

Digital Fashion Graphic Berdasarkan Inovasi Ornamen Kala

Abi Senoprabowo¹, Dwi Puji Prabowo², Khamadi³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

e-mail: abiseno.p@gmail.com¹, dwi.puji.prabowo@dsn.dinus.ac.id², khamadi@dsn.dinus.ac.id³

Abstract

Kala ornaments are often found in temple buildings in both java and bali. This ornament is very prominent because it is located above the main door of the temple building. Visually, besides this ornament it is very attractive but also iconic so that it is easily accepted by the public. This research attempts to develop kala ornaments to become a fashion commodity for the younger generation. So that it is necessary to systematically design fashion graphic designs starting from the design of the ornaments of the period to marketing the fashion products of these ornaments in digital graphics. The research was carried out by a process of exploration, design, and embodiment. Kala ornament data from the exploration process produces a design idea for kala ornaments in the form of main motifs, supports, and fillings. As the end result, the design innovations of the kala ornaments are embodied in fashion products in the form of dresses, fabrics, and merchandise that emphasize the two innovations of the kala ornaments in the implementation of marketing media in the form of logos, social media, and websites.

Keywords: digital graphic, fashion graphic, time, ornament

Abstrak

Ornamen Kala sering dijumpai di bangunan candi baik di Jawa maupun Bali. Ornamen ini sangat menonjol karena letaknya di atas pintu utama bangunan candi. Secara visual, disamping ornamen ini sangat menarik tetapi juga ikonik sehingga mudah diterima masyarakat. Penelitian ini mencoba mengembangkan ornamen kala menjadi sebuah komoditas fashion bagi generasi muda. Sehingga diperlukan perancangan desain fashion graphic yang secara sistematis mulai dari perancangan desain ornamen kala hingga pemasaran produk fashion dari ornamen tersebut dalam digital graphic. Penelitian dilakukan dengan proses eksplorasi, perancangan, hingga perwujudan. Data ornamen kala dari proses eksplorasi menghasilkan ide desain ornamen kala dalam bentuk motif utama, pendukung, dan isian. Sebagai hasil akhirnya hasil inovasi desain ornamen kala diwujudkan dalam produk fashion berupa dress, kain, hingga merchandise yang mengedepankan dua inovasi ornamen kala dalam implementasi media pemasaran berupa logo, media sosial, dan website.

Kata Kunci: digital graphic, fashion graphic, kala, ornamen

1. PENDAHULUAN

Kesenian pada masyarakat Bali merupakan satu kompleks unsur yang tampak digemari oleh warga masyarakatnya, sehingga terlihat seolah-olah mendominasi seluruh kehidupan masyarakat Bali. Atas dasar fungsinya yang demikian maka kesenian merupakan satu fokus kebudayaan Bali. Daerah Bali sangat kaya dalam bidang kesenian, seluruh cabang kesenian tumbuh dan berkembang dalam kehidupan masyarakatnya yang meliputi seni rupa, seni pertunjukan, seni sastra, dan kesenian lainnya. Salah satu kesenian yang tampak dominan adalah seni rupa yang terimplementasi dari bentuk bangunan rumah, tempat ibadah, hingga candi yang sangat kaya dengan ornamen-ornamen khas Bali. Hal ini sangat sulit dijumpai di daerah lain. Craftmanship orang Bali begitu kuat sehingga budaya khususnya kesenian seakan menjadi nafas dan kebutuhan di Bali.

Ornamen sendiri dalam KBBI memiliki arti sebagai hiasan dalam arsitektur dan hiasan yang digunakan dalam pahatan pada candi. Adapun ornamen merupakan unsur-unsur dari hiasan yang kemudian dikembangkan yang berasal dari bentuk daun, binatang, dan bentuk geometris. Dalam bukunya, Franz Sales Meyer (1957) menjelaskan bahwa ornamen merupakan unsur yang asalnya diadaptasi dari dedaunan alami yakni batang, daun, dan bunga, juga berasal dari unsur anorganik.

Salah satu ornamen yang tampak menonjol dan juga ditemui di beberapa daerah khususnya dalam bangunan Candi adalah ornamen Kala. Ornamen ini diimajinasikan sebagai wajah raksasa dengan mata melotot, hidung besar dan bertaring. Ornamen kala sering dijumpai dengan penempatannya di atas pintu gerbang candi. Beberapa penelitian terkait ornamen khususnya di candi telah banyak dilakukan khususnya dalam mengidentifikasi jenis, bentuk, dan makna ornamen (Syafii & Supatmo, 2019). Namun, penelitian ini lebih ke dalam pengembangan ornamen kala ke dalam perancangan fashion graphic, dimana ornamen kala dikembangkan dalam pendekatan desain ornamen kontemporer dalam perancangan digital sehingga menjadi komoditas visual dalam bidang fashion.

Fashion graphic adalah desain grafis yang digunakan untuk kebutuhan *fashion* yang berupa perancangan identitas, visual, perancangan editorial bahkan penerapan/penggunaan grafis pada produk *fashion* (Nathania, Nugraha, & Desintha, 2016). Perancangan ini diharapkan dapat mengenalkan dan meningkatkan minat generasi muda terhadap salah satu bentuk kesenian Bali yaitu ornamen Kala.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif menurut Creswell (2010:4) merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Metode pengumpulan data melalui wawancara terhadap beberapa narasumber, observasi secara langsung terhadap subjek perancangan, mengumpulkan data dengan memberikan kuesioner, dan berpedoman pada buku-buku situs internet yang berkaitan. Adapun tahapan penelitian menggunakan pendekatan proses desain sebagaimana bagan berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

(sumber: diolah dari Gustami dalam Senoprabowo & Putra, 2020)

Proses eksplorasi adalah tahap pencarian ide yang dilanjutkan dengan pengumpulan dan pencarian data mengenai sumber informasi tentang ornament kala yang akan digunakan dalam proses penciptaan karya. Proses perancangan karya adalah proses memvisualisasikan hasil dari ide dari proses eksplorasi ke dalam berbagai alternatif desain. Terakhir, proses perwujudan dilakukan dengan cara menentukan rancangan desain terpilih yang dijadikan acuan dalam pembuatan rancangan final ke dalam perwujudan karya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

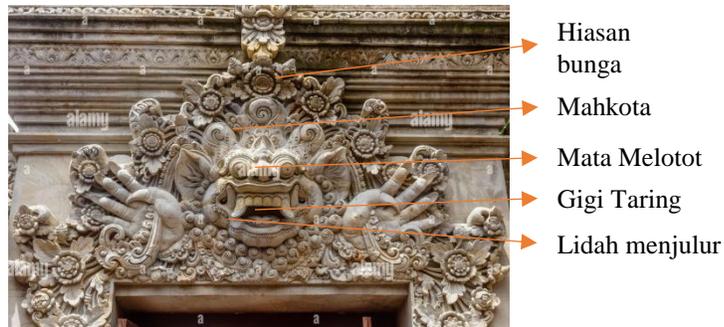
3.1 Proses Eksplorasi Ornamen Kala

Menurut Gustami dalam buku Nukilan Seni Ornamen Indonesia (1978), ornamen atau ragam hias adalah komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan yang sifatnya estetis. M. S. Priyono Nugroho dalam jurnal Seni Ornamen Nusantara sebagai Secondary Skin bagi Sun Control pada Bangunan (2012) menyebutkan bahwa ornamen memiliki tiga fungsi, yaitu fungsi murni estetis, fungsi simbolis, dan juga fungsi teknis konstruktif. (Utami, 2021). Menurut Sunaryo (2009) Ornamen Nusantara adalah berbagai bentuk ornamen yang tersebar di berbagai wilayah tanah air. Pada umumnya bersifat tradisional dan setiap daerah memiliki kekhasan dan keberagaman masing-masing. Ornamen Nusantara memiliki ciri-ciri

kedaerahan sesuai dengan cita rasa masyarakat setempat. Di samping terdapat perbedaan-perbedaan bentuk ornamen, terdapat persamaan-persamaannya, misalnya tentang pola susunan warna-warnanya, bahkan mungkin pada nilai estetis dan makna simbolisnya yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing daerah. Berdasarkan pola bentuk dan motifnya, ornamen Nusantara dikelompokkan menjadi lima yaitu ornamen geometris, ornamen organis motif manusia, ornamen organis motif binatang, ornamen organis motif tumbuhan, ornamen motif benda alam, dan ornamen bentuk benda teknologi dan kaligrafi (Sunaryo, 2011). Adapun ornamen Kala sebagai objek penelitian ini termasuk ornamen organis motif manusia. Ornamen kala sendiri menjadi salah satu ciri khas batik Bali. Menurut Suharyanto (2019) batik Bali memiliki beberapa ciri khas di antaranya adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki corak objek wisata dari nuansa alam bali seperti bunga kamboja dan juga bunga kembang sepatu, corak burung burung atau ikan, juga gambaran dari kegiatan sehari hari masyarakat Bali tersebut.
- b) Memiliki corak dan juga mitologi dari makhluk gaib seperti kala, barong, buta dan singa bersayap seperti yang ada pada umumnya.

Ornamen Kala adalah jenis hiasan candi, bercorak muka kepala raksasa pada pintu masuk candi Jawa Indonesia Hindu. Ornamen atau hiasan Kala berasal dari India bernama Kirtimukha. Bentuknya sangat indah, aneh, unik, dan mistis. Hiasan Kala yang terdapat pada pintu masuk candi klasik Indonesia Hindu berasal dari mitologi India kuno. Pada pintu masuk sebuah pura, candi atau menhir, baik di Bali, di Jawa maupun di India bisa ditemukan ukiran kepala raksasa pada ambang pintu masuk (kori agung). Di Bali disebut Boma, yaitu raksasa dengan mulut terbuka menganga, taring runcing dengan tangan terbuka di sebelah kanan dan kiri wajah (muka) raksasa tersebut. Kepala Kala, adalah citra raksasa sangat penting di India dan Kamboja, demikian pula di Jawa dan Bali. (Sumadi, 2011).



Gambar 2. Kala atau Bhoma di Bali

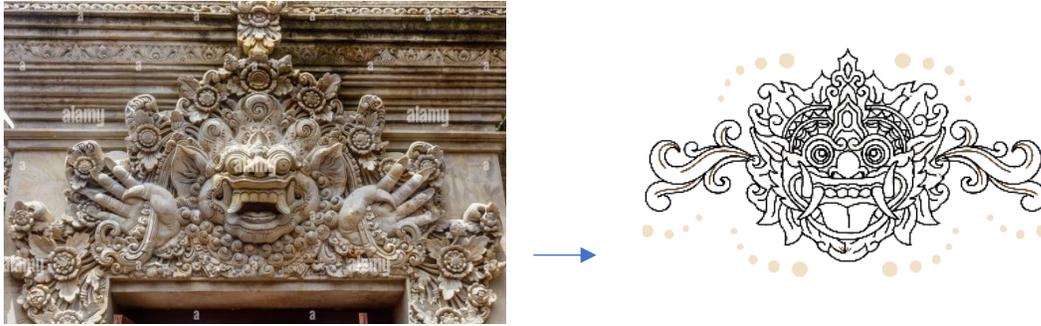
(Sumber: alamy.com)

3.2 Proses Perancangan Inovasi Ornamen Kala

Berdasarkan proses eksplorasi yang sudah dilakukan, jenis ornamen yang dibuat menggunakan pendekatan ornamen organis motif manusia yaitu mitologi makhluk gaib Kala dengan perpaduan ornamen tumbuhan. Penggambaran mahkota atau rambut memanfaatkan stilisasi dedaunan dan bunga yang menyatu dengan mata Kala. Dengan kondisi demikian, seolah tampak Kala bertanduk, yang keduanya menyatu pada bagian kening dengan stilasi kuncup bunga.

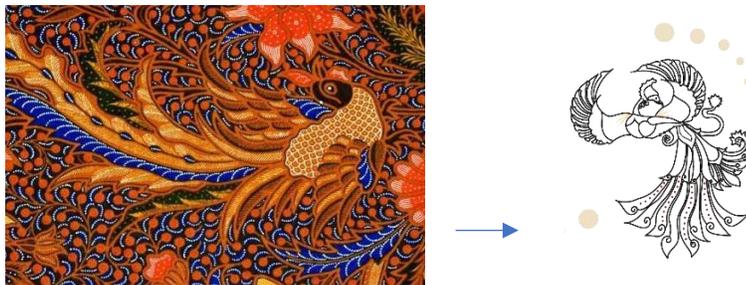
Ornamen yang dirancang merujuk pada teori struktur bentuk Dharsono dalam Safar dan Rosalinda (2022) yang mengatakan bahwa bentuk karya seni merupakan struktur atau komposisi yang merupakan tata susun yang terdiri dari pengulangan atau susunan pola. Adapun pola merupakan susunan atas beberapa unsur motif, antara lain: motif utama, motif pendukung, dan motif isian. Motif utama merupakan unsur pokok berupa gambar-gambar dari wujud tertentu. Pada seni klasik, motif utama merupakan motif yang mengandung falsafah atau ajaran (tuntunan). Motif pendukung/pengisi/selingan merupakan unsur pendukung berupa gambar-gambar dari bentuk tertentu yang dibuat untuk mengisi bidang di antara motif utama. Berfungsi untuk melengkapi tata susun motif utama. Sedangkan, motif isian atau isen-isen merupakan unsur pengisi yang fungsinya menghias motif utama maupun motif pendukung. Motif ini biasanya berupa titik-titik, garis-garis, gabungan titik dan garis.

Motif utama dalam ornamen ini adalah ornamen kala itu sendiri. Pengembangan sketsa ornamen kala secara digital memperhatikan kesederhanaan bentuk sehingga mudah diaplikasikan nantinya dalam media *fashion graphic*. Adapun sketsa ornamen kala tampak pada gambar 3.



Gambar 3. Sketsa Ornamen Kala secara Digital sebagai motif utama

Selanjutnya untuk motif pendukung diberikan ornamen organik motif hewan merak. Motif Merak juga terkenal di Bali yaitu terdapat dalam motif batik Merak Abyor Hokokai. Motif batik ini menggambarkan keindahan burung merak yang merujuk pada makna keindahan pulau Dewata Bali. Sekilas motif Merak Abyor Hokokai menyerupai seni lukis dari Jepang. Akulturasi budaya Jepang yang sempat menjajah Indonesia nyatanya ada pula yang terserap dalam seni batik di Bali. Campuran warna-warna pastel dan ornamen merak yang ikonik, tercampur dengan sempurna dengan ornamen daun dan tangkainya yang merupakan pengejawantahan keindahan alam Bali. (Rahma, 2021).



Gambar 4. Sketsa Ornamen Merak secara Digital sebagai motif pendukung

Ornamen ini dipilih memberikan sentuhan keindahan pada motif yang akan dibuat. Perpaduan warna dan bentuk ornamen ini dengan berkesinambungan melambangkan keindahan yang dimiliki oleh Pulau Bali. Ornamen pendukung lainnya adalah ornamen tumbuhan (bunga matahari), ornamen ini dipilih untuk melambangkan keseimbangan alam yang ada yakni antara manusia (kala) dan hewan (burung merak). Jadi dalam motif batik yang akan dibuat memuat seluruh elemen alam yang ada dan menjadi kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain. Sedangkan motif isian pada ornamen kala menggunakan titik-titik dan garis yang mendukung bentuk dasar ornamen kala.

Selanjutnya dari kedua sketsa digital ornamen Kala dan Merak diberikan pewarnaan dan penataan ornamen dalam beberapa variasi motif yang akan diimplementasikan dalam beberapa media *fashion graphic*. Adapun variasi ornamen ini terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Variasi ornamen Kala
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

| Variasi | Visualisasi | Konsep |
|-----------------------------|-------------|--|
| 1. Kala Mentari Merak | | Menggabungkan ornamen organis motif kala dan merak serta tumbuhan bunga yang mekar. Motif utama berupa kala dengan motif pendukung berupa bunga dan merak. Sedangkan motif isian berupa bulat-bulatan di sekitar motif utama dan pendukung. Penataan ornamen keseluruhan secara simetris membentuk kotak. Bentuk menyerupai bentuk objek aslinya sehingga dapat segera ditangkap bentuknya. Terkesan formal dengan komposisi kurang sepadan. |
| 2. Kala Merak | | Menggabungkan ornamen organis motif kala dan merak saja. Motif utama berupa kala dengan motif pendukung berupa merak. Sedangkan motif isian berupa bulat-bulatan di sekitar motif utama dan pendukung. Penataan secara simetris memanjang. Bentuk menyerupai bentuk objek aslinya sehingga dapat segera ditangkap bentuknya. Terkesan kurang formal dengan komposisi sepadan. |

Ornamen ini kemudian akan diwujudkan dalam beberapa media. Media utama dalam perancangan ini adalah perancangan *fashion graphic* yaitu berupa informasi mengenai ornamen kala dan implementasinya dalam media yang berupa identitas visual, perancangan editorial dan penerapan / pengayaan informasi mengenai ornamen kala pada produk fesyen.

3.3 Perwujudan Karya Ornamen Kala dalam Fashion Graphic

a. Visualisasi Logo

Media utama dalam perancangan fashion graphic ini adalah identitas visual dari ornamen kala sebagai brand produk untuk mengenalkan dan memasarkan produk berbasis ornamen kala. Logo sebagai identitas visual mengambil konsep logo campuran dengan logotype berupa kata KALA dengan penggunaan font jenis san serif yaitu Signika. Walaupun terlihat lugas tetapi masih memiliki karakter lokal dengan garis bentuk huruf yang memiliki karakter garis lengkung di setiap ujung hurufnya. Kemudian diperkuat logogram dari stilasi bentuk sulur tanaman yang mengelilingi ornamen kala. Pendekatan yang digunakan logogram dalam bentuk outline yang menunjukkan kesederhanaan bentuk tetapi memberikan sentuhan yang kuat untuk keseluruhan logo. Warna yang digunakan pada logo hanya warna hitam yang menunjukkan warna solid dan kuat. Sehingga mudah terimplementasi dalam berbagai media.

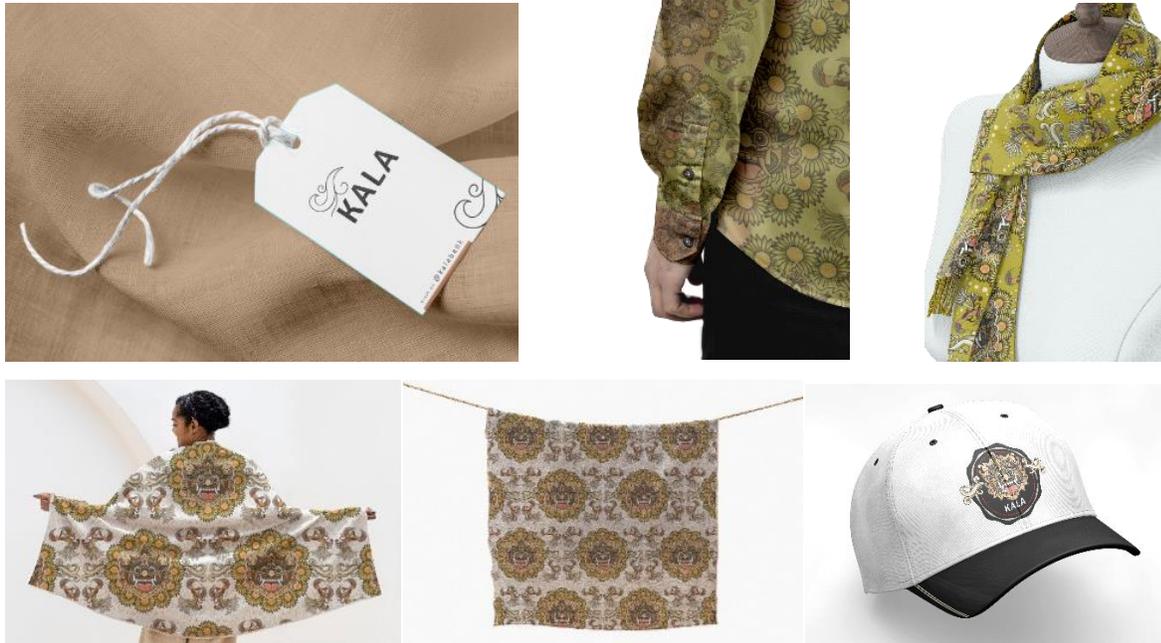


Gambar 5. Logo Kala

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

b. Penerapan Identitas dan Ornamen Kala pada *Fashion Graphic*

Seperti yang disampaikan sebelumnya *fashion graphic* adalah desain grafis yang digunakan untuk kebutuhan *fashion*. Fashion grafis berupa perancangan identitas, visual, perancangan editorial bahkan penerapan/penggunaan grafis pada produk *fashion*. Implementasi produk ornamen kala dalam *fashion graphic* meliputi penerapan logo dalam label tag yang dipasang di produk ornamen kala. Selanjutnya produk-produk yang dirancang menggunakan ornamen kala baik dalam bentuk dress, kain, bahkan merchandise. Adapun contoh karya yang dibuat dapat dilihat di gambar berikut.



Gambar 6. Ornamen Kala dalam penerapan logo dan produk

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Perancangan produk dibuat dalam tiga kategori yaitu dress, kain, dan merchandise. Dress berupa koleksi pakaian pria dan Wanita yang menggunakan motif ornamen kala variasi 1 yaitu kala Mentari merak. Pendekatan warna yang digunakan adalah warna hijau keemasan dengan perpaduan warna merah muda yang diturunkan dari warna motif ornamen. Adapun untuk produk kain menggunakan motif ornament kala variasi 1 juga. Namun pendekatan warna kain menggunakan warna dasar kain yang cenderung berwarna putih. Sedangkan untuk produk merchandise berupa koleksi berbagai produk fashion seperti tas, topi, syal dan sebagainya yang mengedepankan motif ornamen kala variasi 2 yaitu kala merak yang lebih sederhana. Hal ini disesuaikan dengan target audiens dari produk kala ini adalah anak muda dengan rentang usia 15-30 tahun yang memiliki selera modern.

c. Pemasaran Produk Ornamen Kala melalui Media Digital

Pemasaran produk ornamen kala yang dibuat baik dress, kain, maupun merchandise dilakukan secara digital melalui media website dan media sosial. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui keunikan produk khususnya di ornamen kala. Sedangkan promosi yang dibuat mengedepankan pendekatan direct marketing dan advertising melalui media sosial di instagram. Media website memberikan pengenalan produk lebih detail dan kemudahan transaksi penjualan.

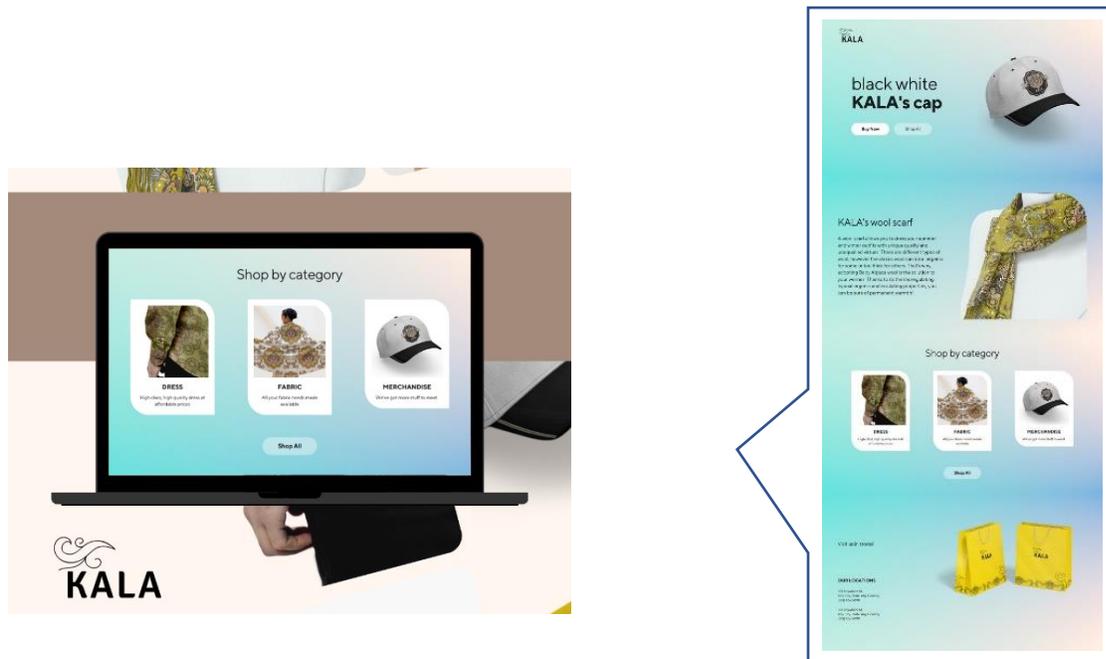
Adapun contoh pemasaran secara digital melalui Instagram baik feed Instagram, Instagram story, hingga di Instagram ads. Konsep pemasaran lewat media sosial ini lebih ke pengenalan produk yang kemudian diarahkan ke website untuk penjualan dan pembelian produk. Konten media sosial adalah informasi seputar produk baik informasi keunikan dan keunggulan produk, koleksi produk terbaru, informasi promosi penjualan, hingga informasi yang berisi edukasi terkait produk maupun budaya ornamen.



Gambar 7. Pemasaran produk ornamen kala lewat insta story

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Pemasaran lewat website menggunakan pendekatan penjualan secara langsung dengan user dapat memesan produk secara langsung dengan terlebih dahulu bisa memilih kategori produk yang diinginkan baik dress, kain, maupun merchandise. Informasi masing-masing produk diberikan secara mendetail saat user mengakses produk yang diinginkan. Konsep desain website sendiri adalah tampilan yang clean design sehingga memberikan informasi secara langsung kepada user. Penggunaan warna latar belakang biru laut untuk menonjolkan informasi produk yang diberikan di latar depan. Konten di dalam website lebih ke pengenalan produk dan penjualannya. Adapun informasi detail tentang pemasaran produk lebih kuat di media sosial. Berikut adalah tampilan website pemasaran dan penjualan produk ornament kala lewat website.



Gambar 8. Pemasaran produk ornamen kala lewat website

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. KESIMPULAN

Inovasi ornamen kala tidak semata melakukan digitalisasi terhadap ornamen yang ada di proses eksplorasi. Namun, melakukan inovasi ornamen kala juga memperhatikan prinsip pembuatan ornamen untuk kebutuhan motif yaitu adanya motif utama, motif pendukung, dan motif isian yang tentunya mengedepankan ornamen kala sebagai motif utama. Pendekatan jenis produk yang dirancang dan dikembangkan juga membutuhkan alternatif desain motif ornamen kala agar sesuai dengan media produk diwujudkan. Produk fashion seperti dress (kemeja, baju) dan kain membutuhkan pendekatan motif ornamen kala yang lebih luas secara permukaan bahan. Sedangkan produk fashion jenis merchandise seperti, topi dan syal membutuhkan pendekatan motif ornamen kala yang lebih sederhana. Selanjutnya dalam proses digital fashion graphic juga memerlukan konsep media yang sesuai seperti penguatan logo produk, media pemasaran kekinian seperti media sosial Instagram, dan media penjualan berbasis website yang saat ini dekat dengan target utama yaitu generasi muda.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi setinggi-tingginya diberikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dian Nuswantoro Semarang yang telah memberikan dukungan penuh berupa dana penelitian penelitian dasar perguruan tinggi tahun 2021. Terimakasih juga kami sampaikan kepada Putri Amanda Diaz Viollita dan Alya Nurul Novianti karena bantuannya pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Nathania, N. N., Nugraha, N. D., & Desintha, T., 2016, Perancangan Fashion Graphic Untuk Mengenalkan Ornamen Gorga Kepada Generasi Muda Batak, *eProceedings of Art & Design*, vol 3, no 3.
- Safar, M. R., & Rosalinda, H., 2022, Perancangan Ornamen Digital Kain Batik Ikon kota Bogor, *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, vol 4, no 2, hal 140-147.
- Senoprabowo, A., & Putra, T. P., 2020, Inovasi ornamen masjid Agung Demak untuk motif batik kontemporer khas Demak, *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, vol 23, no 2, hal 118-127.
- Suharyanto, 2019, Ciri Khas Batik Bali dan Penjelasannya, *Ilmuseni*, <https://ilmuseni.com/seni-budaya/ciri-khas-batik-bali>, diakses pada 11 November 2022.
- Sumadi, S., 2011, Various Decorative Of Kala As An Ornamental Art Works, *Ornamen*, vol 8, no 1.
- Syafii, S., & Supatmo, S., 2019, Ornamen Kala Candi Gedongsongo dan Dieng: Studi Komparatif Jenis, Bentuk Dan Struktur, *Imajinasi: Jurnal Seni*, vol 13, no 1, hal 1-10.
- Utami, S, N., 2021, Ornamen: Pengertian, Fungsi, dan Motifnya. *Kompas*, <https://www.kompas.com/skola/read/2021/09/24/133000269/ornamen-pengertian-fungsi-dan-motifnya?page=all>, diakses pada 11 November 2022.