



Pelatihan Perancangan Desain Motif Scarf pada Pelaku Usaha di Kota Bandung

Rahmania Almira¹, Adi Surahman²

^{1 2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas 'Aisyiyah Bandung Jl. Palasari No.9A, Kota Bandung

*Email : Rahmania@unisa-bandung.ac.id

Received: 25 Januari 2024

Revised: 27 Januari 2024

Accepted: 28 Januari 2024

ABSTRAK

Bagian	Jumlah kalimat	Isi kalimat Abstrak
Pendahuluan	1-2	Tren fesyen ini berdampak pada bermunculan pelaku usaha baru yang memasarkan produk scarf dengan beragam motif. Pelaku usaha yang baru memulai usaha menggunakan motif yang ada di internet sebagai motif yang diterapkan pada produknya
Tujuan	1	Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam membangun <i>brand</i> serta inovasi pada produk
Metode	1-3	Kegiatan ini dilakukan kepada pelaku usaha dengan tiga peserta, kegiatan berlangsung di Marka Café Bandung. Metode yang dilakukan yaitu survei, Analisa, ceramah, diskusi dan tanya jawab, serta pelatihan.
Hasil	1-3	Hasil kegiatan pelatihan yaitu peningkatan wawasan dan kemampuan peserta dalam membangun merek, peningkatan kemampuan peserta dalam berinovasi pada desain motif yang diterapkan pada scarf.
Kesimpulan	1	Kegiatan pelatihan perancangan desain motif scarf, para pelaku usaha memiliki wawasan lebih mendalam dalam membangun brand, menemukan identitas dan keunikan dari produk yang dimiliki melalui desain motif, serta pelaku usaha mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam merancang desain motif.
Kata kunci	1	Merek, Desain Motif, Pelaku Usaha.
Abstrak bahasa Inggris		This fashion trend has led to the emergence of new entrepreneurs marketing scarves with various motifs. New businesses starting out use motifs found on the internet as the patterns applied to their products. This Community Service activity aims to enhance the abilities of entrepreneurs in building their brand and innovating their products. The activity is conducted for three participants and takes place at Marka Café in Bandung. The methods employed include surveys, analysis, lectures, discussions, Q&A sessions, and training. The training results in an increase in participants' knowledge and skills in building a brand, as well as improving their ability to innovate in the design motifs applied to scarves. Through the training on designing scarf motifs, entrepreneurs gain a deeper insight into building a brand, discovering the identity and uniqueness of their products through motif design. Additionally, participants are able to develop creativity and innovation in designing motifs.
<i>Keywords</i>		Brand, pattern design, entrepreneurs

PENDAHULUAN

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan seseorang, seiring perkembangan jaman pakaian tidak hanya sebagai kebutuhan saja tetapi menjadi ciri diri seseorang. Hendariningrum dan Susilo



(2014) menjelaskan baju dan aksesoris memiliki fungsi lain tidak hanya sekedar penutup tubuh, tetapi menjadi media komunikasi dari identitas pribadi.

Gaya pakaian seseorang saat ini dipengaruhi oleh teknologi sehingga tercipta tren fesyen baru, serta perubahan tren fesyen yang cepat. Salah satu atribut fesyen yang banyak digunakan yaitu scarf. Widyaningrum (2018) menjelaskan *scarf* atau sering di sebut syal dalam Bahasa Indonesia, yang berawal dari bahasa Belanda yaitu *sjaal* merupakan potongan bahan berbentuk segi empat atau segi empat Panjang, dipakai disekitar pundak, scara longgar ditalikan di depan dan di atas dada. Saat ini scarf tidak hanya digunakan sebagai aksesoris, tetapi juga berfungsi sebagai hijab. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim yang tinggi, pada tahun 2020 diperkirakan sejumlah 229 juta penduduk yang tinggal di Indonesia merupakan muslim. Jumlah penduduk beragama islam di Indonesia mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk halal. Tjandrawibawa (2018) menjelaskan berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia kontribusi pertumbuhan ekonomi Indonesia sejumlah 18,15% berasal dari sektor fesyen.

Pandemi Covid 19 terjadi di Indonesia pada tahun 2020 memberikan dampak yang cukup besar pada berbagai sektor, salah satunya yaitu perekonomian. Beltrami, *et al.*, (2020) dalam Githapradana, dkk (2021) menjelaskan bahwa industri fesyen pun mengalami dampak signifikan dan perubahan yang diakibatkan pandemic covid-19. Sejak pandemic covid-19 hampir seluruh aktivitas disarankan dilakukan di rumah. Hal ini berpengaruh terhadap sistem penjualan dan, menurut Satariah dan Yusuf (2021) UMKM di Kota Bandung terjadi perubahan pada system penjualan dan pemasaran dari system konvensional menjadi system digitalisasi. Satariah dan Yusuf (2021) pun menjelaskan bahwa UMKM memanfaatkan system penjualan dengan memanfaatkan teknologi digital. Selain itu pandemic covid-19 memberikan dampak perubahan dalam gaya berpakaian, kondisi yang mengharuskan seseorang menerapkan protocol Kesehatan membuat seseorang perlu menggunakan pakaian yang mampu meminimalisir kontak langsung kulit dengan benda lain.

Gaya berpakaian berubah membuat penggunaan atribut fesyen kini menjadi salah satu tren fesyen. Atribut fesyen yang banyak digunakan saat ini yaitu scarf, tidak hanya sebagai sebagai hijab tetapi scarf saat ini dipilih untuk menjadi pelengkap busana. Hal ini membuat bermunculan pelaku usaha menjual produk scarf outer dengan beragam motif. Banyaknya pelaku usaha yang menjual produk scarf outer membuat pelaku usha perlu memiliki pembeda dalam segi desain motif agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lain.

Permasalahan yang dihadapi oleh beberapa pelaku usaha yaitu baru memulai usaha di bidang fesyen, produk yang dihasilkan yaitu scarf printing, desain motif yang dijadikan sebagai produk scarf merupakan gambar yang beredar di media sosial atau internet, sehingga produk yang dihasilkan belum memiliki ciri khas dari *brand*. Pelaku usaha minim dalam wawasan terkait penggunaan karya yang beredar di internet serta kurang berinovasi terhadap desain motif sehingga hanya menggunakan desain yang sudah ada di pasaran. Pelaku usaha pun belum memahami prinsip-prinsip desain untuk melakukan perancangan sebuah karya.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha maka dilakukan pemecahan masalah terkait pentingnya wawasan dan pengenalan desain motif, bagaimana mencari ide untuk sebuah motif, serta penerapan prinsip-prinsip desain dalam perancangan sebuah motif. Maka dilakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pengenalan desain motif,



proses pencarian ide dan eksplorasi, serta praktik pelatihan perancangan desain motif secara langsung. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pelatihan pengenalan desain motif dan perancangan desain motif yaitu memberikan wawasan terkait desain motif, pencarian ide untuk perancangan motif, serta prinsip-prinsip desain dalam perancangan.

METODE

Permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha saat ini kurang eksplorasi dalam merancang desain motif pada produk scarf. Maka metode pengabdian masyarakat dilakukan dengan menyesuaikan permasalahan dan luaran yaitu pelatihan perancangan desain motif, Sebelum dilaksanakan pelatihan terlebih dahulu dilakukan beberapa langkah agar kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik, langkah-langkah yang dilakukan antara lain;

1. Survei kepada pelaku usaha untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi.
2. Melakukan analisis terhadap permasalahan yang dihadapi serta menentukan pemecahan solusi, dilakukan koordinasi dengan pelaku usaha terkait tema. Ditentukan tema kegiatan yaitu pemaparan materi terkait desain motif dan pelatihan perancangan desain motif.
3. Melakukan persiapan materi dan peralatan yang akan digunakan pada saat kegiatan.

Kegiatan perancangan desain motif untuk pelaku usaha dilaksanakan pada hari minggu 24 April 2022 di Marka Café Bandung, pukul 13.00-17.00. Sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha di bidang fesyen yang baru memulai usaha. Untuk mencapai tujuan kegiatan, metode yang dilakukan yaitu ceramah, diskusi dan praktek. Metode ceramah adalah berfokus pada penyampaian secara lisan (Hidayati,2022). Terdapat beberapa materi yang disampaikan pada awal kegiatan antara lain;

1. Proses membangun brand serta desain motif sebagai identitas dari brand.
2. Proses merancang motif yang terdiri dari pencarian ide, pembuatan konsep motif, serta prinsip-prinsip desain yang perlu diperhatikan dalam proses perancangan sebuah motif.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian berlangsung selama dua bulan. Kegiatan ini diikuti oleh tiga orang pelaku usaha di bidang fesyen. Metode yang digunakan untuk dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha terkait wawasan terkait desain motif, penggunaan karya yang ada di media sosial sebagai produk komersil, serta proses pencarian sebuah ide untuk menghasilkan motif baru, yaitu pemberian materi, diskusi dan tanya jawab, pengarahan proses pencarian ide dan praktik pembuatan desain motif.

A. Metode Pemberian materi

Pada metode pemberian materi dilakukan dengan pemaparan materi wawasan desain motif, pentingnya sebuah motif pada suatu *brand* sebagai salah satu identitas *brand*, proses pencarian ide, pembuatan konsep motif, serta prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam proses perancangan sebuah motif.

B. Metode Diskusi dan Tanya Jawab

Metode diskusi dan tanya jawab digunakan untuk memperdalam pemahaman pelaku usaha terkait desain motif dan perancangan desain motif.

C. Metode Pengarahan Pencarian Ide

Pada metode ini dilakukan penjelasan dan pengarahan terkait bagaimana mencari ide, tahapan membuat konsep.



D. Metode Praktik Pembuatan Motif

Metode praktik ini para peserta melakukan sketsa berdasarkan hasil pencarian ide dan konsep, penggunaan peralatan dalam membuat desain motif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diikuti oleh tiga orang pelaku usaha di bidang fesyen, dilaksanakan pada hari Minggu, 24 April 2022. Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan perancangan desain motif, peserta memberikan respon baik diantaranya;

- a. Peningkatan wawasan peserta terkait merek. Peserta dapat memahami pentingnya membangun merek (*brand*) untuk bersaing dengan competitor, serta memahami proses menentukan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan pasar.
- b. Peningkatan pemahaman peserta terkait desain motif. Peserta dapat menuangkan ide, kreatifitas dalam desain motif yang dapat diterapkan sebagai identitas merek.
- c. Peningkatan pemanfaatan teknologi dalam merek dan desain motif. Peserta dapat memanfaatkan teknologi internet serta gawai dalam mencari inspirasi, merancang desain motif. Hal ini bertujuan pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk dan penjualan.
- d. Peningkatan *skill*. Peserta dapat menambah kemampuan dalam menuangkan ide kedalam bentuk visual. Dalam kegiatan perancangan terdapat peserta yang mengalami kesulitan dalam menuangkan ide, namun karena peserta diberikan kebebasan untuk berkreatifitas maka peserta diberikan stimulus dengan membuat coretan coretan terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada Masyarakat, perancangan desain motif memiliki peran dalam pengembangan usaha di bidang fesyen. *Brand* adalah nama atau simbol dari identitas suatu Perusahaan yang membedakan suatu produk dengan produk lain pada kategorinya (Rangkuti,2009). Merek yang memiliki produk dengan kualitas baik maka dapat mempengaruhi kesadaran Masyarakat terhadap keberadaan merek (*brand awareness*). Dalam proses *branding* terdapat enam tahapan yaitu kesadaran merek (*brand awareness*), pengetahuan konsumen terhadap merek pada produk (*brand knowledge*), citra merek (*brand image*), pengalaman merek (*brand experience*), kesetiaan konsumen terhadap merek (*brand loyalty*), dan spiritualitas merek dari konsumen (*brand spirituality*) (prasetyo,2020).

Setelah kegiatan pelatihan perancangan desain motif dilaksanakan, peserta dapat melakukan *branding* dengan memiliki ciri khas pada produknya sehingga dapat memiliki nilai lebih dimata masyarakat, serta meningkatkan penjualan pada produk. Peserta dapat berinovasi dalam merancang desain motif yang dapat diaplikasikan pada scarf, sehingga produk yang dihasilkan oleh peserta merupakan identitas dari merek tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan kegiatan pelatihan perancangan desain motif pada scarf bermanfaat kepada pelaku usaha yang baru memulai usaha. Peserta mendapatkan wawasan dan keterampilan baru dalam mengembangkan usaha fesyen khususnya scarf. Hasil kegiatan peserta dapat memahami proses membangun *brand*, melakukan konsep desain yang dapat diterapkan sebagai identitas dan ciri dari *brand* tersebut.



Ketercapaian luaran kegiatan berdasarkan hasil kegiatan yaitu baik. Peserta mendapatkan manfaat yang dapat diterapkan dalam usaha yang dijalankan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas 'Aisyiyah Bandung yang telah memberikan dukungan dan memfasilitasi untuk terlaksananya kegiatan pelatihan perancangan desain motif pada scarf, serta kepada peserta yang telah bekerjasama selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Githapradana, D. M. W., Handayani, R. B., & Toreh, F. R. (2021). Pelatihan Perancangan Busana Pelindung Diri Untuk Fesyen Sehari-Hari Di Era New Normal Bagi Indonesian Fashion Chamber Community Di Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 5(01), 41-55.

Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 25-32.

Hidayati, H. (2022). Belajar Pembelajaran Dalam Metode Ceramah.

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Universitas Brawijaya Press.

Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brands* (4 ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Satariah, W., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Kota Bandung. *J. EKBIS*, 9(1).

Tjandrawibawa, P. (2018). Motif Tekstil Sebagai Value Proposition Koleksi Brand Fesyen yang Marketable.

Widyaningrum, D. H. (2018). Penerapan Tiga Motif Desain Tropical Watercolor Pada Scarf Menggunakan Aplikasi Digital Printing. *Jurnal Online Tata Busana*, 7(1).



© 2023 Oleh authors. Lisensi Jurnal Tiyasadarma, LPPM-ITEBA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC BY) license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).