PEMANFAATAN *JUMP RING* DENGAN TEKNIK *CHAINMAILLE* SEBAGAI PERHIASAN WANITA

Alissa Amelia

Telkom University

Jalan Telekomunikasi No.1

Email : als.alissaamelia@gmail.com

ABSTRACT

The way how people do dress up with accessories become the complement things of their looks. Accessories product has some material which is main material and component material. From this component material, there is one component which is able to be used the potential material than the other, it is called jump ring. Jump ring can be used with chainmaille technique. Chanmaille is the technique that combine one rings to the other ring to match with the pattern that has been determined and it can be a chain or a sheet of chaimaille. Chainmaille has been longest technique from a long time a go and it's often be used by crafters to make armour for soldiers. Time after time, the armour that made by chainmail technique become the one of inspiration for the designers to explored their creativity. Based on chainmail's creation, the writer will do the chainmail

exploration to development a product with geometric pattern like triangle, square and hexagonal pattern.

Key words *: chainmaille, jump ring, jewelry, pattern, geometric*

1. PENDAHULUAN

Proses perancangan sebuah produk perhiasan terdiri dari berbagai elemen berupa material utama dan pendukung. Dimulai dengan material utama perhiasan yang sering digunakan seperti manik-manik yang dapat dikombinasi dengan material pendukung seperti tali dan kaitan yang dapat dirangkai menjadi aksesoris berupa kalung, gelang dan anting. Selain material manik-manik yang sering digunakan, beberapa material dari bahan yang terduga pun dapat dijadikan sebuah produk perhiasan seperti pemanfaatan kertas koran dan sedotan yang mulai dikenal oleh masyarakat untuk diolah kembali menjadi aksesoris dan dekorasi rumah tangga. Perkembangan desain produk perhiasan memungkinkan pemakaian material tak lazim pun dapat diolah serta dieksplorasi untuk menjadi sebuah produk perhiasan, seperti material komponen pendukung pembuatan perhiasan salah satunya berupa material *jump ring*. Material *jump ring* adalah material berbahan logam yang memiliki diameter tertentu dari ukuran 2mm sampai dengan 20mm, walau material ini memiliki ukuran

yang kecil, tetapi material ini sanggup menopang aksesoris sekaligus berfungsi sebagai konektor.

Material komponen pendukung pembuatan perhiasan seperti *jump ring* memiliki potensi untuk diolah dan dijadikan sebagai material utama, dimana salah satu peninggalan jaman pra sejarah sudah membuktikan pemanfaatan *jump ring* sebagai material utama untuk dijadikan baju zirah. Awal mula pembuatan baju zirah ini dibuat oleh seorang *crafter* yang menggunakan logam sebagai material utamanya, logam tersebut berbentuk seperti batang atau lidi yang kemudian dililitkan pada poros dengan diameter tertentu lalu dipotong disetiap ujungnya sehingga membentuk sebuah bentuk lingkaran yang dapat dibuka dan ditutup. Setelah batang logam dililit dan dipotong, maka batang logam akan menjadi sebuah ring yang akan disatukan dengan pola-pola tertentu dan menjadi sebuah lembaran, teknik menyatukan ring ini disebut dengan *chainmaille.*

Fenomena pembuatan baju zirah diatas menggambarkan bahwa teknik *chainmaille* yang dikembangkan dengan pola-pola yang beraneka ragam dapat menjadi sebuah inspirasi bagi para pelaku di bidang mode seperti para desainer. Para desainer mengembangkan teknik *chainmaille* dan menumpahkan daya kreatifitas untuk menjadi sebuah karya yang dihadirkan serta ditampilkan pada panggung *runway*. Beberapa kreasi teknik *chainmaille* yang hadir di panggung *runway*, berupa

perhiasan seperti *headpiece,* kalung, gelang yang dibuat oleh Ann Demeulemeester pada panggung *runway* 2011 dan anting yang ditampilkan oleh desainer kondang Roberto Cavali pada panggung *runway*-nya di tahun 2016. Selain aksesoris, teknik *chainmaille* ini pun hadir dalam tampilan busana wanita atau *dress* yang dibuat oleh Yves Saint Laurent pada panggung *runway* di tahun 2012.

Beberapa desainer terinspirasi dan menggunakan teknik *chainmaille* dalam pembuatan produk perhiasan, Jenahara salah satu desainer wanita muslim di Indonesia menggunakan dan mengolah teknik *chainmaille* sebagai *brand ambassador* House of Jeaouluxy sebagai pelopor *brand* perhiasan lokal yang menampilkan teknik *chainmaille* yaitu yang menampilkan teknik *chainmaille* tersebut ke dalam sebuah aksesoris berupa *headpiece*, kalung dan *body chain*. Teknik *chainmaille* tak hanya dapat dibuat menjadi perhiasan yang hanya dapat dipakai di acara tertentu seperti peragaan busana, namun teknik *chainmaille* dapat menjadi perhiasan yang siap pakai dan dari pembuatan perhiasan menggunakan teknik *chainmaille* tersebut dapat diolah menjadi produk siap pakai yang memiliki nilai jual.

2. STUDI PUSTAKA

2.1 OBSERVASI

Metode pengumpulan datayang dilakukan yaitu:

Observasi: Melakukan observasi dengan mengunjungi toko-toko

supplier aksesoris di Bandung yaitu Toko Victory dan Toko Mutiara Jaya serta toko *supplier* aksesoris di Jakarta yaitu Toko Beads Jewelry, Toko Mutiara Indah dan Toko Kirana.

2.2 WAWANCARA

Wawancara : Mewawancarai pemiliktoko *supplier* bahan aksesoris di Bandung dan Jakarta, melakukan wawancara dengan salah satu *fashion stylist* di Bandung yaitu Nisa Runa.

2.3 STUDI LITERATUR

Studi Literatur : Pengumpulkan data-data pendukung guna untuk memperkuat topik penelitian, beberapa data tersebut diambil dari buku *Fashion Accessories* (Oliver Gerval, 2008), *Body Jewellery* (Donald J Willco, 1974), *Fashion Teory* (Malcom Barnard, 2014), Senjata dan Teknik Bertempur Kesatria Abad Pertengahan 1000-1500 M (Martin J. Dougherty, 2015), *Westrern World Costume An Outline History* (Carolyn G. Bradley, 2001), *Beaded Chain Mail Jewelry: Timeless Techniques with a Twist. (*Dylon, Whyte. 2009). *Fashion Designer – Concept to Collection* (Burke, Sarah. 2011), *Art to Wear* (Dale, Julie Schafle, 1986), *Arms and Armor of the Samurai : The History of Weaponry in Acient Japan* (Hopson, A.P & Ian Bottomley. 1993), *The Art of Chainmail* (Dylon Whyte. 2002), *Jewellery Making Basics* (Nicola Hurst,2008)

2.4 EKSPLORASI

Eksplorasi : Melakukan eksplorasi dengan berbagai ukuran material *jump ring* dan terbagi menjadi eksplorasi awal, lanjutan dan terpilih

3 LATAR BELAKANG PERANCANGAN

3.1 DATA LAPANGAN

Material *jump ring* adalah salah satu material yang tersedia pada toko bahan aksesoris dan perhiasan. Ketersedian material *jump ring* dibedakan berdasarkan ukuran pada lingkar diameter, ketebalan, jenis bahan yang digunakan serta warna. Berdasarkan studi lapangan, terdapat satu toko di Bandung yang menyediakan bahan *jump ring* dengan berbagai ukuran serta jenis bahan yang digunakan, toko bernama tersebut Toko Mutiara Abadi dan terletak di Jl.Otto Iskandardinata-Bandung.

Sedangkan di Jakarta, toko bahan aksesoris dan perhiasan yang menyediakan *jump ring* dengan berbagai ukuran serta jenis pun adalah Toko *Beads Jewelry*, Pasar Pagi Mangga Dua-Jakarta.

Berkembangnya brand aksesosis yang muncul sekitar tahun 2015 awal ternyata menimbulkan banyak permintaan atas material-material yang digunakan, dan material *jump ring* pun menjadi salah satu material yang selalu masuk ke dalam daftar permintaan tersebut. Dengan berkembang brand aksesoris yang muncul, salah satu brand aksesoris di Indoneisa yaitu House of Jealouxy memanfaatkan *jump ring* untuk produk mereka, tak hanya menjadi material komponen yang berfungsi sebagi konektor, namun *jump ring* dikembangkan menjadi material utama, dimana potensi tersebut sudah dikembangkan oleh House of Jealouxy sejak tahun 2014.

3.2 ANALISA PRODUK

erkembangan dunia mode tak lepas dari pengaruh orang-orang yang bekerja dan berkecimpung didunia mode. Peran *artist* serta

fashion stylist pun terbilang penting dalam industri ini dimana cara memadupadankan produk fesyen baik dari kategori busana, milineris dan aksesoris pun dapat terlihat jika dipadukan oleh *artist* dan *stylist* yang berbeda. Selain itu, dengan lahirnya produk-produk dengan varian serta material yang berbeda di pasaran, dapat menjadi sasaran para *artist* dan *stylist* untuk mengenakan produk tersebut dan sekaligus dapat menjadi trendcetter di lingkungan pribadi maupun di dunia bisnis atau disebut dengan *celebrity endorser.* Menurut Terence A. Shimp (2002) definisi dari "*Celebrity endorser* sendiri adalah memanfaatkan seorang artis, entertainer, atlet dan publik figur yang mana banyak diketahui oleh orang banyak untuk keberhasilan dibidangnyamasing-masing dari bidang yang didukung".

Produk akhir pada perancangan produk ini akan berupa *headpiece*, anting, kalung dan *armlet* dimana beberapa produk tersebut jika digabungkan dapat menjadi sebuah busana untuk wanita yang tidak ditujukan untuk pemakaian sehari-hari karena produk ini terbuat dari material *jump ring* dan cocok digunakan sebagai perhiasan yang dipakai sehari-hari dan pemakaian pada sebuah acara tertentu serta untuk keperluan *photoshoot* khususnya *fashion photography.* Pembuatan produk dengan teknik *chainmaille* dan material *jump ring* dipengaruhi oleh tren yang diadopsi dari buku *trend forecasting* BD+A 2017-2018 pada tren Vigilant dan mengerucut pada sub tren tren Vigilant yaitu Substansial. Tren Substansial memiliki karakteristik yang memainkan komposisi bidang pada bentuk sederhana, memberikan kesan kokoh, berat serta padat, mencerminkan sesuatu yang solid dan

menonjolkan karakteristik dari material yang digunakan.

3.3 SEGMENTASI

a. Geografis :

1. Konsumen yang tinggal kota besar di Jakarta dan Bandung

b. Demografis :

1. Wanita
2. Berusia 23 tahun sampai dengan 29 tahun.
3. Bekerja dan berkecimpung di dunia fesyen, berprofesi sebagai *fashion stylist* serta *artist*.

c. Psikologis :

1. *Stylist* dan *artist* adalah profesi yang tak lepas dari trend mode dimana orang-orang tersebut selalu mengikuti perkembangan mode bahkan dapat menciptakan tren berbusana yang berbeda dari trend mode yang sedang berlangsung. Selalu mengeksplorasi untuk memadupadankan produk fesyen untuk menjadi sebuah tampilan gaya yang berbeda, berani tampil dan mencoba hal baru dalam berpenampilan didepan khalayak umum.
2. Menjadi trend setter baik untuk lingkungan pribadi ataupun untuk keperluan bisnis.
3. Memiliki pendapatan per bulan sekitar Rp.3.400.000 – Rp.5.000.000 (diukur dari UMR Jakarta dari hasil komperasi UMR diantara kota Jakarta dan Bandung)
4. Memiliki daya beli atau sifat konsumtif yang tinggi.
5. Selalu *mobile,* baik dari keperluan komunikasi, informasi serta berbelanja.
6. Memiliki rasa tanggung jawab yang lebih karena seorang *fashion stylist* harus bertanggung jawab atas kondisi barang yang dipinjam baik mulai dari

penerima produk tesebut sampai dengan mengembalikannya kembali pada *brand*.

3.4 DESKRIPSI KONSEP

Bold de basic adalah nama koleksi pada perancangan produk ini. Koleksi ini terinspirasi dari bentuk segi tiga, segi empat dan segi enam. Bold de basic terdiri dari dua kata dasar, kata *bold* sendiri memiliki arti yang kuat dan dapat menampilkan kesan *eye-catching*, sedangkan kata *basic* dalam bahasa Inggris memiliki arti *forming an essential foundation or starting point* atau dalam bahasa Indonesia memiliki arti dasar dan utama. Keistimewaan koleksi *Bold de Basic* ini adalah memanfaatkan material komponen yang ada disekitar, dimana dari pemanfaatan tersebut akan menjadi sebuah produk perhisan yang memiliki garis rancang yang tegas serta merefleksikan bentuk geometris yang sudah dipilih berdasarkan hasil eksplorasi yaitu segi tiga, segi empat dan segi enam.

3.5 ANALISA EKSPLORASI AWAL DAN LANJUTAN

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk melanjutkan hasil eksplorasi ini untuk menjadi produk adalah :

1. Lebih selektif dalam memilih material *jump ring*, baik dari segi ukuran dan bahan, sehingga pada saat tidak sengaja ditarik atau dalam jangka waktu pemakaian waktu yang lama, *jump ring* tidak mudah terputus, karena jika terputus akan merusak susunan pola.
2. Penggunaan tambahan material komponen lainnya, lebih baik menggunakan bahan yang menyerupai dengan bahan dasar *jump ring* sendiri, karena jika tidak tampilan rangkaian *chainmaille* akan terlihat sangat berbeda.

3.6 ANALISA PRODUK

Setelah melakukan tahap eksplorasi awal, lanjutan dan mendesain produk perhiasan yang akan diproduksi sesuai dengan pola yang sudah diterapkan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu sebagai berikut :

1. Satu desain produk dapat dibuat dengan satu pola atau dikombinasikan dengan pola yang lain
2. Untuk membedakan bentuk pola yang terdapat pada desain produk, dibedakan dengan menggunakan *jump ring* dengan warna yang berbeda
3. Pola segi empat adalah pola yang sering digunakan pada penerapan pola *chainmaille* untuk produk perhiasan ini

3.7 PERAWATAN

Setelah melakukan tahap eksplorasi awal, lanjutan dan mendesain produk perhiasan yang akan diproduksi sesuai dengan pola yang sudah diterapkan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu sebagai berikut :

4. Satu desain produk dapat dibuat dengan satu pola atau dikombinasikan dengan pola yang lain
5. Untuk membedakan bentuk pola yang terdapat pada desain produk, dibedakan dengan menggunakan *jump ring* dengan warna yang berbeda
6. Pola segi empat adalah pola yang sering digunakan pada penerapan pola *chainmaille* untuk produk perhiasan ini

3.8 PACKAGING

Perancangan desain packaging dibuat dengan menggunakan hard box yang berbahan dasar dupleks, bentuk bulat dan menggunakan warna hitam. Box packaging sendiri terbagi menjadi dua ukuran yaitu ukuran besar dengan diameter 25cm berguna untuk menyimpan headpiece serta kalung dan ukuran yang lebih kecil yaitu 15cm guna

untuk menyimpang anting. Disetiap box tersedia pouch atau kantung yang berguna untuk menyimpan perhiasan agar tidak tercampur satu sama lain dan silica gel yang berguna untuk menjaga kelembaban perhiasan setelah digunakan.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Setelah melewati semua proses perancangan hingga produk selesai, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Jenis bahan *jump ring* mempengaruhi kualitas produk
2. Penggabungan jenis bahan *jump ring* dapat dibedakan dengan warna *jump ring*
3. Untuk membedakan pola *chainmaille* dapat dilihat dari warna jump ring yang digunakan
4. Menggabungkan 1*pcs jump ring* dengan 4*pcs jump ring* menjadi satu rangkaian membuat rangkaian pola *chainmaille* menjadi lebih kuat
5. Untuk produk anting tidak dapat dibuat rangkaian pola segitiga dan segienam yang terlalu besar, karena jika dipakai akan terasa berat, kecuali untuk desain anting dengan pola segienam dapat dipakai dengan nyaman karena menggunakan anting jenis *hoops*
6. Penggunaan kaitan udang serta penambahan manik-manik sangat membantu dalam proses pemakaian produk
7. *Chainmaille* dapat dikembangkan dan divariasikan dengan perpaduan pola-pola yang lebih beragam untuk dijadikan suatu produk karya yang menarik

4.2 SARAN

Adapun saran-saran yang disampaikan berdasarkan hasil tugas akhir dan analisa selama melakukan proses eksplorasi dan produksi adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat dilanjutkan kembali dengan produk aksesoris fesyen yang lebih menarik

2. Produk aksesoris fesyen dengan *teknik chainmaille* dapat menjadi sebuah alternatif teknik untuk membuat produk busana atau pun aksesoris

3. Produk aksesoris fesyen dengan teknik *chainmaille* ini dapat dijadikan sebuah referensi alternatif teknik dan desain untuk desainer-desainer di Indonesia

4. Produk aksesoris fesyen ini disarankan dapat berkembang dengan baik dan dapat terus mengikuti perkembangan zaman dalam hal tren fesyen

5 DAFTAR PUSTAKA

Barnad, Malcom. (2014). *Fashion Theory*. (Inggris, Routledge)

Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi DKI Jakarta. 2015, Aksesoris Khas Betawi. Diakses

pada jakartapedia.bpadjakarta.net (19 Maret 2017, 00.08)

Burke, Sarah. (2011). *Fashion Designer – Concept to Collection*. (China, Everbest)

Carolyn G. Bradley.(2001).*Westrern World Costume An Outline History*. (NewYork, Appleton-Century-Crofts,Inc)

Dale, Julie Schafle (1986). Art to Wear. (New York, Abbeville Press)

Dylon, Whyte. (2009). *Beaded Chain Mail Jewelry*: *Timeless Techniques with a Twist*. (Inggris, Lark Crafts)

Ernawati, Izwerni, Weni Nelmira (2008). *Tata Busana untuk SMK Jilid 1*

,

Direktorat Pembinaan Sekolah

Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional : diterbitkan oleh Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional Tahun 2008

Gerval, Oliver. (2008). *Fashion Accessories*. (Paris, A&C Black)

Hurst, Nicola. (2008). Jewellery Making Basics. (London, Quarto Publishing)

Martin J. Dougherty.(2015).Senjata dan Teknik Bertempur Kesatria Abad Pertengahan 1000-1500 M (Jakarta, PT.Elex Media Komputindo)

M.A,Triyanto. (2010). *Pengembangan Modul Mata Kuliah Aksesoris Busana Program Studi Pendidikan Teknik Busana*, Disertai Doktor pada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta : tidak diterbitkan.

Rathus, Louis Fichter. (1994). *Understanding Art*. (New Jersey, Englwood Cliffs, Prehue Hall Inc)

Redi, Mulyadi. 2009, Perhiasan Khas Betawi Dibukukan. Diakses pada www.kabarindonesia.com

(19 Maret 2019, 00.20)

Tito. 2011, Busana Pengantin Betawi. Diakses pada www.titoajah.wordpress.com (18 Maret 2017,

19.01)

Willco, Donald J. (1974*). Body Jewellery*. (London, International Perspektive)

Whyte, Dillon. 2012, Hitoye Gusari Mail. Diakses pada www.artofchainmail.com (21 Maret 2017, 20.28)