

SEAPHORIA: THE MARINE LIFE OF BUNAKEN

Ni Putu Netania Amanda Erawan¹, Dr. Tjok Istri Ratna Cora.S²,

Ni Putu Darmara Pradnya.P³

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 : netaniaae@gmail.com

Abstrak

Taman Nasional Bunaken merupakan perwakilan ekosistem laut Indonesia yang memiliki beragam kehidupan bawah laut. Hal ini dikarenakan Taman Nasional Bunaken berada di segitiga emas terumbu karang dunia yang tersebar dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Papua Nugini, Timor Leste dan kepulauan Solomon. Taman Laut Bunaken yang mempesona, diangkat sebagai ide pemantik pada penciptaan karya busana *ready to wear deluxe* dan *semi haute couture* dengan gaya busana yang feminin sebagai karya kolaborasi bersama CV. Terima Kasih Banyak selaku mitra. Proses penciptaan karya busana *ready to wear deluxe* dan *semi haute couture* diimplementasikan dengan teori metafora dengan mengambil lima kata kunci terpilih yaitu Terumbu karang, tersembunyi, mempesona, hidup, dan penyu. Metode "FRANGIPANI" digunakan sebagai pedoman dalam proses penciptaan busana ini yang terdiri dari *Design Brief, Research and Sourcing, Design Development, Sample, Prototype, Dummy, Final Collection, (Promoting, Branding, Sale, Production, Bussiness)*. Hasil dari penciptaan busana ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi kepustakaan terkait dengan bidang mode serta dapat mempromosikan keindahan ekosistem laut Indonesia.

Kata kunci : *Bunaken, ready to wear deluxe, semi couture, metafora*

Abstract

Bunaken National Park is a representative of Indonesia's marine ecosystem which has a variety underwater life. Since the Bunaken National Park is located in the golden triangle of the world's coral reefs, which are spread from Indonesia, Malaysia, Philippines, Papua New Guinea, Timor Leste and the Solomon Islands. Moreover, the stunning Bunaken Marine Park is chosen as a sparkling idea in the creation of ready to wear deluxe and semi couture clothing with feminine style as a collaborative project with CV. Terima Kasih Banyak. The process of creating these clothes is implemented using metaphorical theory by taking five selected keywords such as coral reefs, hidden, enchanting, alive, and turtles. The "FRANGIPANI" method is used as a guide in the process of making these clothes which consists of *Design Brief, Research and Sourcing, Design Development, Sample, Prototype, Dummy, Final Collection, (Promoting, Branding, Sale, Production, Business)*. The results of this project are expected to be one of the references in fashion literature and be able to promote the beauty of Indonesia's marine ecosystem.

Keywords : *Bunaken, ready to wear deluxe, semi-couture, metaphor*

PENDAHULUAN

Taman Nasional Bunaken (TNB) di Sulawesi Utara secara resmi ditetapkan sebagai taman nasional laut pada Oktober 1991, dan sejak itu menjadi salah satu tujuan ekowisata bahari paling terkenal di Indonesia. Taman ini mencakup 89.056 hektar wilayah darat dan laut. Taman ini terletak di Segitiga Terumbu Karang yang menjadi habitat bagi 390 spesies terumbu karang dan juga berbagai spesies ikan, moluska, reptil, dan mamalia laut.

Atas keindahan dan keberagaman biota laut yang hidup di kawasan Bunaken, Taman Laut ini dapat digambarkan sebagai kekayaan ekosistem laut yang ada di Indonesia. Sehingga Taman Laut Bunaken sangat menarik untuk dijadikan ide pemantik yang diangkat sebagai suatu proyek kolaborasi dengan suatu perusahaan kreatif yaitu CV. Terima Kasih Banyak. CV. Terima Kasih Banyak adalah perusahaan yang telah didirikan oleh Ida Bagus Ratu Antoni Putra atau yang biasa dikenal dengan nama Monez. Monez adalah seorang seniman Bali dan pelaku industri digital yang berfokus pada ilustrasi dan grafis. Memiliki gaya ilustrasi yang unik, Monez pada karyanya memunculkan unsur moderen namun dengan aksentasi Bali yang kuat. Sehingga karya-karyanya memiliki daya tarik untuk *branding activation* beberapa *brand* besar. Selain ilustrasi, Monez juga membangun *Monstero*, yakni *art rebel* yang memproduksi *t-shirt*, *tote bag*, *pillow*, dan *note book*. Namun selama beberapa waktu terakhir *art rebel* ini tidak aktif berproduksi karena padatnya pekerjaan yang terkait dengan ilustrasi dan desain. Dalam hal ini penulis diperkenalkan oleh mitra untuk mengerjakan suatu proyek busana kolaborasi bersama *Monstero* untuk merancang busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* dengan ide pemantik Taman Laut Bunaken sebagai sarana untuk memperkenalkan *brand monstero* kepada publik sebelum akhirnya *brand* ini mulai produktif kembali.

Gaya busana yang dipilih dalam merancang busana ini adalah gaya feminin. Feminin menurut Hoyenga & Hoyenga (dalam Naully, 2003) adalah ciri-ciri atau *trait* yang lebih sering atau umum terdapat pada perempuan daripada laki-laki. Ketika dikombinasikan dengan "stereotipikal", maka ia mengacu ada *trait* yang diyakini lebih berkaitan pada perempuan daripada laki-laki secara kultural pada budaya atau subkultur tertentu. Berarti, feminin merupakan ciri-ciri

atau *trait* yang dipercaya dan dibentuk oleh budaya sebagai ideal bagi perempuan, Naully (2003). Pada busana *ready to wear* dan *semi couture* dengan ide pemantik Taman Laut Bunaken memiliki sifat feminin yang ditunjukkan dari potongan pakaian yang membentuk tubuh dan bentuk *heart* pada garis dada *outer* serta bahan dan detail yang terkait dengan perempuan seperti bordir, renda, dan satin.

Sebagai bentuk gaya ungkap dalam mewujudkan ide pemantik Taman Laut Bunaken pada busana, teori metafora dipilih untuk menciptakan karya busana yang lebih imajinatif. Metafora mengidentifikasi hubungan antara benda dimana hubungan tersebut lebih bersifat abstrak daripada nyata serta mengidentifikasi pola hubungan sejajar. Dengan metafora seorang perancang dapat berkreasi dan bermain-main dengan imajinasinya untuk diwujudkan dalam karya. Metafora dapat mendorong desainer untuk memeriksa sekumpulan pertanyaan yang muncul dari tema rancangan.

METODE PENCIPTAAN

Tahapan atau alur penciptaan busana *Ready to Wear* dan *Semi Couture* dengan ide pemantik Taman Laut Bunaken menggunakan metodologi desain "FRANGIPANI", *The Secret Steps of Art Fashion* (Frangipani, Tahapan- Tahapan Rahasia dari Seni Fesyen). Metode penciptaan ini menggunakan 8 tahapan yaitu, (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*, dan (8) *the business* (Cora, 2016) dengan gaya busana (*style*) yang feminin, busana ini berjudul "*Seaphoria: The Marine Life of Bunaken*". Kata *Seaphoria* berarti berasal dari kata "*sea*" yang berarti laut dan "*euphoria*" yang berarti rasa nyaman dan kegembiraan. Sehingga "*Seaphoria: The Marine Life of Bunaken*" dapat diartikan sebagai kegembiraan di dalam kehidupan laut Bunaken. Setelah melakukan pencarian dan riset terkait Taman Laut Bunaken, didapatkan *mind mapping*, *concept list*, dan *key words*. *Gaya ungkap metafora digunakan pada penciptaan busana ini melalui* pengandaian dengan perwujudan hubungan yang abstrak diantara ide pemantik dan rancangan.

PROSES PERWUJUDAN

Perwujudan busana koleksi *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* diawali dengan memilih Taman Laut Bunaken sebagai ide pemantik. Taman Nasional Bunaken (TNB) di Sulawesi Utara secara resmi ditetapkan sebagai taman nasional laut pada Oktober 1991, dan sejak itu menjadi salah satu tujuan ekowisata bahari paling terkenal di Indonesia. Taman ini mencakup 89.056 hektar wilayah darat dan laut. Taman ini terletak di Segitiga Terumbu Karang yang menjadi habitat bagi 390 spesies terumbu karang dan juga berbagai spesies ikan, moluska, reptil, dan mamalia laut.

Terinspirasi dari Taman Laut Bunaken, dihasilkan dua buah karya busana yaitu *ready to wear deluxe* dan semi *haute couture*, dimana busana *ready to wear deluxe* merupakan busana *ready to wear* yang dibuat dengan teknik khusus dan material atau bahan yang berkualitas. Sedangkan, busana semi *haute couture* merupakan istilah yang umum digunakan pada pakaian yang diproduksi secara *custom* atau *request*, serta bahan berkualitas tinggi, dan mahal serta teknik pembuatannya yang dikerjakan dengan detail bahkan terkadang dibuat dengan jahitan tangan atau teknik manual.

Pada proses penciptaan busana dengan ide pemantik "Taman Laut Bunaken" diwujudkan dengan menentukan *concept list* dan *keywords*. Konsep list yang diambil dari ide pemantik Taman Laut Bunaken adalah; Terumbu karang, laut, tersembunyi, mempesona, sesak, hidup penyu, biodiversitas, beragam, rumah, bentenan, koloni, roh jahat, simbiosis. Berdasarkan konsep list tersebut, diambil sebanyak lima kata kunci yang akan diimplementasikan pada karya *busana ready to wear* dan semi *couture*, yaitu:

a. Terumbu Karang

Sebagai ekosistem yang dihuni berbagai biota laut, menyebabkan terumbu karang memiliki tekstur, bentuk dan warna yang beragam. Sehingga pola dan tekstur serta warna yang ditampilkan akan diadaptasi pada karya busana.

b. Tersembunyi

Laut Bunaken merupakan surga tersembunyi sebelum ditemukan oleh para penyelam dikarenakan adanya mitos mengenai roh jahat. Kata tersembunyi akan diaplikasikan pada desain busana dengan memberi *layering* di beberapa bagian busana.

c. Hidup

Laut Bunaken yang kaya akan keragaman hayati memberi kesan kehidupan yang sangat kuat. Kesan hidup pada busana akan ditampilkan dengan berbagai gambaran visual yang beragam, juga warna kontras yang akan menjadikan kehidupan bawah laut yg menjadi *point of interest*.

d. Penyu

Salah satu hewan yang dapat dijumpai di laut bunaken adalah Penyu Sisik yang merupakan salah satu spesies penyu langka di dunia. Penyu ini memiliki bibir yang cukup runcing menyerupai paruh. Karakter khas dari penyu ini yang akan di ambil visualnya pada desain busana.

e. Mempesona

Seperti gadis cantik yang mempesona, laut bunaken dengan keindahan alam lautnya juga menarik untuk mengundang wisatawan. Kesan ini akan diaplikasikan pada desain pakaian dengan *look* yang feminin.

Selain lima kata kunci diatas, pembuatan busana dengan ide pemantik Taman Laut Bunaken juga mempertimbangkan ciri dari mitra atau perusahaan magang, mengingat karya busana yang diciptakan merupakan suatu kolaborasi dengan pihak mitra. Dalam busana ini, sisi laut bunaken akan ditampilkan dengan penerapan berberapa unsur dari *Monstero* yang merupakan bagian dari CV. Terima Kasih Banyak yang merupakan brand kolektif sebagai simbol keberanian, perlawanan akan rasa takut, dan merayakan perbedaan.

Berdasarkan pemaparan tersebut kemudian penulis mewujudkan rancangan berdasarkan pada *keywords* terpilih pada desain busana *ready to wear deluxe* dan semi *couture* yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Desain busana *ready to wear deluxe*

Busana *ready to wear deluxe* merupakan busana *ready to wear* yang dibuat dengan teknik khusus dan material atau bahan yang berkualitas. Busana ini diproduksi terbatas dengan harga yang relatif mahal. Busana ini terdiri dari empat bagian yaitu atasan one shoulder dengan lengan panjang di satu sisi, rok lipit panjang dengan belahan ditengah, serta bustier asimetris dan rok lingkaran pendek berbahan katun bordir dengan pinggir *lace*.

b. Desain busana *semi couture*

Busana *semi haute couture* merupakan istilah yang umum digunakan pada pakaian yang diproduksi secara *custom* atau *request*, serta bahan berkualitas tinggi, dan mahal serta teknik pembuatannya yang dikerjakan dengan detail bahkan terkadang dibuat dengan jahitan tangan atau teknik manual. Busana *semi couture* dengan ide pemantik Taman Laut Bunaken terdiri dari tiga bagian yaitu *short dress*, *long pants*, dan *off shoulder outer*. Bahan yang digunakan adalah satin, kanvas, dan organza.

Tahap selanjutnya setelah membuat desain adalah proses pembuatan pola berdasarkan ukuran badan wanita dan pria. Adapun pola yang dibuat untuk menciptakan ketiga busana diperoleh dari hasil pecah pola dasar yang kemudian disesuaikan berdasarkan desain.

Proses selanjutnya setelah pembuatan pola adalah proses penentuan alat dan bahan seperti mencari sampel, percobaan cat akrilik, pembuatan *fabric manipulation*, *printing*, dan lain sebagainya yang akan digunakan dalam proses perwujudan karya

WUJUD KARYA

Pada busana *ready to wear deluxe* Ide yang diwujudkan dalam karya busana *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* menggunakan gaya ungkap metafora dengan pengandaian atau hubungan abstrak yang terkait pada konsep dan rancangan.

Busana *ready to wear deluxe* diwujudkan dengan berdasarkan kata kunci yang diambil dari ide pemantik serta konsep yang didasari oleh *Monstero*, berikut adalah hasil desain busana *ready to wear deluxe* yang didapatkan dari hasil pengembangan konsep ide pemantik dan *Monstero*. Visual dari terumbu karang, kehidupan laut dan keberagaman tertuang pada desain motif pada karya busana dengan menuangkan imajinasi serta kreatifitas yang juga didukung melalui warna hitam sebagai dasar kain yang menyebabkan warna-warna lain menjadi lebih hidup dan bersinar. Warna-warna yang dipilih juga mewakili *Monstero* karena pemilihan jenis warna yang kuat, sebagai simbol keberanian melawan kegelapan. Busana *ready to wear* ini memiliki *style* yang feminin, dan mempesona, terlihat dari *siluet*,

potongan dan detail yang menonjolkan sifat-sifat feminin seperti *bustier* dan rok yang berbahan katun bordir dan *lace*.

Karya *ready to wear deluxe* memiliki sifat *simple* namun tetap elegan yang bisa digunakan untuk berpergian oleh kalangan masyarakat pada acara tertentu termasuk acara resmi. Dalam pembuatan karya *ready to wear deluxe* dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu :

- Ukuran yang digunakan dalam karya *ready to wear* menggunakan ukuran standar wanita yang bisa digunakan untuk kalangan remaja. Dalam ukuran ini bisa diproduksi secara *massal* tidak terbatas.
- Bahan yang digunakan dalam karya busana *ready to wear* yaitu bahan satin. Katun bordir, dan katun. Bahan yang digunakan pada karya ini adalah bahan yang *simple* dan nyaman jika digunakan.
- Teknik dalam karya busana *ready to wear* yaitu teknik ciprat yang digunakan pada bagian atasan *one shoulder* menggunakan cat akrilik. Selain itu terdapat teknik lipit pada bagian rok. Teknik yang digunakan lebih sedikit dipada karya *semi couture*.
- Teknik jahit yang digunakan pada busana *ready to wear* yaitu *semi tailoring* karena sebagian busana menggunakan lapisan kain.
- Teknik *finishing* pada busana *ready to wear* dilakukan dengan cara percobaan menggunakan *dummy*.



Gambar 1. Hasil akhir busana *ready to wear* (Sumber : Netania Amanda, 2022)

Pada busana *semi couture* Ide yang diwujudkan dalam karya busana *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* menggunakan gaya ungkap metafora dengan pengandaian atau hubungan abstrak yang terkait pada konsep dan rancangan. Implementasi kata kunci dari

ide pemantik dan konsep monstero pada busana semi couture menghadirkan *style* busana feminin yang berwarna kuat dan bold dan dominasi warna hitam menggambarkan kehidupan bawah laut yang mempesona menjadi karakter utama pada desain busana ini. Ekosistem terumbu karang dan keberagaman pada bagian *outer* yang dimunculkan dengan teknik fabric manipulation diantaranya *pleated* and *stucks* dan *suffolk puffs*. Selain itu *outer* ini juga mengaplikasikan kata kunci tersembunyi, dimana *outer* ini bertujuan untuk menutupi sebagian busana namun juga tetap memiliki pesonanya sendiri. Desainnya yang melingkar pada bagian dada dan juga lengan (sabrina) diibaratkan sebagai ikatan atau batasan yang saat itu dilepas mengartikan kebebasan, pengenyahan ketidaktahuan, ketidaksempurnaan, dan perbedaan sesuai dengan tujuan dari Monstero. Cipratan warna juga melambangkan kreatifitas dan keberanian atas rasa takut. Pada busana bagian dalam menghadirkan suasana yang berbeda dimana warna kuning dan hijau dimunculkan sebagai pelengkap perayaan atas kebebasan dan busana bagian dalam juga dibuat tanpa lengan sebagai perwujudan dari kebebasan. Dengan mengambil visual penyu yang menjadi *icon* atau *point of interest* pada busana bagian dalam, terinspirasi oleh penyu sisik yang merupakan penyu langka dengan tempurung yg cantik menyerupai sisik serta memiliki keunikan yaitu mulut berbentuk paruh. Paruh khas dari penyu ini yang mendasari pengambilan sudut pandang depan / muka dari penyu sisik pada desain busana ini.

Karya *semi couture* memiliki sifat yang detail dan rumit, sehingga dalam pembuatan karya *semi couture* memiliki banyak waktu dan pengerjaan yang sangat detail. Dalam pembuatan karya *semi couture* dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu :

- a. Ukuran yang digunakan dalam karya *semi couture* menggunakan ukuran pas wanita dengan menggunakan satu ukuran untuk satu baju. Karya dengan ukuran seperti ini tidak bisa diproduksi lebih dari satu.
- b. Bahan yang digunakan dalam karya *semi couture* yaitu bahan satin bridal, organza dan kain kanvas. Bahan yang digunakan pada karya ini memiliki sifat feminin dengan dominasi warna hitam dan warna vibrant

- c. Teknik dalam karya *semi couture* menggunakan teknik *printing*, cat, plisket dan fabric manipulation diantaranya *pleated* and *stucks* dan *suffolk puffs*. Dalam detail karya, detail yang digunakan lebih mengacu pada teknik ciprat menggunakan cat. Karya ini lebih rumit dibandingkan *ready to wear deluxe*.
- d. Teknik jahit yang digunakan pada busana *semi couture* yaitu *tailoring* dan juga *hand made*, busana *semi couture* lebih dominan menggunakan teknik tangan karena busana *semi couture* lebih rumit dibuat daripada busana *ready to wear deluxe*.
- e. Teknik *finishing* busana *semi couture* dilakukan dengan cara percobaan pada *dummy*.



Gambar 2. Hasil akhir busana *semi couture* (Sumber : Netania Amanda, 2022)

2. Promosi, Pemasaran, *Branding*, Penjualan Koleksi, dan Bisnis

a. Promosi

Kotler dan Armstrong pada Sinarjo, J (2021) mendefinisikan promosi sebagai kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi penjualan dalam buku manajemen komunikasi periklanan Abdullah (2017) merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media dengan tujuan membangkitkan rasa mencoba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk. Produk busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* ini dipromosikan melalui langkah pertama yang yaitu menentukan target pasar. Dilihat dari *style* yang digunakan dalam busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* yang cenderung feminin dengan sentuhan warna *pop art* maka dari itu target pasarnya adalah perempuan remaja dengan rentang usia 17 hingga 27 tahun. Dilihat dari nilai fungsional busana *ready to wear*

deluxe dan *semi couture* ini dapat digunakan dalam acara-acara tertentu seperti pesta, *red carpet* dan *Halloween*. Setelah menentukan target pasar, selanjutnya menentukan harga dan foto katalog dan media pemasaran seperti *direct selling*, periklanan, *endorsement*, dan lain sebagainya.

b. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Kegiatan ini merupakan hasil dari kegiatan promosi sehingga media yang digunakan juga sama. Tujuan dari kegiatan ini adalah memaksimalkan keuntungan, melebarkan target pasar, memaksimalkan penjualan, meningkatkan citra *merk*, menyediakan *value*, meningkatkan kepuasan pelanggan dan memelihara stabilitas harga.

c. Branding

Kata dasar *Branding* adalah *brand*, yang memiliki arti merek. Istilah merek, dalam kamus Bahasa Indonesia diterangkan bahwa merek ialah tanda yang dikenakan oleh pengusaha, pabrik, produsen, dan sebagainya, pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenalan. Tanda adat cap ini dipakai sebagai pengenalan yang menjelaskan atau menyatakan nama dan sebagainya. Menurut Prasetyo (2020) arti dari istilah istilah merek dagang, yaitu untuk menjelaskan tentang nama, simbol, gambar, huruf, kata, yang dipakai oleh industri maupun perusahaan dalam memberikan sebutan pada barang yang mereka produksi yang dapat membedakan dengan produk lainnya.

Nama yang digunakan sebagai branding dari produk busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* adalah “westeast” berasal dari kata “west” yang berarti barat dan “east” yang berarti timur. Westeast adalah produk yang mengedepankan kreatifitas tak terbatas. Terinspirasi dari budaya barat dan timur. Diharapkan dari pemilihan nama tersebut, produk ini dapat diterima dan berkembang secara global tanpa meninggalkan budaya timur namun tetap mengikuti perkembangan zaman dari budaya barat.

d. Penjualan

Penjualan adalah aktivitas yang dilakukan untuk mengembangkan strategi bisnis pada sebuah usaha untuk memuaskan kebutuhan

dan keinginan pembeli guna mendapatkan keuntungan. Adapun kegiatan yang dilakukan untuk menunjang penjualan pada produk brand westeast diantaranya yaitu membuat kartu bisnis, label dan paper bag.

e. Bisnis

Proses produksi dan bisnis pada busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* ini, metode yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* atau yang biasa disebut bisnis *canvas*. Metode ini berguna sebagai penunjang jalannya usaha dimasa depan. Adapun sembilan elemen bisnis *canvas* Menurut Osterwalder (2012) yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

a. *Customer Segment* (Segmentasi Pelanggan)

Pada busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* diperuntukkan oleh perempuan dengan rentang usia sekitar 17 hingga 27 tahun yang bersemangat dan sering menghadiri suatu pesta ataupun perayaan tertentu.

b. *Value Propotion* (Pemberian Nilai)

Busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* ini memiliki gaya busana feminin yang unik dengan dominasi warna hitam dan *pop art* tapi tetapi tetap mengutamakan unsur-unsur yang feminin seperti *lace*, *ruffle*, hingga bahan-bahan yang jatuh. Busana sebagai fungsi sosial pada ruang-ruang tertentu merupakan bagian dari semacam kesepakatan aturan atau norma. Selain itu busana juga merupakan identitas diri yang dapat menunjukkan latar belakang, kepribadian, selera, pekerjaan, dan sebagainya sehingga busana dapat berkaitan erat dengan bagaimana sudut pandang suatu zaman. Beberapa waktu terakhir banyak masyarakat yang mulai berani untuk berekspresi dalam busana sebebaskan mungkin terlepas dari kesepakatan atau norma yang berlaku. Koleksi *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* ini merupakan suatu bentuk ekspresi bahwa feminin juga dapat menunjukkan sisinya yang tegas, berani, dan ekspresif.

c. *Channel* (Jalur Distribusi)

Media promosi yang digunakan dalam pemasaran busana *ready to wear deluxe* dan *semi couture* ini adalah *platform online* seperti media sosial insagram, facebook, *marketplace*, ataupun website khusus sehingga jangkauan yang dapat dipapai lebih luas.

d. *Customer Relantionship* (Hubungan dengan Pelanggan)

Membangun interaksi sebaik mungkin dengan *review* atau *testimoni*, menanyakan

bagaimana pendapat mengenai pelayanan, kualitas dan harga produk yang dibeli atau disewa, kemudian kepuasan pelanggan pada produk yang dibeli atau disewa melalui *personal chat*, maupun fitur pertanyaan ataupun *polling* pada *instastory* Instagram. Hal ini bertujuan untuk peningkatan kualitas perusahaan jangka panjang.

e. *Revenue Stream* (Arus Pendapatan)

Busana yang telah dibuat dapat dikembangkan sehingga modelnya lebih bervariasi sehingga dapat menyesuaikan kebutuhannya pembeli dan menyesuaikan harganya. Tidak hanya menjual busana, namun juga aksesoris seperti anting, kalung, topi, gelang, dan lain-lain.

f. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Agar suatu bisnis berjalan lancar diperlukan sumber daya seperti desainer, pembuat pola, penjahit, pengerajin, pengemasan, admin *e-commerce* maupun media sosial, akutansi dan tentunya bahan baku yang diperlukan dalam memuat busana tersebut.

g. *Key Activities* (Aktivitas utama)

Dalam menjalankan bisnis tentunya tidak berjalan mudah pada awalnya, maka dari itu agar bisnis terus berkembang diperlukan untuk meriset ide kembali mengenai produk-produk yang sudah di jual atau disewa, kemudian dapat diperbaharui desain, membuat *sampling* sebelum melakukan produksi untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

h. *Key Partnership* (Kemitraan Utama)

Suatu bisnis tidak akan mudah berjalan sendiri, diperlukan *partner* atau rekan kerja yang dapat memudahkan dalam proses berjalannya bisnis seperti jasa ekspedisi yaitu JNE, DHL, JNT, POS, dll. Kemudian diperlukan juga *supplier* bahan dan beberapa pengerajin yang diajak Kerjasama. Selain itu dapat berkolaborasi atau bekerjasama dengan brand lain guna memperluas bisnis.

i. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Dalam mendapatkan hasil yang maksimal dalam menjalankan bisnis memerlukan struktur pengeluaran maupun pendapatnya. Biaya pengeluaran seperti biaya bahan baku, biaya penjahit, biaya *photoshoot* katalog, dan lain-lain. Pendapatan seperti hasil penjualan harus direkap setiap 1 bulan sekali. Selain itu dalam hal ini, teknik marketing sangat diperlukan seperti bagaimana cara kita menghemat atau menekan pengeluaran namun mendapat hasil yang maksimal dan memuaskan pelanggan.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari pembuatan laporan akhir yang berjudul *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* adalah sebagai berikut:

1. Dengan mengambil inspirasi dari Taman Laut Bunaken, dihasilkan dua buah karya busana yaitu *ready to wear deluxe* dan *semi haute couture*. Penciptaan karya busana ini diwujudkan dengan metode penciptaan *frangipani, the secret steps of art fashion* yang ditemukan oleh Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana yang berisi sepuluh tahapan dalam pembuatan busana yang diwujudkan dengan bentuk metafora. Tahapan awal penciptaan busana ini dengan memilih ide pemantik yaitu Taman Laut Bunaken sebagai konsep utama pada busana ini. Kemudian setelah itu penelitian terkait dengan sumber yang diperoleh melalui jurnal dan *website*. Segala informasi terkait dengan sumber kemudian dirangkum dengan sebuah peta konsep (*mind mapping*). Pembuatan *mind mapping* tersebut menghasilkan pilihan konsep list yang kemudian diringkas menjadi lima pilihan kata kunci beserta pemilihan warna yang sesuai dengan ciri khas *Monstero* diaplikasikan pada busana. Kata kunci yang terpilih menjadi dasar dalam penciptaan enam (6) pilihan desain yang terdiri dari masing-masing tiga desain pada kategori *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *semi couture*. Dari enam pilihan dipilahlah satu desain pada setiap kategori yang diwujudkan berdasarkan ukuran model untuk wanita. Pada koleksi busana *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken*, hal pertama yang dilakukan yaitu pembuatan pola, pemotongan bahan, menjahit dan pemasangan detail, *promotion marketing*, *branding and sale* adalah tahap dimana produsen melakukan promosi terhadap barang yang akan dijual, guna untuk menarik perhatian pembeli dengan cara update di sosial media atau media cetak, setelah itu *production and business* adalah proses produksi busana yang akan dipasarkan kepada konsumen.

2. Strategi pemasaran, promosi, *branding* dan penjualan produksi dalam koleksi busana *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* yaitu mempromosikan produk yang akan dijual di media *online* ataupun *offline* diantaranya *social media*, *sponsor*, *flyer* dan media lainnya. Perkenalan produk koleksi ini melalui *business*

card dan menawarkan diskon, *branding* yang penulis buat memiliki makna dan *symbol* yang mendalam kepada konsumen agar tepat sasaran. Dalam penjualan produk, penulis membuat price tag, label, dan shopping bag yang berfungsi sebagai nilai tambah untuk menarik perhatian terhadap konsumen.

3. Sistem produksi koleksi busana *Seaphoria: The Marine Life of Bunaken* merupakan tahap awal dalam pembuatan busana yaitu pembuatan rancangan harga untuk produksi sehingga mengetahui berapa material dan biaya yang dikeluarkan sebelum produksi dalam jumlah yang besar. Penulis juga menggunakan strategi BMC atau Business model kanvas yaitu value proposition, customer segment, channel, customer relationship, key activity, key resource, key partner, revenue stream untuk membangun strategi yang kuat dan mengurangi resiko dalam menjalankan bisnis.

DAFTAR RUJUKAN

- Erdmann, M V. Merrill, P R. Mongdong, M. Wowiling, M. Pangalila, R. Arsyad, I. 2003. *The Bunaken National Marine Park co-management initiative. In Proc Second International Tropical Marine Ecosystems Management Symposium.*
- Kambey, A D. 2014. *Kondisi Terumbu Karang Pulau Bunaken Provinsi Sulawesi Utara.* Jurnal Ilmiah Platax, 2(1).
- Kkji.kp3k.kkp.go.id. 2021. Data Kawasan Konservasi Taman Nasional Laut Bunaken. <<http://kkji.kp3k.kkp.go.id/index.php/basisdata-kawasan-konservasi/details/1/8>> [diakses pada 27 December 2021].
- Kusnadi. 2018. *Dasar Desain Grafis* . Edu Publisher. https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_DESAIN_GRAFIS/12RnDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0 [diakses tanggal 23 Januari 2020]
- Mukhasanah, I. 2016. *Representasi Simbol Feminisme Dalam Iklan Televisi: Analisis Semiotika Iklan Top White Coffee Versi Raline Shah.* <http://etheses.uin-malang.ac.id/3662/> [diakses pada 20 Januari 2022]
- Sinarjo, J. Perancangan Branding dan Promosi Brand Speak Up. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8(2), 90-98.
- Suwelo, I S. Ramono, W S. Somantri, A. 1992. *Penyu Sisik di Indonesia.* Jurnal Oseanografi LIPI, 17(3), 97-109.
- Suparta, I. M. 2019. Prinsip Seni Rupa. Repostory Jurnal ISI Denpasar.
- Supriatna, J. 2014. *Berwisata alam di taman nasional.* Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Osterwalder, A. Pigneur, Y. 2012. *Business Model Generation: Membangun Model Bisnis.* Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Ratna C.S.,Tjok.Istri. 2016. *Undagi: Undagi, Arketif, Horizon Kriya Nusantara.* Jakarta:Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Prasetyo, Bambang D. Febriani, Nufian S. 2020. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis.* Universitas Brawijaya Press

UCAPAN TERIMAKASIH / PENGHARGAAN

Terimakasih saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatnya artikel ini dapat selesai tepat pada waktunya. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah membantu dalam setiap proses pengerjaan tulisan ilmiah ini, serta kepada ibu, bapak dan teman-teman yang telah mendukung saya.