

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keunikan *Rafflesia* Indonesia sudah lama menjadi daya tarik bagi berbagai kalangan di dunia. Hal ini karena bentuk, warna, ukuran dan keunikan sifat hidupnya. *Rafflesia* termasuk tumbuhan, namun memiliki organ tubuh sederhana, tidak memiliki daun dan akar yang sangat vital bagi sebagian besar tumbuhan sebagai alat berfotosintesis dan mengisap sari makanan.

Rafflesia hanya berupa kuncup atau bunga mekar yang sangat besar, hanya dilengkapi *haustorium*, jaringan yang mempunyai fungsi mirip akar yang menghisap sari makanan hasil fotosintesis dari tumbuhan inang. Maka *Rafflesia* dimasukkan dalam kelompok *holoparasit*, tumbuhan yang tidak bisa melakukan proses fotosintesa sendiri.

Hutan hujan tropis Sumatra merupakan tempat sejarah habitat *Rafflesia* dimulai. Penemuan bunga langka ini adalah Sir Thomas Stamford Raffles bersama Joseph Arnold pada tahun 1818 (Didik, 2017), hingga namanya diabadikan pada salah satu jenis *Rafflesia*. Usaha agar *Rafflesia* hidup di Kebun Raya Bogor telah dilakukan sejak masa pendudukan Belanda di Indonesia.

Di kalangan para botanis, *Rafflesia* berwujud bunga sekaligus sebagai organ reproduksi dikenal sebagai wakil dari tumbuhan tinggi yang memiliki cara hidup

parasit, penyebarannya sangat bergantung pada pohon inangnya (marga *Tetrastigma*), walau tidak semua ditumbuhi bunga ini, kecuali bila inang hidup di tempat dekat sumber air sebagai kompensasi dari ketiadaan daun ataupun akar.

Namun tidak jarang *Rafflesia* ditemukan tumbuh agak jauh dari inangnya. Biasanya hidup pada sistem perakaran atau batang tumbuhan inang. Inang yang ditumbuhi *Rafflesia* sering kali tidak ditemukan dalam keadaan berbunga. Besarnya populasi *Rafflesia* ditentukan oleh ukuran inang, maupun ukuran *Rafflesia*. *Rafflesia* berkembang biak dengan biji kulit buah yang keras, penyebarannya dibantu oleh binatang perlu diteliti lebih jauh.

Variasi genetik *Rafflesia* rendah, karena jumlah populasi rendah dan habitat yang spesifik karena kehidupan biologisnya sangat kompleks menyebabkan bunga ini rentan terjadinya perubahan habitat. Selain itu, faktor kesempatan atau peluang tumbuh yang terbatas misal, tumbuh dibawah peranakan tumbuhan lain, atau inangnya sehingga saat tumbuh terjepit.

Faktor predator, kesehatan pohon inang, serangan jamur, kondisi lingkungan yang berubah drastis seperti (bencana tsunami pada Juli 2006 di Kawasan Cagar Alam Pangandaran). Masa mekar bunga pendek, sekitar 5 – 8 hari. Hal inilah yang menjadikan *Rafflesia* sangat langka, juga dijuluki “Puspa Langka” yang ditetapkan melalui Keputusan Presiden Nomor 4/1993 bersama dengan Melati Putih sebagai “Puspa Bangsa” dan Anggrek Bulan sebagai “Puspa Pesona”.

Setelah 2 - 3 hari *Rafflesia* mekar secara sempurna, bersamaan dengan ini bau daging busuk paling kuat akan tercium disekitarnya dan lalat mulai berdatangan. Jumlah lalat paling banyak dijumpai pada kurun ini (Hidayati dkk., 2000). Setelah itu, bunga mulai membusuk. Dari bunga mekar sampai busuk dibutuhkan waktu antara 5 sampai 8 hari.

Bunga Bangkai Suweg Raksasa (*Amorphophallus Titanum*) ditemukan pertama kali di Sumatra, tahun 1878 oleh botanis dari Italia, Dr. Odoardo Beccari. Termasuk dalam suku talas-talasan, karena memiliki umbi berukuran besar (117 kilogram). Proses mekarnya disertai bau bangkai tidak berlangsung lama, hanya beberapa hari. Inilah yang menyebabkan kesalahpahaman masyarakat tidak dapat membedakan antara *Rafflesia* dan *Amorphophallus Titanum*.

Dunia *fashion* saat ini telah berkembang, hal ini ditandai dengan munculnya berbagai *retailer* yang menjual berbagai *brand fashion* ternama. *Fashion* juga merupakan kebutuhan, sebab itu penting disadari *fashion* sudah menjadi gaya hidup dan suatu kebutuhan dalam masyarakat tidak terkecuali Indonesia. Sudah menjadi kebiasaan umum jika acuan dari *trend fashion* dari media sosial, majalah, televisi dan dari teman-teman atau kerabat. Terlebih lagi masa dewasa awal lebih cenderung dengan kehidupan sosial dan membuat mereka lebih memperhatikan *fashion*.

Secara terminologi wanita adalah kata yang umum digunakan untuk menggambarkan perempuan dewasa. Menurut para ahli Hurlock dan Santrock pengertian dewasa adalah awal dimulai usia 18 tahun sampai kira-kira usia 40

tahun. *Fashion* dan wanita merupakan dua hal yang tidak terpisahkan antara satu dengan yang lainnya. Setiap wanita ingin tampil gaya dan terlihat menarik, karena itu berbagai macam produk *fashion* seperti tas dengan model terbaru, pasti akan menarik perhatian para wanita yang mengaku diri sebagai *fashionista*, yaitu seseorang yang terlibat dalam dunia mode atau *fashion*. Kata *fashionista* ini juga dipakai untuk menjelaskan seseorang yang mempunyai *personal style* yang luar biasa.

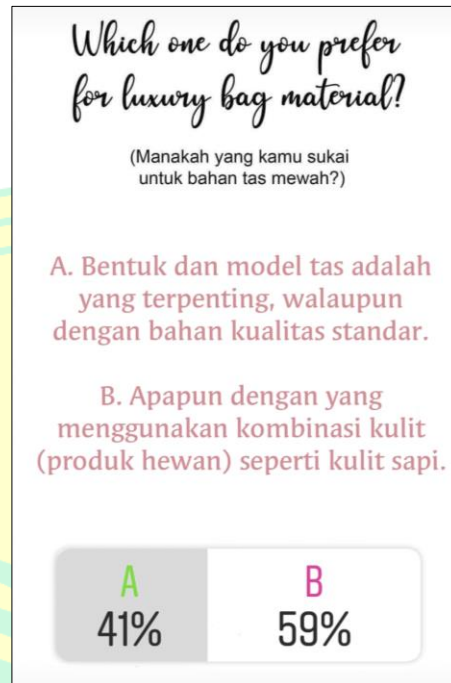
Aspek praktis dalam penggunaan produk ini selanjutnya diterapkan pada lima jenis tas *fashion* wanita dan motif Rafflesia yang beragam, yaitu pertama *Saddle Bag*, kedua *Satchel Bag*, ketiga *Baguette Bag*, keempat *Messenger Bag* dan kelima *Bucket Bag*, yang kelima jenis tas *fashion* wanita tersebut memiliki tali multifungsi yang dapat digunakan berbagai gaya dengan menerapkan model *double sided*. Dari berbagai perlengkapan barang-barang wanita untuk dibawa saat berpergian, yang paling dibutuhkan adalah sebuah tas sebagai wadah/tempat yang dapat digunakan untuk menaruh barang-barang ketika berpergian mulai dari sekedar berkumpul sampai digunakan untuk bekerja.

Arti tas bagi wanita adalah sebuah *fashion*, tas merupakan benda yang selalu ditentang, dibawa kemanapun akan pergi. Wanita saat ini adalah wanita dengan banyak aktifitas. Sebuah tas bagi wanita saat ini cukup membantu berbagai macam aktifitas yang dilakukannya selama seharian berada di luar rumah. Arti tas bagi wanita salah satunya adalah untuk penunjang penampilan dan aktifitas seperti ke

kampus, kantor, jalan-jalan atau sekedar berkumpul (*hangout*). Sebagian gaya hidup konsumtif masyarakat metropolis saat ini bagi seorang wanita semata-mata membeli sebuah tas hanya karena model yang paling terbaru, bukan memang benar-benar diperlukan.

Tas sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan mode dan *fashion*. Kebanyakan orang yang gemar berpakaian sesuai mode, selalu menyertakan tas dalam penampilannya. Sebenarnya, berbagai jenis dan model tas yang dikenal saat ini berasal dari tas yang sering dipakai oleh orang-orang pada waktu dulu.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan perupa sebelumnya dengan membuat *form kuesioner online* di *google* berkaitan tentang pertanyaan seputar bahan tas *fashion* wanita yang diminati wanita dewasa awal, terpilih bahan yang menggunakan perpaduan bahan kulit dan kain *polyester*. Kemudian untuk mencari tahu lebih lanjut terkait bahan tas *fashion* wanita lebih spesifik, perupa membuat kuesioner kembali dengan memanfaatkan fitur *polling* pada *platform* jejaring sosial *Instagram* tentang pertanyaan seputar bahan tas *fashion* wanita mewah yang diminati wanita dewasa awal pada tahun 2020. Diantaranya seagai berikut.



Gambar 1. Tanggapan Bahan Tas *Fashion* Wanita yang Diminati (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020)

Terdapat 59% dari 30 responden memilih tas *fashion* wanita mewah dengan bahan yang menggunakan kombinasi kulit (produk hewan) seperti kulit sapi. Sedangkan 41% lebih memilih bentuk dan model tas dibandingkan bahan yang ditawarkan.

Pangsa pasar *digital printing* saat ini cukup bagus, sangat prospektif dan tidak pernah surut, karena produk yang menggunakan teknik ini memiliki beberapa keunggulan. Oleh karena itu peluang usaha di bisnis ini bisa dikatakan cukup menjanjikan (Zulkarnain, 2012) dengan warna-warna dari *Indonesia Trend Forecasting "Singularity" 2019/2020*, *Pantone Fashion Color Trend Report Forecasting for Spring/Summer 2020* dan *Spring Handbag Colors 2020*.

B. Perkembangan Ide Penciptaan

Berawal dari kunjungan perupa pada tahun 2018 ketempat penangkaran salah satu jenis rafflesia Indonesia yang berhasil tumbuh diluar habitat yaitu Rafflesia Patma di Kebun Raya Bogor, usaha agar Rafflesia hidup di Kebun Raya Bogor telah dilakukan sejak masa pendudukan Belanda di Indonesia akhirnya membuahkan hasil dan Kebun Raya Bogor menjadi tempat yang paling ditunggu ketika Rafflesia Patma mekar.

Pada saat kunjungan perupa ke Kebun Raya Bogor, perupa mendatangi langsung lokasi tanaman tempat Rafflesia Patma biasa mekar namun pada saat itu bunga tersebut sedang tidak mekar, penantian perupa tidak membuahkan hasil untuk menyaksikan momen berharga tersebut.

Dari peristiwa tersebut perupa mendapat inspirasi untuk mengangkat Rafflesia Indonesia sebagai ikon pada motif tas *fashion* wanita yang perupa buat semata-mata ingin mewujudkan keinginan perupa untuk merasakan bunga langka tersebut hadir dan selalu dikenang sepanjang waktu dalam situasi apapun walaupun bunga tersebut sedang tidak mekar. Juga sebagai media penyampaian pesan kepada masyarakat Indonesia bahwa Indonesia memiliki kekayaan flora yang perlu di jaga kelestariannya terutama flora Rafflesia di Indonesia yang beragam.

Penyebab kelangkaan Rafflesia salah satunya, banyaknya kegiatan eksploitasi flora/tumbuhan dilindungi; kebakaran hutan khususnya tempat habitat asli

Rafflesia, Sumatra; kurangnya kesadaran untuk melestarikan flora/tumbuhan yang dilindungi; kurangnya edukasi untuk tetap melindungi flora/tumbuhan agar tetap lestari pada habitatnya.

Pengembangan inovasi produk ini didasarkan pada kebutuhan wanita dewasa awal. Pemilihan wanita sebagai target pasar dikarenakan karakteristik wanita cenderung lebih konsumtif daripada pria, dan selalu ingin tampil gaya dan terlihat menarik dengan produk *fashion* seperti tas.

Terutama pada generasi milenial yang suka berbelanja kebutuhan *fashion* untuk dapat memenuhi sensasinya, dengan mengekspos barang yang dibeli ke media sosial. Perilaku tersebut justru menambah tingkat konsumtifnya terkadang ada yang tidak sesuai dengan kemampuan budgetingnya (tabloidbintang.com).

C. Fokus Penciptaan

1. Konseptual

- a. Merancang produk tas *fashion* wanita yang inovatif dan praktis untuk mendukung kegiatan penunjang penampilan dan aktivitas saat berpergian atau sekedar berkumpul.
- b. Menciptakan desain tekstil dengan motif Rafflesia Indonesia ke dalam produk tas *fashion* wanita.
- c. Menciptakan produk tas *fashion* wanita yang mampu bersaing dalam industri kreatif.

2. Visual

- a. Merancang desain motif Rafflesia Indonesia dengan desain dan kombinasi warna sesuai tren 2020.
- b. Memilih motif secara kombinasi dengan menerapkan *seamless pattern* dan pengulangan pola *multidirectional repeat*, *half-drop* namun tetap menggunakan komposisi desain yang baik.
- c. Merancang desain produk tas *fashion* wanita dengan segmentasi usia 18 – 27 tahun dan motif sesuai tema.
- d. Menciptakan produk tas *fashion* wanita yang praktis dan multifungsi sesuai dengan kebutuhan dan kalangan wanita dewasa awal dengan ukuran *small model* bagi wanita yang dituntut harus selalu modis dan memperhatikan penampilan.

3. Operasional

- a. Menciptakan produk tas *fashion* wanita dengan teknik jahit mesin.
- b. Merancang desain motif Rafflesia Indonesia dan di cetak dengan teknik *digital printing*.
- c. Merancang desain motif Rafflesia Indonesia secara *digital* dengan perangkat lunak *Adobe Illustrator CS6*.

D. Tujuan Penciptaan

1. Menyampaikan pesan dan edukasi kepada masyarakat Indonesia melalui motif Rafflesia Indonesia agar tetap melestarikan flora/tumbuhan dilindungi khususnya Rafflesia Indonesia agar tetap lestari pada habitatnya.
2. Mempunyai ciri khas tas yang mengandung simbol dan makna kekayaan flora/tumbuhan Rafflesia di Indonesia.
3. Memberikan solusi tas *fashion* wanita yang praktis dan multifungsi bagi wanita dewasa awal untuk menunjang penampilan pada wilayah perkotaan metropolitan.
4. Membuat motif Rafflesia Indonesia dengan mengikuti tren warna dari *Indonesia Trend Forecasting “Singularity” 2019/2020*, *Pantone Fashion Color Trend Report Forecasting for Spring/Summer 2020* dan *Spring Handbag Colors 2020*, serta kebutuhan wanita dewasa awal usia 18 – 27 tahun.

E. Manfaat Penciptaan

Produk tas *fashion* wanita yang diciptakan memiliki manfaat yang dirasakan baik secara luas maupun secara individu bagi konsumen. Dari segi produk, dirancang lebih ringkas dan ringan serta pemilihan material bahan yang *high quality* yang disesuaikan dengan kebutuhan wanita dewasa awal dan kegiatan konsumen. Manfaat yang ditawarkan untuk masuk ke dalam promosi wilayah perkotaan metropolitan melalui motif pada produk tas *fashion* wanita yaitu:

1. Manfaat produk bagi dunia pendidikan adalah menjadi inspirasi dalam membuat produk yang berkualitas dan multifungsi serta unsur visual yang memiliki pesan, khususnya dalam kelestarian Rafflesia Indonesia yang semakin terancam punah.
2. Manfaat secara pribadi bagi konsumen adalah produk multifungsi dan praktis yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung kegiatan penunjang aktivitas saat berpergian dan keseharian konsumen perkotaan.
3. Manfaat secara luas bagi masyarakat adalah pengenalan dan apresiasi Rafflesia Indonesia melalui ikon pada motif yang ditampilkan pada tas *fashion* wanita.

