meningkatkan promosi, serta melakukan promosi melalui *social media* berupa *platform* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini dalam membeli suatu barang. *Fashion show and Exhibition* juga menjadi cara promosi dan strategi bisnis.

Sistem produksi dari koleksi busana *“Gallant Flame”* Analogi Busana Inspirasi dari Arsitektur Monumen Bandung Lautan Api pada busana *ready to wear* dan *ready to wear deluxe* lebih banyak menggunakan teknik mesin jahit membuat ukuran standar S, M, L. Sedangkan untuk busana *haute couture* menggunakan sistem produksi butik dimana lebih banyak pengerjaan dilakukan menggunakan tangan dan ukuran yang dipakai sesuai dengan ukuran *client*. Penggunaan bahan juga disesuaikan dengan kategori busana. Pada bahan juga disesuaikan dengan kategori busana. *Brand MRK* menggunakan strategi *Business Model Canvas (BMC)* untuk mempermudah dalam menjalankan bisnis agar baik dan terstruktur.

**Saran**

Saran yang dapat diberikan melalui pengantar karya tugas akhir yang berjudul

*“Gallant Flame”* Analogi Busana Inspirasi dari Arsitektur Monumen Bandung Lautan Api, yaitu diharapkan pembaca dapat memahami dan bermanfaat dalam membuat tahapan penciptaan hasil karya busana dibidang fesyen yang bersumber pada nilai-nilai kearifan lokal, namum sesuai dengan perkembangan zaman serta memperhatikan target pasar sehingga karya busana sesuai dengan minat dan selera target pasar.

**DAFTAR RUJUKAN**

Diantari, Y., Arimbawa, G., & Sudharsana, C. (2018). Representasi Gangsing Pada Busana Wanita Retro Playful. *PRABANGKARA Jurnal Seni Rupa dan Desain* , Volume 22.

Sri, R., Ramlan, & Radhitanti, A. (t.thn.).

Pengenalan Kembali Peristiwa

Bandung Lautan Api Sebagai Warisan Sejarah Melalui Buku Ilustrasi. *Jurnal Rekamakna* .

Effendy, & Onong. (1993). *Komunikasi*

*dan Praktek. Bandung, Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Grasindo.

Dhofir, & Syarqawi. (2000). *Pengantar*

*Metodologi Riset.* Sumenep: Iman

Bela.

Poedjawijatna. (2004). *"Logika Filsafat Berfikir".* Palangkaraya: Rineka Cipta.

Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana Dasar-*

*dasar Seni dan Desain.* Yogyakarta

& Bandung: Jalasutra.

Sanyoto, S. E. (2005). *Dasar-Dasar Tata*

*Rupa daan Desain.* Yogyakarta.

Basu, & Hani. (2004). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Liberty.

Landa, & Robin. (2006). *Designing Brand*

*Experiences.* Thomson Delmar

Learning.

Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran.*

Bandung: Mandar Maju.

Abd Mannan, & Muhammad. (1993).

*Teori dan Praktek Ekonomi Islam.*

Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf.

Afuah, & Allan. (2004). *“Business Models*

*: A Strategic Management*

*Approach”.* New York: Mc Graw- Hill.

Ostewalder, A., & Pigneur, Y. (2010).

*Business Model Generation : A*

*Handbook for Visionaries, Game Changers & Challangers.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Poespoprodjo. (1999). *Filsafat Moral.*

Bandung: CV Pustaka Grafika. Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen*

*Pemasaran.* Yogyakarta: BPFE. Swasta, B., Dharmesta, & Irawan. (2008).

*Manajemen Pemasaran Modern.*

Yogyakarta: Liberty.

Janita. (2005). Analisis Elemen-Elemen Merek Produk Rokok Merek Djarum Black. *Journal of Marketing Management , 12*, 21.

Mekari. (2018). 9 Elemen yang Harus Ada Dalam Bisnis Model Kanvas. *Jurnal Entreprene*