

“AKSESORI PILPRES ”

PELUANG INDUSTRI KREATIF DALAM PRODUK FASHION ERA MEA

Triyanto dan Enny Zuhni Khayati
Pendidikan Teknik Boga dan Busana FT UNY

ABSTRAK

Pemilihan Presiden (Pilpres) merupakan salah satu ajang demokrasi lima tahunan rakyat Indonesia yang selalu menarik dan menyita perhatian masyarakat. Tarik ulur kepentingan politik kekuasaan menuntut kreativitas tim sukses masing-masing partai peserta pemilu. Kaos oblong (t-shirt) sebagai salah satu produk fashion menjadi angin segar daya tarik “aksesori” pemikat hati masa melalui penyusunan kata-kata, pesan, gambar ataupun jargon yang tertuang dalam bentuk sablon. Melalui agenda tahunan seminar nasional Bidang Boga, Busana, dan Rias ini penulis menyajikan pengkajian eksistensi kaos oblong sebagai produk fashion yang dapat memberikan arti melalui pendekatan multidisiplin ilmu yakni micro historis, politik, ekonomi dan seni. Realitas menunjukkan bahwa kaos sebagai salah satu produk fashion telah mampu menjadi “aksesori pemilu” yang menyemarakan hiruk-pikuk penampilan demokrasi dan ekonomi di Indonesia. 2015 merupakan tahun terbentuknya masyarakat satu atap ASEAN (MEA). Antipasi peran stakeholders sangat dibutuhkan sehingga ekonomi kreatif kerakyatan tidak tergerus ke luar negeri.

Kata Kunci: T-Shirt, Aksesori Pilpres, MEA

Pendahuluan

Pemilihan Presiden yang baru saja dilaksanakan pada tanggal 9 Juli tahun 2014 lalu mengingatkan kita pada bentuk pesta demokrasi lima tahunan rakyat Indonesia. Pada pesta pemilu tersebut kerja tim sukses menuntut daya kreativitas tinggi untuk meraih hati masyarakat. Pemanfaatan berbagai macam olahan media masa menjadi corong hegemoni, seperti: media televise, media pertunjukan panggung music, spanduk, baliho, jam, topi, payung sampai pemanfaatan kaos dalam aneka warna dan tulisan. Geliat

perhelatan politik itu secara langsung mampu membangunkan ekonomi industry kreatif. Realitas ini menunjukkan semestinya mereka yang bergerak bidang fashion jangan hanya melihat masa perhelatan politik itu sebagai saat untuk memilih pemimpin Indonesia, namun demikian harus memiliki kejelian untuk dapat melihat masa perhelatan politik itu sebagai peluang bisnis baru ataupun meraup keuntungan dari bisnis aneka "aksesori politik", seperti: sablon kaos, topi, payung, bendera dan berbagai aksesoris Pilpres lainnya. Politik sebagai dunia kekuasaan akhirnya membutuhkan dan bersentuhan dengan berbagai sendi aktivitas lainnya untuk menjadi media komunikasi. Relasi politik dan fashion telah ada sejak lama. Semua itu disebabkan pada kemampuan politik untuk mempengaruhi aspek-aspek kehidupan lainnya, seperti yang diungkapkan oleh R.M. Soedarsono (2000), bahwa eksistensi politik itu mampu mempengaruhi kehidupan seperti ekonomi, seni, dan social. Fungsi produk fashion berkembang tidak hanya sebagai penutup pelindung badan dari sengatan panasnya lingkungan alam, namun demikian telah mampu melompat sebagai bentuk komunikasi politik. Dalam hal ini fashion sebagai salah satu jenis industry kreatif menjadi medium atau saluran yang dipergunakan seseorang ataupun partai untuk menyatakan sesuatu kepada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada masyarakat untuk mengikuti sesuai dengan target politik yang diharapkan. Fashion merupakan medium untuk mengirimkan pesan pada orang lain. Seseorang mengirimkan pesan tentang dirinya sendiri melalui fashion atau pakaian yang dikenakannya. Berdasarkan realitas sehari-hari kehidupan masyarakat, pakaian dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa yang akan ditemuinya dan seterusnya. Dengan demikian fashion telah menjadi bagian yang sangat penting penanda aktivitas manusia. Melalui fashion partai peserta pemilu sering kali membagikan kaos dengan aneka pesan politik. Hal itu membuat jasa usaha atau industry konveksi sablon termasuk bisnis yang kebanjiran order selama masa Pemilu, terutama dalam pemesanan kaos, bendera, spanduk, topi dan produk menarik lainnya. Saat kampanye, atribut partai seperti kaos adalah salah satu hal yang paling sering menjadi bagian terpenting untuk propaganda partai sehingga masyarakat

terpengaruh untuk memilih kandidat yang dijagokan (<http://brighterlife.co.id>)



<http://printingpercetakan.blogdetik.com> dan
<http://www.dkiadvertising.com>

Gbr.1 Berbagai macam 'aksesori pilpres'

Tahun 2015 tinggal menghitung hari, pada tahun itu di wilayah ASEAN akan diterapkan ekonomi satu atap. Mulai jasa tenaga kerja dan perdagangan akan terjadi kerjasama terbuka. Realitas itu mensiratkan diantara Negara ASEAN akan terjadi kebebasan transaksi ekonomi yang menuntut banyak pekerjaan rumah untuk dapat bersaing ketat pada kompetensi bidang-bidang yang relevan. Industri kreatif sebagai salah satu penopang ekonomi Indonesia semestinya telah siap menghadapi berbagai kemungkinan persaingan usaha tersebut. Hal ini menuntut pemerintah beserta berbagai stakeholders untuk mengantisipasi kesiapan pengusaha industry

kreatif Indonesia dalam memasuki Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

PEMBAHASAN

'Aksesori Pilpres' Era ORBA

Pada musim pemilu partai bersiap meraih sebanyak mungkin perhatian publik. Pemilu adalah masa di mana setiap partai menggelontorkan banyak dana demi meraih perhatian publik salah satunya lewat merchandise promosi yang setiap pemilu banyak kita temui. Mulai dari kaos, payung, jam dinding, topi partai, balpoint dan lain-lain. Masih hangat dalam bayang masa kampanye bagaimana kuningnya jalanan dengan kaos Golkar yang melegenda dengan warna kuningnya. Birunya rona surya Partai Amanah Nasional. Ataupun merahnya banteng moncong putih. Semua itu dapat dilakukan karna warna kostum yang dikenakanya begitu banyak, berjubel merubah kesan warna ruang publik yang dilaluinya.

Pada proses 'hajatan demokrasi' di Indonesia kaos sebagai bagian 'aksesori' penting karena salah satu item ini akan dibagikan secara gratis dalam jumlah besar untuk simpatisan partai bahkan masyarakat umum yg belum jelas akan menjadi pendukung partai mana. Intinya adalah yang penting baju partai dipakai oleh banyak orang sehingga seolah-olah partai tersebut diminati masyarakat. Jumlah partai yang ada ada di Indonesia sebelum era eformasi terbatas pada 3 partai besar, yakni: satu, PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dua, GOLKAR (Golongan Karya) dan tiga, PDI (Partai Demokrasi Indonesia). Di bawah pemerintahan Orde Baru yang militerian membuat kebebasan berekspresi tidak mendapat tempat. Kebebasan berdemokrasi, bersuara, maupun berkarya cipta terbelenggu pada upaya untuk menstabilkan ketahanan politik Negara di bawah pemerintahan Soeharto. Realitas itu juga terlihat dari perwujudan variasi desain T-Shirt yang sederhana, simple, dan 'tidak neko-neko'. Desain kaos yang berkaitan dengan aktivitas politik adalah kaos yang didesain alakadarnya, dengan kualitas bahan yang paling rendah 'kaos saringan tahu'. Model bahan kaos seperti ini dipakai sangat tidak memenuhi nilai kenyamanan (convertible) bertekstur kasar, panas tidak menyerap keringat sehingga mengeluarkan bahu ketek yang menyengat hidung. Materi desain kaos pilpres biasanya berupa ajakan untuk mencoblos, seperti: COBLOS NO...AYO PILIH NO....dan kalimat propaganda ajakan lainnya.

Kondisi kesejahteraan ekonomi yang belum merata membuat kaos partai jaman ORBA banyak disukai oleh kalangan petani, tukang becak, bakul 'mbok-mbok' pasar, nelayan ataupun rakyat kecil lainnya yang kehidupannya termaginalkan. Desain kaos partai yang sederhana 'fullgar' dan berbahan kualitas rendah membuat remaja enggan memakai pada aktivitas lifestilnya. Dengan demikian pasar potensial kampanye kaos pilpres Era ORBA menyasar pada masyarakat kelas ekonomi bawah.



(wikipedia.org)

Gbr. 2 Bentuk logo partai Era Orde Baru

Walau kaos pilpres Era ORBA bentuk dan bahanya sederhana namun tetap memberikan nilai positif terhadap wirausaha industry kreatif bidang konveksi dan turunannya. Realitas itu terlihat dari ramainya order yang diterima di berbagai pusat jasa konveksi khususnya usaha sablon kaos kampanye. Kualitas kaos kampanye yang relative rendah membuat harga jual kaospun rendah juga sehingga kaos kampanye mendapat stigma sebutan sebagai kaos murah 'kaos saringan tahu.'



www.storetempo.co.id

Gbr.3 Aksesori pilpres kaos 'saringan tahu' jaman ORBA menjadi 'trend'

'Aksesori Pilpres' Era Pasca Reformasi

Reformasi Indonesia tahun 1998 mampu membuat dampak yang luar biasa pada masyarakat Indonesia. Reformasi menjadi kran pembuka demokrasi dari demokrasi yang militerian bergantian pada demokrasi masyarakat madani. Jumlah partai tumbuh subur lebih dari sepuluh atau multi partai. Partai yang ada timbul berkembang sesuai dengan masyarakat pendukungnya. Realitas ini mampu memunculkan karakter partai, seperti: partai reformis yang diisi oleh banyak akademisi, partai religious yang pesertanya banyak dari kalangan santri, partai pro demokrasi yang latar belakangnya pada masyarakat yang menginginkan demokrasi yang lebih luas, maupun partai yang berkarakter kekaryaan. Berbagai macam multi partai tersebut membuat pertimbangan dalam pengupayaan perlengkapan kampanye berbeda pula. Tim sukses membuat alat propaganda peraga menyesuaikan dengan segmentasi usia dan selera masyarakat terbidik. Seperti untuk masyarakat menengah bawah alat peraga propaganda berupa kaos 'saringan tahu' masih menjadi senjata ampuh yang bisa diandalkan dalam menggelontorkan pesan-pesan kampanye. Keuntungan kaos saringan tahu bagi Tim sukses adalah harga jauh lebih murah. Apalagi jumlah order yang semakin besar akan membuat semakin murah harga kaos saringan tahu. Kelas

masyarakat lain yang berkembang sebagai garapan tim sukses adalah kelas remaja dan kelas menengah ke atas.



PUSTAKA Sekolah
Ditajar Tanpa Mengenal Ura

(wikipedia.org)

Gbr.4 Gelombang Reformasi Mahasiswa 1998, Soeharto mengundurkan diri dan Politik multi partai



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

Gbr.5 Pasa Reformasi 'aksesori pilpres' kaos saringan tahu masih menjadi

senjata ampuh meraih simpati rakyat kecil

Sedangkan untuk kelas menengah keatas dan generasi muda diupayakan bentuk kaos yang lebih berkualitas bahan dan desainnya. Kalau dahulu kelengkapan kaos disediakan alakadarnya tetapi tuntutan pada pemilihan presiden masa Pasca Reformasi kali ini sangatlah berbeda, ketersediaan kelengkapan partai yang alakadarnya mampu berkembang ke berbagai bentuk kaos yang lebih modis dan nyaman dipakai. Kaos dengan bahan polyester bahkan katun combed, dengan design yang baik mulai diproduksi. Tampilan desainnya pun membuat anak muda atau kalangan menengah ke atas tidak akan malu mengenakannya. Produk desain kaos pilpres sekarang cukup menawan sehingga layak disandingkan dengan kaos yang dijual di distro. Kaos produksi dengan gradasi warna, monokromatis untuk menggambarkan Garuda Merah untuk pasangan Prabowo Hatta hingga gambar Jendral Sudirman yang wajahnya diganti dengan wajah Jokowi. Aneka variasi produk desain kaos itu sengaja diproduksi untuk menyasar pemilih muda yang masih enggan berpartisipasi dalam pemilihan presiden. Era multi partai menuntut lebih banyak kreativitas TIM kampanye untuk menyedot hati masyarakat supaya memilih kandidat calon presiden yang mereka

usung. Maka tidak pelak pada masa Pilpres banyak tempat atau pusat-pusat konveksi kebanjiran order kaos partai dari masing-masing partai pengusung calon presiden. Peluang usaha industri kreatif fashion khususnya jasa usaha sablon kaos dapat diseting dengan tema yang tidak lazim atau unik sehingga bisa membidik pangsa pasar kaos yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan namun bisa jadi diam-diam diperlukan, atau pangsa pasar yang berasal dari komunitas atau demografi tertentu yang harus dibidik dengan cara tertentu pula (*niche marketing*). Pilpres dengan aneka pesan politik dapat menjadi salah satu tema yang dapat diambil sebagai tema usaha. Momentum Pilpres memberikan ide pembuatan kaos murah seperti dengan kaos murah bermotif foto calon presiden, atau dapat pula dengan jargon-jargon calo presiden, dapat juga dalam bentuk kata-kata sindiran calon presiden. Penciptaan kaos-kaos tersebut menciptakan peluang pasar tersendiri. Betapa tidak, banyak dari pendukung bahkan pecinta calon presiden tanpa dikomando pasti akan mengenakan atribut semua tentang calon presiden. Dan itulah yang menjadi peluang pasar dari industri kreatif kaos. Beberapa tema unik yang lain juga bisa diciptakan guna membuat produk kaos. Yang terpenting dari semua itu adalah tema yang diambil sebaiknya mempunyai segmentasi pasar yang jelas sehingga penetrasi pasar kaos terhadap target pasar yang ingin dicapai mudah dilaksanakan. (<http://kaosmurahku.com>). "Kaos pemilu tersebut dibandrol mulai dari harga 50 ribu rupiah sampai 90 ribu rupiah. Harga ini jelas berbeda jauh dengan kaos kampanye saringan tahu yang berkisar 8 sampai 15 ribu rupiah. (<http://www.tribunnews.com>)



<http://www.kpu.go.id> dan www.eciputra.com

Gbr.6 Macam macam 'aksesori pilpres' desain kelas distro yang menysar generasi muda



<https://www.bukalapak.com>

Gbr.7 Aneka kreativitas desain 'Aksesori pilpres' Capres Jokowi-JK



<http://www.kaosperadaban.com>

Gbr.8 Aneka kreativitas desain 'Aksesori pilpres' Capres Prabowo-Hatta

Peluang 'Aksesori Pilpres' Era MEA

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada tahun 2015 akan segera terbentuk. Terbentuknya masyarakat ekonomi tunggal Asean menjadikan perputaran arus barang dan jasa bergerak bebas di antara anggota Negara ASEAN. Masing-masing masyarakat Negara ASEAN dapat dengan leluasa bekerjasama melakukan transaksi jual beli sector barang dan jasa dengan kemudahan regulasi sehingga meringankan pengusaha. Negara-negara dengan SDM yang baik dan produk yang mempunyai kualitas standar produk tinggi mempunyai espektasi ekspansi ke negara-negara lain sehingga keluasaan penyebaran segmentasi pasar produk ekspor dapat lebih maksimal.

Penyebaran produk ekspor yang lebih luas tentu membawa dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat pelaku industri kreatif. Namun demikian sebaliknya, MEA bagaikan harimau yang siap menerkam mangsanya. Hal ini dapat terjadi jika kualitas produk dan jasa yang disediakan tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Akibat serius jika hal ini terjadi bukan tidak mungkin lahan industri kreatif aksesoris pilpres yang menghidupi banyak pengusaha kecil lari ke luar negeri. Terkait dengan aksesoris pilpres, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa hiruk pikuk 'gawe' pilpres di Indonesia telah mampu memutar pertumbuhan ekonomi industri kreatif secara nyata. Realitasnya terhadap geliat ekonomi industri kreatif pada masa pilpres dapat terus terjaga keberlangsungannya karena kreativitas desain kaos pilpres mampu menangkap pesan keinginan partai dalam menjangkau masa dari segala macam kalangan sehingga menghasilkan tawaran aneka ragam kreativitas produk. Dengan semakin mudahnya regulasi di antara negara MEA yang disertai kreativitas tinggi dan daya saing harga yang kompetitif bisa jadi Era MEA dapat menjadi peluang sector industri kreatif kaos pilpres untuk menjangkau ke berbagai Negara Asean lainnya yang sedang mengalami proses demokrasi sehingga memerlukan pernik 'aksesoris' pilpres sehingga mendapatkan pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran jika dapat memproduksi 'aksesoris pilpres' Philipin, Thailand, Malaysia, dll.

SIMPULAN

Geliat politik Pilpres berimbas pula pada geliat industri fashion. Kreativitas dalam menarik hati masyarakat menjadi tuntutan tim sukses partai politik untuk melancarkan serangan berbagai propaganda. Melalui media kaos oblong, berbagai macam pesan tertuang penuh kreatif. Industri sablon kaos begitu marak tumbuh subur dimana-mana. Bentuk desain 'aksesoris Pilpres' sekarang berkembang dengan pesat. 'Hajatan Pilpres' berdampak positif pada tumbuhnya ekonomi kerakyatan. Rekomendasi dari kontribusi tulisan ini adalah jangan sampai gairah ekonomi kreatif berbasis sablon kaos pada era terbentuknya MEA terenggut ke pengusaha ataupun tenaga kerja luar negeri, sehingga memerlukan peran stakeholders untuk tanggap kebijakan yang pro ekonomi rakyat. Penguatan terhadap standarisasi maupun pelatihan peningkatan kualitas produk dan jasa

pada industry kreatif menjadi PR pemerintah sehingga pelaku usaha dan jasa siap menuju MEA.

REFERENSI

R.M. Soedarsono (2000). Seni Pertunjukan di Era Reformasi.
Bandung: MSPI

<http://kaosmurahku.com/2014/04/pemilu-saatnya-menciptakan-peluang-usaha-kaos-tempat-bikin-kaos-murah-tempat-pesan-kaos-murah-kaos-murah-kaos-distro>

<http://brighterlife.co.id/2014/05/07/5-bisnis-menguntungkan-jelang-pemilu-presiden/#sthash.9Pqv3yf5.dpuf>

<http://www.kpu.go.id/index.php/pages/detail/2014/308>

<http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/07/15/menyasar-pemilih-muda-di-pilpres-dengan-kaos-kreatif>