

## **PEMBELAJARAN KRIYA TEKSTIL DALAM MENINGKATKAN PRODUK INDUSTRI KREATIF**

**Suciati, S.Pd., M.Ds**

**Prodi Pendidikan Tata Busana JPKK FPTK UPI**

Kriya tekstil dipelajari melalui beberapa tahapan. Pertama mengenal bidang kriya tekstil dan ilmu kriya tekstil secara rileks dan dengan minat yang sungguh-sungguh. Tahapan kedua adalah mengenal image kriya tekstil dalam lingkungan, tahap selanjutnya adalah menguasai teknik, melakukan eksperimen dan beberapa eksplorasi. Terakhir memaknai produk kriya dalam hubungannya dengan kegunaan dalam kehidupan terutama dikembangkan sebagai industri kreatif.

Kriya tekstil menjadi bagian dari produk kelompok industri kreatif yaitu berkaitan erat dengan kelompok industri kreatif di antaranya pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain fesyen (kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain busana, desain alas kaki, dan desain aksesoris dan millineris), konsultasi produk fesyen, serta distribusi produk fesyen. Selain itu terkait dengan riset dan pengembangan (kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar).

Seorang kriyawan akademis diharapkan memiliki beberapa kemampuan dan keunggulan di bandingkan dengan kriyawan tradisional. Walaupun keduanya memiliki keterkaitan peran dan saling mendukung. Kemampuan tersebut adalah:

1. Memiliki kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan dalam menciptakan karya-kriya kreatif yang berkualitas.
2. Terampil dan peka secara rupa (estetika) dalam mengolah material dan bentuk dalam kondisi kekinian sejalan dengan kemajuan teknologi mutakhir.
3. Dapat berorientasi pada konsep originalitas dan mampu mengolah berbagai medium.
4. Mampu berorientasi pada masalah-masalah sosial sehingga memiliki prospek yang baik untuk membangun industri kecil dan menengah khususnya bidang kriya.
5. Mampu menggali dan mendorong bangkitnya sikap wirusahawan dalam konteks produksi massal atau terbatas di bidang kriya.
6. Mampu melihat peluang dalam mengembangkan kebutuhan produk kriya secara fungsional, ekonomi dan sosial budaya.

### **A. Pengertian Kriya**

Kata kriya berasal dari bahasa Sansekerta dalam kamus Wojowasito, dalam konteks kesenian Hindu yang diambil alih ke dalam bahasa Jawa Kuno, artinya pekerjaan atau perbuatan (khususnya pekerjaan yang berkenaan dengan upacara keagamaan). Dalam istilah asing kriya dikenal dengan kata *craft*, *occupation*, *specially one which skill in the use of hands is needed-eg the craft of woodcraver*. Kriya juga di artikan sebagai karya

seni yang unik dan karakteristik yang di dalamnya mengandung muatan nilai-nilai yang mantap dan mendalam menyangkut nilai estetik, simbolik, filosofis dan fungsional. Oleh karena di dalam perwujudannya didukung *craftmanship* tinggi, akibatnya kehadiran seni kriya termasuk dalam kelompok seni adiluhung.

Kriya memiliki nilai keunggulan, keunggulan tersebut tercermin dari sebuah karya atau produk kriya. Nilai keunggulan pada karya kriya berdasar pada aspek (tolak ukur) yang atas kriteria tertentu dapat memenuhi nilai ideal terhadap aspek-aspek sebagai berikut:

1. kriya berhubungan dengan *unsur-unsur skill/trade/occupation* yang bermuara pada perupa (titik, garis bentuk, ruang, warna, tekstur gaya dan lain-lain). Unsur-unsur dasar tersebut merupakan unsur dasar yang membentuk sebuah rupa (dipelajari pada Nirmana 2D dan Nirmana 3D). Seorang kriyawan hendaklah mengerti hal-hal terkecil sebagai penyusun sebuah karya besar.
2. kriya berhubungan dengan unsur seni, keindahan atau estetika. Sebuah usaha untuk mengolah unsur-unsur rupa menjadi sesuatu yang dapat dinikmati serta mengandung unsur keindahan/estetis dengan menggunakan metoda-metoda tertentu dalam berkarya (usaha personal kriyawan)
3. kriya berhubungan dengan unsur-unsur material atau medium. Suatu istilah yang berhubungan dengan alat/corak/media ekspresi dan komunikasi akan upaya-upaya mengungkap gagasan rupa dan perenungan melalui potensi media bantu. Unsur material atau medium sebagai unsur eksternal, sebagai sesuatu yang diolah atau di eksplorasi. Media ekspresi dapat berupa kayu, batu, tekstil, serat, logam dan banyak lagi.
4. kriya berhubungan dengan gagasan dan fungsi yang dekat dengan manusia dan lingkungan hidupnya. Suatu istilah yang berhubungan dengan unsur-unsur pemenuhan akan sebuah kebutuhan manusia baik dari sektor material, spiritual, ataupun keduanya yang memungkinkan manusia senantiasa berupaya mencapai tahap kesejahteraan tertentu.
5. kriya berhubungan dengan teknologi, suatu istilah yang dikaitkan dengan karya atau proses dalam memproduksi sebuah karya, keterampilan penggunaan alat untuk tujuan-tujuan memenuhi semua unsur-unsur kriya yang ada di atas.

Kriya menyatu dengan manusia dan eksistensinya. Produk kriya merupakan artefak dari kurun budaya tertentu, bukti dari suatu tingkat peradaban. Oleh karena itu produk kriya adalah produk budaya, terjemahan fisik dari ide dan aktivitas budaya. Budaya telah menjadi unsur yang tidak dapat dilepaskan dari istilah kriya. Kriya secara langsung memiliki nilai etnik dan budaya, sesuatu yang berhubungan dengan tradisi turun temurun. Unsur inilah yang menjadi keistimewaan kriya dengan bidang seni lainnya. Dengan budaya unsur budaya dalam tubuh kriya, tidak langsung diartikan bahwa kriya itu kuno atau ketinggalan zaman. Walaupun begitu kriya tetap berjalan seiring dengan zaman, mengikuti perkembangan teknologi yang ada dengan tetap mempertahankan unsur budaya yang ada.

## B. Konsep Dasar Teknik Kriya Tekstil

Kriya tekstil dapat diartikan sebagai kerajinan yang terbuat dari bahan tekstil. Bahan tekstil dapat berupa benang dan tali atau hasil teknik tenun yaitu kain yang dibuat sedemikian rupa untuk dapat dijadikan bahan pembuatan produk kriya tekstil. Keahlian yang perlu dikuasai dalam pembuatan produk kriya tekstil meliputi 2 penguasaan kemampuan dasar, yaitu membentuk struktur kain dan menghias permukaan kain. Baik membentuk struktur kain maupun menghias permukaan kain dapat dilakukan dengan teknik:

- a. *By construction details* atau hiasan pada busana terbentuk karena pengolahan permukaan kain contohnya yaitu *Topstitching, Trapunto, Tucking, Shirring, Binding, Ruffles, Quilting, Fagoting, Hemstitching, Drawn work, Piping, Embroidery* atau bordir, *Stitching* atau setikan mesin jahit saja, *Rouleaux* atau lipit-lipit dengan arah tegak, *Opnaisel* atau lipit-lipit dengan arah mendatar, *Smock* atau mengikat kain dengan benang jahit menurut pola tertentu, *Pleats* atau lipatan-lipatan, *Frills* atau kain tambahan yang dibuat bergelombang
- b. *By the color and pattern* atau hiasan busana terbentuk karena warna dan pola busana contohnya yaitu *Braid* (rajutan), *Hand painting* atau lukisan yang dibuat langsung diatas kain, draperi dan *Printing*, yaitu gambar motif yang dicetak langsung dengan system printing oleh pabrik tekstil.
- c. *By decorative trims or fabrics applied* atau hiasan busana terbentuk karena penempelan material lain diatas permukaan kain atau *appliqué* atau gambar motif yang ditempelkan atau lekapan contohnya yaitu *Sequin* atau payet, *Patchwork* atau gabungan potongan-potongan kain yang membentuk motif, *Lace* atau renda, *Button* atau kancing, *Feathers* atau bulu, *Fringes* atau rumbai-rumbai, *Ribbon* atau pita, *Beading* atau manik-manik atau mote, Potongan kain yang telah dipola menurut motif tertentu, *Corsages* atau bunga imitasi. *Corsage* dapat terbuat dari kain, kayu dan plastik.

## C. Konsep Desain Kriya Tekstil dalam Peningkatan Produk Industri Kreatif

Produk industri kreatif bidang kriya tekstil, dapat di tingkatkan baik diversifikasi produk maupun desainnya melalui beberapa cara di antaranya:

1. Modifikasi yaitu perubahan yang dilakukan jika produk lama dinilai mempunyai kelemahan tanpa menghilangkan karakteristik secara keseluruhan. Modifikasi dapat dilakukan dengan cara:
  - a. Adopsi atau duplikasi yaitu mengambil bentuk atau tanda yang sudah ada sebelumnya atau membuat tiruannya. Dengan demikian produk hasil adopsi baik bentuk, fungsi, posisi dan kodenya sama dengan referensi awalnya.
  - b. Adaptasi yaitu menyesuaikan bentuk, garis, warna tekstur suatu tanda. Produk adaptasi baik bentuk, garis, tekstur, warna mengalami perubahan sesuai tempat dan waktu yang berbeda
  - c. Adeptasi yaitu mengambil tanda dari referensi awal dengan cara mengolah bentuk, garis, fungsi, warna, tekstur dan bidang, sedemikian rupa sehingga benar-benar

berbeda dari referensi awalnya. Produk adaptasi menghasilkan produk yang bersifat kontemporer.

2. Revitalisasi yaitu membuat kembali desain baru dari bentuk yang pernah ada sebelumnya tapi tidak dibuat lagi atau yang sudah terlupakan. Produk revitalisasi merupakan produk rekonstruksi.
3. Eklektik yaitu memilih desain yang di pandang terbaik dari berbagai metoda, system, gaya atau komposisi beberapa elemen yang diambil dari beberapa sumber.

Pada dasarnya pengembangan produk kriya tekstil untuk mendukung industri kreatif harus memperhatikan prinsip dominasi dan keanekaragaman, keseimbangan, kesinambungan, dan aksentuasi.

#### **D. Wirausaha Kriya Tekstil dalam industri Kreatif**

Kata wirausaha merupakan terjemahan dari kata *entrepreneur*, kata tersebut berasal dari bahasa Perancis *entrepreneur* yang berarti "bertanggung jawab". Wirausahawan adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola dan mengukur resiko suatu bisnis. Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (inovasi). Pengertian kewirausahaan adalah orang yang memiliki sikap, semangat dan perilaku mandiri dalam menciptakan inovasi dan kreasi dalam usahanya, mampu memadukan sumber daya dan merealisasikan gagasan menjadi kenyataan, kreatif, inovatif, profesional dalam bekerja, memiliki kesadaran untuk menemukan peluang, serta mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menjadikan lebih besar nilai jual serta manfaatnya. Seorang wirausaha khususnya wirausahawan kriya tekstil harus mampu melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Untuk menjadi wirausahawan, seseorang harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Percaya diri, meliputi keteguhan, kepribadian mantap dan optimis.
2. Berorientasi tugas dan hasil, meliputi kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba atau hasil, tekun dan tabah, tekad, kerja keras, motivasi, energik, dan penuh inisiatif.
3. Pengambil resiko, meliputi kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan.
4. Kepemimpinan, meliputi kemampuan memimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan menanggapi saran, dan kritik.
5. Keorisinilan, yaitu inovatif (pembaharu), kreatif, fleksibel, banyak sumber, dan serba bisa.
6. Berorientasi ke masa depan, yaitu pandangan ke masa depan dan perseptif.

Sifat dan ciri-ciri dari wirausaha yang diuraikan di atas menunjukkan bahwa kemampuan yang ditampilkan akan tercermin melalui tingkat perkembangan usahanya. Seorang wirausaha harus berwawasan bisnis, bersifat fleksibel, imajinatif, mampu merencanakan, mengambil resiko, mengambil keputusan dan tindakan untuk mencapai tujuan usahanya. Seorang wirausaha juga harus mampu mengambil resiko dengan melakukan inovasi dan mampu melihat ke depan dengan mengambil pelajaran dari masa lampau, ditambah dengan kemampuan memanfaatkan realita di bidang ekonomi, sosial, pendidikan dan lain-lain. Seorang wirausahawan dituntut untuk memiliki kemampuan-kemampuan yang harus diterapkan di dalam proses kegiatan-kegiatan kewirausahaannya. Kemampuan dan sifat dasar yang harus dimiliki oleh wirausaha adalah :

1. Wirausaha adalah seorang pencipta perubahan (*the change creator*), dimana perubahan ibarat menu makan pagi, siang dan sekaligus makan malam. Wirausaha tidak hanya dituntut mampu mengelola/menguasai perubahan, tetapi juga harus menciptakan perubahan.
2. Wirausaha selalu melihat perbedaan, baik antar orang maupun antar fenomena kehidupan, sebagai peluang dibanding sebagai kesulitan.
3. Wirausaha melihat pengetahuan dan pengalaman hanyalah alat untuk memacu kreatifitas, bukan sesuatu yang harus diulangi.
4. Wirausaha adalah seorang pakar tentang dirinya sendiri.
5. Wirausaha berani memaksa diri untuk menjadi pelayan bagi orang lain.

Seorang wirausaha adalah seorang yang mempunyai kemampuan menggabungkan imajinasi dan pikiran kreatif dengan kemampuan sistematis dan logikanya. Kombinasi ini menjadi bekal kemampuan yang penting bagi keberhasilan. Seorang wirausaha juga memiliki kemampuan untuk selalu berupaya mencari peluang-peluang unik guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

## **SIMPULAN**

Program keahlian kriya tekstil memberikan pengaruh pada perubahan tingkah laku karena dapat memberikan pengetahuan, dan sikap serta keterampilan. Hasil belajar dibagi menjadi tiga bagian, yaitu hasil belajar kriya tekstil yang bersifat *cognitive domain*, *afektive domain* dan *psicomotoric domain*. Ketiga domain ini dengan sinergis dapat menumbuhkan daya cipta untuk dapat membuat karya dalam bentuk produk kriya tekstil.

Produk kriya tekstil menjadi salah satu benda yang menempati tempat teratas dalam industri kreatif karena banyak diminati masyarakat. Masyarakat membutuhkan produk kriya tekstil sebagai salah satu benda yang dapat memenuhi gaya hidupnya. Gaya hidup masa kini menempatkan produk kriya tekstil sebagai benda yang memiliki nilai jual tinggi, nilai seni tinggi dan citra positif pada pemilik dan penggunanya.

Untuk dapat menciptakan produk kriya tekstil yang mendukung dunia industri kreatif, perlu pemahaman konsep desain kriya tekstil dan penguasaan teknik dasar kriya tekstil. Konsep-konsep pengembangan teknik yang telah ada di padukan dengan kebutuhan masyarakat terhadap produk kriya tekstil menumbuhkan kreativitas yang tinggi dalam mewujudkan diversifikasi produk kriya tekstil.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Adomo, T., Horkheimer, M. (1977), " The culture industry: enlightenment as mass deception", in Curran, J., Gurevitch, M., Wollacott, J. (Eds), *Mass Communication and Society*, Edward Arnold, London.
- Collaborative Economics, (2001), "The creative community: leveraging creativity and cultural participation for Silicon Valley's economic and civic future", Working Paper .
- Coopers and Lybrand, (1994), *The Employment and Economic Significance of the Cultural Industries in Ireland*, Coopers and Lybrand, London.

- Crafts Council of Ireland, (2000), *The Irish craft Industry 2000*, Craft Council of Ireland, Kilkenny.
- Cunningham, s., (2002), "From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implication", Wellington, paper presented to The Second international Conference on Cultural policy Research.
- Department for Culture, Media and Sport, (1998), *Creative Industries Mapping Document*, creative Industries Task Force, HMSO, London.
- Economic Impact Appraisal, (2000), *Dumfries & Galloway Arts and Crafts Sector Economic Impact appraisal*, Dumfries and Galloway Council, Dumfries.
- Fillis, I., (2000), "an Examination of the internationalisation process of the smaller craft firm in the United Kingdom and the Republic of Ireland", university of Stirling.
- Healy, K., (2002), "What's new for culture in the new economy?", *Journal of arts Management Law and society*, Vol. 32 no. 2, pp. 86-103.
- Hilman-Chartrand, H., (1988), "the craft in the post-modern economy", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 12 no.2, pp.39-66.
- Jeffcutt, p., (2000), "Culture and industry: exploring the debate", *Jornal of Studies in Cultures, Organization and Societies*, Vol. 6 No. 2.
- Mc Auley, A., (1999), "Entrepreneurial instant exporters in the Scottish arts and crafts sector", *Journal of international Marketing*, Vol 7 No.4, pp. 67-82.
- Mukhtar, S.-Y., (1998), "Business characteristics of male and female small and medium enterprises in the UK: implications for gender-based entrepreneurialism and business competence development", *British Journal of Management*, Vol. 9 No. 1, pp.41-51.
- Olsen, P., Orser, B.J., Hogarth-Scott, p., Riding, A.L., (2000), "Performance, firm size, and management problem solving", *Journal of Small Business Management*, Vol. 38 No.4.
- Paige, R.C., Littrel, m.A., (2002), "Craft retailers criteria for success and associated business strategies", *journal of Small Business Management*, Vol. 40 No. 4, pp. 314-332.
- (The) Work Foundation, (2007), *Staying Ahead: The Economic Performance of UK's Creative Industries*, The Work Foundation, London.
- Toffler, A., (1990), *Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Egde of the 21<sup>st</sup> Century*, Bantam Books, New York, NY.