

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Indonesia kaya dengan ragam busana dan tekstil tradisional yang semuanya penuh motif dan warna. Detail yang rumit, payet dan manik, serta pekerjaan tangan yang teliti merupakan ciri tekstil tradisional Indonesia. Dahulu, status sosial seseorang dapat dilihat jelas dari 'kekayaan' yang dikenakannya. Pada masa sekarang ini, walaupun soal status tidak dapat dinilai semudah itu, tetapi kebiasaan tampil 'mewah' rupanya masih terbawa sampai sekarang.

Gaya rancang busana tidak lepas dari perannya sebagai *trend setter* di dunia mode. Gaya dengan nuansa etnik yang merupakan bagian kecil dari perkembangan desain busana pada saat ini, memang tidak ada matinya, tidak terkecuali dalam hal berbusana muslim. Beskap, kebaya, dan batik, untuk sebagian desainer diambil sebagai inspirasi tradisi yang cukup kental. Rancangan dengan bahan etnik, biasanya lebih mengedepankan gaya aristokrat, tetapi berdasarkan atas koleksi yang ada, tetap mengarah pada gaya maskulin dan sedikit *funky*. Etnik Jawa tidak selalu jadi acuan para desainer, etnik Timur seperti sutera Bugis, kain songket, ataupun model busana suku Dayak di Kalimantan, juga menjadi inspirasi para desainer muda.

*Trend center fashion* Indonesia adalah di Jakarta dan Bandung, dan atas pertimbangan tertentu ada di Yogyakarta, dan secara internasional di Bali. Untuk memperkenalkan rancangan busana dari para desainer yang ada di kota-kota

tertentu, biasanya diadakan satu acara tertentu pula, yang dikoordinir pada organisasi-organisasi yang bergerak di bidang *fashion* dan mode, salah satunya adalah APPMI. APPMI cukup berpengaruh pada barometer perkembangan busana di Indonesia. APPMI seringkali melaksanakan kegiatan-kegiatan *show*, untuk memperkenalkan hasil cipta dari desainer lokal ataupun nasional. Acara tahunan yang sering digelar adalah *fashion tendance* atau kecenderungan busana.

Yogyakarta memang banyak menciptakan dan membesarkan para desainer, salah satunya adalah Lia Mustafa. Lia Mustafa hanya merupakan bagian kecil dari beberapa desainer atau perancang pakaian yang ada di Yogyakarta. Akan tetapi dengan usia yang relatif muda, keterlibatan Lia dalam dunia rancang dan cipta busana cukup diperhitungkan. Lia Mustafa memang masih dalam proses belajar, karena semua kemampuan dan keterampilan dalam mencipta dan merancang busana didapatkan secara otodidak. Sampai saat inipun Lia masih belajar menggambar dengan keras, karena diakui olehnya, bahwa dia tidak memiliki bekal menggambar yang cukup.

Pemerintah harus dapat menempatkan diri dengan baik dalam menangani masalah perkembangan dan eksistensi dunia *fashion* dan mode. Kebijakan pemerintah akan sangat mempengaruhi dalam setiap sektor kehidupan sosial, demikian juga dengan *House of L'mar*. Ketika masa moneter, saat *fashion tendance* di Taman Sari, sangat terasa pada perubahan konsumen, hal ini juga disebabkan oleh semakin banyaknya desainer di Yogyakarta. Akan tetapi disiasati oleh Lia Mustafa dengan mencari konsumen dari luar Indonesia ataupun Yogyakarta.

*House of L'Mar*, yang masih tergolong muda dalam usia, akan tetapi tidak dangkal dalam pengalaman kerja. Butik yang tidak dapat dilepaskan ikatannya dengan Lia mustafa, memang telah memiliki konsumen dan *segment* pasar tertentu, sehingga dapat dikatakan antara keduanya terdapat nilai saling menunjang dan melengkapi.

*House of L'Mar* didirikan berdasarkan jawaban atas keberhasilan Lia Mustafa dalam dunia *fashion* dan mode. Keberhasilan yang di motivasi oleh banyak pihak, terutama oleh keluarga, memberikan keseriusan Lia Mustafa untuk tetap eksis dalam dunia rancang busana. *House of L'Mar*, tidak akan pernah menjadi besar dan berkembang, jika Lia Mustafa bukan orang yang mempunyai jaringan luas, baik pada pengalaman hidup dalam organisasi sosial, ataupun kelompok pecinta alam di Yogyakarta, dan beberapa kota lainnya.

*House of L'Mar* adalah merupakan usaha industri rumah tangga, dengan manajemen yang profesional. Dikatakan sebagai profesional karena usaha tersebut sudah menerapkan sistem pengorganisasian yang mapan dan terencana. Sistem organisasi tersebut juga sudah memadai dalam skala suatu usaha yang cakupannya lebih besar, seperti pada perusahaan. Selain itu, pengelolaan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi, yaitu melalui teknologi informatika (*dunia networking*), yang mampu menembus pasaran internasional. Suatu cara yang masih sangat jarang dilakukan, apalagi untuk industri rumah tangga seperti pada *House of L'Mar*.

Kemampuan mengorganisasi dan memanajemen usaha yang dirintis oleh Lia Mustafa, merupakan bekal yang didapatkan dari perkuliahan di jurusan

ekonomi, sehingga tidaklah heran dan dapatlah dikatakan bahwa kelebihan dari Lia Mustafa terletak pada pemasaran. Bidang pemasaran ini menjadi sangat penting dalam satu jenis bidang usaha, karena sasaran utama suatu usaha bidang jasa ataupun bentuk lain adalah bagaimana mencari konsumen sebanyak mungkin, tentu saja berkaitan erat dengan mencari laba semaksimal mungkin.

Bentuk *fashion* akan terus berkembang, baik mode, bahan atau material, dan warna, bahkan desainnya. 25 tahun yang lalu mulai dikenal dunia *fashion* dan mode di Yogyakarta, dan untuk masa sekarang, perkembangannya luar biasa pesatnya. Perkembangan yang meliputi dunia *fashion* sendiri, demikian juga dengan semakin banyaknya para desainer-desainer muda yang menjamur di Yogyakarta.

Kisah perjalanan Lia Mustafa dalam dunia *fashion* dan mode, penuh dengan kompleksnya permasalahan hidup. Tertatih-tatih, melangkah perlahan, dan dengan pengorbanan yang tidak terhingga, ternyata mampu memberikan hasil yang mengejutkan dan menggembirakan. Memberikan satu gambaran, bahwa untuk menjadi seorang desainer, tidak perlu harus menjalani pendidikan khusus, menghabiskan uang yang tidak sedikit, melainkan hanya diperlukan keinginan, keuletan, dan kesabaran. Hal inilah yang dimiliki oleh Lia Mustafa, dari pertama kali mempergelarkan *fashion* rancangannya di Ambarukmo hotel, yang hanya menampilkan 10-12 baju, dengan tema kebaya dan tenun, sampai pergelaran terakhir di Jakarta dalam *Fashion Tendance 2006*, telah membuktikan bahwa Lia Mustafa memang pantas mendapatkan gelar sebagai seorang desainer. Suatu jawaban terhadap kesenjangan *gender* yang sampai saat ini masih diperdebatkan,

bahwa seorang wanita pantas untuk disetarakan dan mendapatkan posisi yang sama dengan pria.

Pada dasarnya hampir setiap orang adalah penikmat seni atau sebagai publik seni. Setiap saat dapat menikmati musik, menonton drama di televisi (sinetron), menghayati sajian tari, dan melihat gambar atau lukisan. Seluruh kehidupan manusia selalu dihiasi pengalaman yang menarik yaitu pengalaman estetik. Pengalaman seni dirasakan oleh seniman sebagai pencipta karya seni dan publik sebagai penikmat seni, dalam dua katagori pengalaman yang berbeda. Seniman menciptakan karya seni yang didalamnya mengandung nilai intrinsik dan ekstrinsik melalui karya kreatifnya. Pada penikmat (publik) seni dapat menikmati, menyerap, menginterpretasi, dan menilai karya seniman; maka terjadilah proses apresiasi dan komunikasi seni yang dapat membangun nilai-nilai seni tersebut.

#### **B. Saran-saran**

Kondisi penciptaan busana yang layak dan pantas untuk di pakai, merupakan salah satu tantangan yang perlu dihadapi oleh para perancang dan pencipta busana. Pilihan terhadap bentuk ketimuran dan kebaratan, akan selalu menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih busana yang akan digunakan. Perlu dibedakan antara kesenangan mengejar target penjualan yang sebesar-besarnya, dengan fenomena sosial yang ada pada saat karya tersebut diedarkan dipasaran. *Trend* mode memang menjadi tolak ukur yang penting dalam menciptakan busana pakai ataupun yang hanya untuk dinikmati saja. Akan tetapi selalu menjadi masalah ketika bentuk dari mode itu sendiri bertolak belakang dengan kondisi sosial dan budaya yang ada di Yogyakarta ataupun di Indonesia.

Permasalahan-permasalahan dalam mencipta busana akan selalu dihadapi oleh para desainer selama mode masih terus berkembang. Tinggal bagaimana menempatkan posisi masing-masing, apakah berpijak pada tradisi dan ketimuran, atau berpaling pada nilai-nilai Barat.

Berikut ini diberikan beberapa solusi untuk menghadapi dan sebagai jawaban terhadap permasalahan perkembangan desain-desain busana di Yogyakarta, diantaranya :

- b) Para desainer harusnya tidak sekedar berpatokan pada *market oriented* saja, untuk menghindarkan kerancuan pada karya seni dan karya massal, dengan demikian apa menjadi tujuan karya seni dapat tercapai.
- c) Lebih meningkatkan daya kreativitas dan kemampuan dalam mencipta busana-busana, yang mungkin saja lebih menekankan nilai-nilai ketimuran.
- d) Menanamkan kecintaan pada nuanasa tradisi, walaupun kreasi yang diciptakan tidak harus bersifat tradisional. Memberikan kesempatan pada kain yang bercorak tradisi untuk tetap eksis dalam peredaran tekstil di Indonesia.
- e) Mampu mengerti keinginan pasar, jika memang adanya target penjualan yang dilakukan, akan tetapi lebih penting lagi jika karya busana yang diciptakan tersebut mampu menggeser keberadaan busana-busana impor, yang pada pada saat ini sudah semakin merebak di Indonesia, juga di Yogyakarta.
- f) Mampu melakukan pemasaran internasional, seperti Lia Mustafa, yang melakukan pemasaran ke berbagai negara, melalui jaringan *networking* dan memiliki *server* sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, T. Ibrahim. *Dimensi Teori dalam Wacana Ilmu Pengetahuan*, dalam Kusmayati, A.M. Hermien, ed. *Kembang Setaman; Persembahan untuk Sang Mahaguru*. Yogyakarta: BP Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. 1, 1998.
- Barthes, Roland. *The Fashion System*. New York: Hill and Wang, 1983.
- Brannen, Julia. *Memadu Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Crang, Philip dan Dwyer, Claire. "Fashioning Ethnicities; The Commercial Spaces and Multiculture", dalam *Ethnicities*, Vol. 2 No. 3, 2002.
- Djelantik, A.A.M. *Estetika; Sebuah Pengantar*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, Cet. 3, 2004.
- Djoemena, Nian S. *Ungkapan Sehelai Batik; Its Mystery and Meaning*. Jakarta: Jambatan, 1990.
- Endraswara, Soewardi. *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2003.
- Fraser-Lu, Sylvia. *Indonesian Batik; Processes Patern and Places*. New York: Oxpord University Press, 1989.
- Gustami, SP. *Proses Penciptaan Seni Kriya*. Untaian Metodologis. Yogyakarta: Program Penciptaan Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia, Yogyakarta, 2004.
- Kuntowijoyo. *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana, Ed. 2, 2003.
- Majalah *Kabare*. "Mempesona dengan Kebaya", Edisi April 2005.
- Muhadjir, Noeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, Cet. 2, 2002.
- Sachari, Agus dan Sunarya, Yan Yan. *Sejarah dan Perkembangan Desain dan Dunia Kesenirupaan di Indonesia*. Bandung: ITB, 2002.
- Sachari, Agus. *Estetika; Makna, Simbol, dan Daya*. Bandung: ITB, 2002.
- SJ., Mudji Sutrisno Fx. dan SJ., Christ Verhaak. *Estetika; Filsafat Keindahan*. Yogyakarta: Kanisius, 1993.

Soedarsono, R.M. *Metodologi Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, 1999.

Sumarjo, Jakob. *Filsafat Seni*. Bandung: ITB, 2000.

Suyanto, AN. *Sejarah Batik Yogyakarta*. Yogyakarta: Merapi, 2002.

SV., Ronny. "President LCYPM, Lia Mustafa, Peduli Anak, Alam, dan Cinta Tanah Air", dalam *Kedaulatan Rakyat*, Tanggal 30 November 2003.

*The New Oxford Dictionary of English*. USA: Oxford University Press, 2000.

*The New Oxford Thesaurus of English*. USA: Oxford University Press, 2000.

Vredembregt, Jacob. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia, 1978.

#### SUMBER TEKNOLOGI INFORMASI

<http://www.kompascybermedia.com/Batik> Menggelar Dunia Pikir.

<http://houseoflmar.com/Fashion> Tandance 2004 APPMI Yogyakarta; Dilema antara Eksperimen dan Target Penjualan.

<http://www/kunci.or.id/Fesyen> dan Identitas.

<http://www.bernas.info/Feature>: Batik, Perlu Sebuah Dinamika.

<http://bigraf.com./House> of L'Mar-Lia Mustafa.

<http://bigraf.com/Profil> Mustafa Ramadhan.

<http://liamustafa.multiply.com>.

<http://www.kompascybermedia.com/Dilema> antara Eksperimen dan Target Penjualan.

<http://www.kristianto3.blogspot.com/Lia> Mustafa; Hidup Itu Ada Pasang Surutnya.

<http://www.republika.co.id/House> of L'Mar, Terima Kosultasi Lewat Email

<http://www.thejakartapost.com/Yogyakarta> designers stand up to be counted.



[http://www.gudeg.net/Perempuan Masa Kini Berkata Sisi Lain dari Ibu Kita Kartini.](http://www.gudeg.net/Perempuan%20Masa%20Kini%20Berkata%20Sisi%20Lain%20dari%20Ibu%20Kita%20Kartini)

[http://www.houseoflmar.com.](http://www.houseoflmar.com)

[http://www.jawapos.co.id/Climbingnya Lahirkan Adibusana.](http://www.jawapos.co.id/Climbingnya%20Lahirkan%20Adibusana)

[http://www.jawapos.co.id/Kerja untuk Kerja.](http://www.jawapos.co.id/Kerja%20untuk%20Kerja)

[http://www.kompascybermedia.com/The Spirit of Indonesia.](http://www.kompascybermedia.com/The%20Spirit%20of%20Indonesia)

[http://www.kristupa.com/House of L'Mar.](http://www.kristupa.com/House%20of%20L'Mar)

[http://www.pikiranrakyat.com/Lia Mustafa Cinta Sunda Meski Besar dan Tinggal di Jawa.](http://www.pikiranrakyat.com/Lia%20Mustafa%20Cinta%20Sunda%20Meski%20Besar%20dan%20Tinggal%20di%20Jawa)

[http://www.republika.co.id /Lia Mustafa, Kebaya Tari Sampai Internet.](http://www.republika.co.id/Lia%20Mustafa,%20Kebaya%20Tari%20Sampai%20Internet)

[http://www.republika.co.id/Lia Mustafa, Mengenalkan Anak pada Lingkungan Luas.](http://www.republika.co.id/Lia%20Mustafa,%20Mengenalkan%20Anak%20pada%20Lingkungan%20Luas)

