

Masker Sebagai Budaya Baru Tren Fesyen di Indonesia

Adlien Fadlia
adlienfadlia@senirupaikj.ac.id
Program Studi Desain Produk-Mode Busana
Fakultas Seni Rupa, Institut Kesenian Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren pemakaian masker pada masa pandemi COVID-19. Metode penelitian Kualitatif dengan riset yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Teknik pengambilan data diperoleh dari pengamatan dan sumber berita fesyen dimasa pandemi Covid -19. Penggunaan masker pada masa pandemi menjadi kebutuhan kesehatan sebagai menutup mulut dan hidung, tetapi juga didesain dengan warna dan bahan yang menarik. Perancang busana terkenal juga membuat desain masker, yang tidak hanya berfungsi untuk kesehatan tetapi juga sebagai pelengkap *fesyen* desain. Masker dibuat dengan bermacam-macam bahan kain, motif, warna serta detail yang menarik. Berbagai motif mulai dari motif batik, motif flora, motif kartun dan motif lainnya. Masker juga tampil dengan warna-warna yang dikombinasi sehingga menghasilkan variasi warna yang semarak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) penggunaan masker telah menjadi budaya masyarakat, baik di perkotaan maupun perdesaan; (2) masker telah menjadi industri kreatif bidang fesyen; dan (3) pada perkembangan selanjutnya, desain masker dapat mengikuti tren fesyen yang meliputi variasi motif, bentuk maupun warna. Disarankan, hendaknya penggunaan masker yang baik dan benar dapat mencegah penularan COVID-19. Masker sebagai pelindung kesehatan tidak hanya bergerak mengikuti tren fesyen tetapi juga tetap memperhatikan fungsi utama sebagai pelindung kesehatan diri.

Kata kunci

Budaya baru, Fesyen, Masker

Abstract

This research aims to analyze the use of face mask during the COVID-19 pandemic. Through analytic-descriptive method, literature data was collected from various news sources thus the nature of this study is qualitative with phenomenological approach. The use of face mask during the pandemic is a health necessity whereas the mouth and the nose area are covered to prevent any virus transmission. Other than being the requisite safety measure during the pandemic, face masks are also available in various types of fabric, color and designs. Some of the most popular patterns observed in this study are the batik pattern, floral, and illustrations. This research shows that the use of face mask has becoming a society's culture whether in a metropolitan or rural settings, face masks has its own category in the creative fesyen industry, and in the following years face masks design would follow the upcoming fesyen trends. It is advised to properly wear functionally working face masks that are meant to stop the COVID-19 from spreading, thus the need for masks to be equally utilitarian and decorative.

Keywords

New Culture, Fesyen, Face mask, Mask

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 telah mengubah tata cara kehidupan manusia, tidak saja di Indonesia, tetapi juga seluruh dunia. Perekonomian lumpuh pada semua Negara di dunia. Perusahaan banyak yang tutup dan merumahkan sebagian karyawannya. Ketimpangan sosial terjadi di mana-mana. Pandemi ini belum ada tanda-tanda akan berakhir bahkan penambahan jumlah yang terpapar COVID-19 semakin meningkat. Virus juga beradaptasi dengan cepat sehingga memunculkan varian-varian baru, seperti D-614-G, B-117, 509. V.2. Pencegahan dengan usaha preventif dikampanyekan oleh pemerintah dengan cara mencuci tangan, menggunakan masker, dan menjaga jarak. Ketiga perilaku sehat ini dilakukan bersamaan dengan *social distancing* dan *physical distancing*.

Terjadi perubahan secara dramatis, pola perilaku kehidupan masyarakat terutama pada penggunaan masker. Masker saat ini tidak hanya sekedar pelindung dari paparan COVID-19, tetapi secara tidak langsung menjadi bagian dari pelengkap busana masyarakat. Semula masker digunakan bagi masyarakat yang tinggal di daerah berpolusi tinggi, hal ini menjadi alasan utama menggunakan masker ketika keluar rumah. Menurut sejumlah penelitian menggunakan masker dapat membantu mencegah menularkan atau tertular berbagai macam penyakit, seperti flu, batuk, infeksi saluran pernafasan (ISPA), dan sindrom pernapasan akut berat atau *Severe Acute Respiratory Syndrome*.

Menggunakan masker dapat menjadi salah satu cara terbaik agar kita tidak mudah tertular atau menularkan penyakit. Masker yang digunakan dengan benar dapat membantu mencegah virus dan bakteri menyebar melalui cairan (*droplet*) yang keluar saat bersin atau batuk. Alasan memakai masker yang cukup penting lainnya adalah untuk melindungi sebagian kulit wajah dari efek negatif polusi udara dan paparan sinar matahari. Paparan sinar matahari dan polusi udara yang berkepanjangan dan berulang diduga dapat menyebabkan penuaan dini dan peningkatan risiko jerawat dan flek hitam. Alasan lainnya menggunakan masker sebagai alat bantu untuk melindungi, mencegah, dan mengurangi efek negatif dari partikel polusi atau kuman di udara yang dapat mengganggu kesehatan kita.

Penggunaan masker merupakan langkah preventif sebagai upaya pencegahan walau dalam kenyataannya masker tidak menjamin dijadikan sebagai pelindung sempurna dari polusi, virus, atau kuman. Hal ini dapat terjadi pada penggunaan masker pada wajah, karena ada celah longgar antara masker dengan wajah yang memungkinkan kuman atau partikel kecil masuk ke mulut atau terhirup oleh hidung. Setiap orang membutuhkan masker dari kalangan kelas sosial yang paling rendah sampai kalangan sosial kelas tinggi. Permintaan terhadap masker meningkat di masyarakat, perusahaan besar maupun kecil beralih pada penyediaan masker dengan berbagai macam corak, warna, serta bahan yang digunakan.

Penyediaan masker dengan bahan yang berbeda disesuaikan dengan permintaan konsumen. Di setiap kesempatan, setiap orang telah menjadikan masker menjadi bagian dari kehidupan untuk bergaya dalam berpenampilan sehari-hari. Peluang ini dimanfaatkan oleh perancang busana untuk membuat tren merk masker sesuai dengan label fesyen yang dikembangkan. Diantaranya adalah Anne Avantie merupakan salah satu perancang busana kebaya, yang merancang masker dari kain batik yang senada dengan rancangannya. Pada akhirnya perlu adanya keserasian antara masker yang digunakan dengan baju dan asesoris yang dipakai.

Masker berfungsi ganda yaitu sebagai pelindung kesehatan dan juga sebagai tren baru pada perkembangan fesyen di Indonesia, dapat dikatakan fungsi masker saat ini sebagai The New Fesyen Item. Lady Gaga merupakan salah satu selebriti dunia yang menggunakan masker yang dirancang oleh desainer Mety Choa asal Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa masker telah menjadi bagian dari dunia fesyen. Harga masker yang dipakai oleh Lady Gaga secara ekonomi tentu menunjukkan harga yang fantastis.

Pada sisi lain, rancangan masker telah menjadi ikon tersendiri pada tren fesyen di dunia. Setiap perancang tentu ingin masker yang dibuat dipakai oleh pesohor, baik artis, politikus, atau publik figure bidang lainnya. Masker dirancang tidak hanya untuk memenuhi kesehatan, tetapi saat sekarang ini dirancang juga memenuhi standar etika dan estetika. Merancang masker selayaknya merancang busana. Penelitian bertujuan untuk menganalisis masker sebagai salah satu bagian dari tren fesyen selama masa pandemi COVID-19.

Metode Penelitian

Desain Fenomenologi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi berupaya untuk menangkap berbagai persoalan yang ada di masyarakat dan mengungkap makna yang terkandung di dalamnya. Perkembangan pesat penggunaan metode kualitatif tidak dapat dilepaskan dari animo masyarakat yang menggunakannya. Hal ini didasarkan pada keinginan dan kebutuhan masyarakat dalam menjawab segala kompleksitas permasalahan yang ada. Dengan penelitian kualitatif, diharapkan berbagai fenomena tersebut dapat dibuktikan secara alamiah (Haleluddin:2018).

Unit analisis dilakukan pada hasil karya masker yang dibuat oleh beberapa fesyen desainer Indonesia, dress maker dan mahasiswa fesyen desain. Analisis unit difokuskan pada estetika dan media yang digunakan. Fesyen pada abad ini memberikan ruang dan mengapresiasi pada aktualisasi diri tiap individu. Tren fesyen internasional mulai melirik budaya lokal tiap negara dan mengambil aksen etnik untuk memperkaya rancangannya.

Pembahasan

Fesyen, secara umum, adalah seperti sungai. Sebuah sungai selalu bergerak, mengalir mengikuti arus, kadang pelan dan lembut mengalir, pada kesempatan lain arusnya keras bergelombang. *Fesyen* bersifat menyenangkan, dan tidak pernah sama. Mempengaruhi mereka yang berada di atas aliran arus maupun yang berada di tepian. Pergerakannya sangat tergantung pada lingkungan. Pergerakan-pergerakan yang konstan dalam *fesyen* tergantung pada lingkungannya yang dibentuk oleh faktor-faktor sosial, politik dan ekonomi. Pergerakan-pergerakan *fesyen* ini, tidak peduli apakah bergejolak ataupun halus, keduanya memiliki arti dan arah tertentu. Ada semacam kegembiraan yang bersemangat (*excitement*) dalam menginterpretasi pergerakan-pergerakan ini serta mengestimasi kecepatan dan arah gerakannya. Siapapun yang terlibat dalam bidang *fesyen*, dari desainer sampai konsumen, senantiasa mengikuti pergerakan dalam *fesyen* tersebut.¹

Begitu juga *fesyen designer* lokal yang berani melawan arus dengan tidak selalu mengikuti tren *fesyen* di mancanegara, tapi lebih memilih untuk mengeksplorasi kekayaan budaya lokal, demi sesuatu yang terkini dengan sesuatu yang unik dan menciptakan *fesyen* yang lebih variatif. Perkembangan tren *fesyen* di Indonesia berkembang sangat pesat walaupun masih terpengaruh oleh *fesyen* internasional karena busana yang dikenakan adalah busana modern, yang bermula dari Barat. Para *fesyen* desainer Indonesia mampu membuat karya *fesyen* bermutu tidak kalah dengan desainer asing, dengan memanfaatkan sumber daya dalam negeri Indonesia yang kaya budaya di setiap daerahnya.

Kreativitas pada masker terjadi ketika persediaan masker medis menghilang dipasaran dan membuat produk tersebut menjadi mahal karena kelangkaan stock. Dimasa awal pandemi COVID-19 pada bulan Maret 2020, penggunaan masker medis menjadi salah satu solusi untuk mencegah perluasan wabah yang dapat ditularkan melalui droplet. Semula masker kesehatan hanya digunakan untuk keperluan medis di rumah sakit dan aktivitas yang terkait dengan menjaga kesehatan (al. pekerja pabrik, petugas kebersihan dsb).

Berdasarkan hal tersebut, masker kain menjadi solusi ketika masker medis mengalami kelangkaan. Para *fesyen* desainer dan pekerja seni membuat masker berdasarkan kreativitas masing-masing sehingga penggunaan masker menjadi bagian dari keseharian yang tidak membosankan. Berbagai jenis tekstil (kain) di explore untuk mengetahui daya serapnya dalam hal ketahanan untuk mencegah virus masuk melalui sistem pernafasan dalam hal ini adalah hidung. Secara medis masker kain tidak cukup ampuh untuk menangkal virus, tetapi masker kain dapat dipakai secara berulang.

¹ Stone, Elaine. *The Dynamic of Fesyen* Fairchild Publication, New York, 2001

Hal ini dapat dilakukan karena masker kain dapat dicuci dengan sabun atau dsterilkan. Sehingga penggunaannya lebih lama dan dapat mengurangi sampah masker medis. Saat ini penggunaan masker kain menjadi salah satu produk fesyen yang cukup mumpuni untuk diproduksi dalam jumlah besar. Mulai dari fesyen desainer, konveksi dan pekerja kreatif mandiri membuat masker sebagai komoditas, yang akhirnya menimbulkan nilai ekonomis dan tren dalam *fesyen*. Variasi desain sampai harganya pun menjadi fenomena yang menarik untuk dicermati.

Beberapa fesyen desainer menjual masker dengan harga tinggi, hasil penjualan akan didonasikan bagi orang-orang yang berdampak dalam situasi pandemi. Hal ini patut diapresiasi, sebagai bentuk kepedulian dari para *fesyen* desainer Indonesia terhadap situasi yang terjadi. Para fesyen desainer terkenal Indonesia, diantaranya Biyan Wanaadmaja, hasil penjualan masker disalurkan untuk tenaga medis dalam pengadaan baju hasmat dan label Sejauh Mata Memandang mendonasikan untuk para pekerja TPA Bantar Gebang. Kepedulian terhadap situasi saat ini, merupakan suatu tindakan yang secara tidak langsung membuat konsumen saling berbagi.

Untuk UKM kegiatan membuat masker kain adalah suatu upaya agar produksi tidak berhenti dengan memproduksi masker kain secara mass produk. Sehingga konsumen memiliki alternatif dalam membeli masker kain baik secara desain dan harga. Komunitas pun membuat masker kain, salah satunya adalah komunitas Sahabat Museum, Ade Purnama sebagai *founder* mengedukasi para anggota Sahabat Museum untuk senantiasa menggunakan masker saat berkaktivitas diluar rumah. Pada akhirnya masker akan menjadi "*the must have item*" selain hand sanitizer dan tissue. Selain para fesyen desainer dan pekerja kreatif membuat masker, mahasiswa yang menempuh pendidikan fesyen pun tidak luput dari kegiatan masker sebagai bentuk tugas. Hal ini terjadi pada mahasiswa *fesyen* IKJ, dimana mereka membuat tugas masker untuk dibagi kelingkungan disekitar mereka tinggal.

Desain Dunia mode berputar seperti roda, mode fesyen muncul dan pertama kali digunakan oleh sekelompok kecil pecinta yang fanatik dengan perkembangan mode. Ketika mode tersebut mulai dapat diterima kelompok yang lebih luas akhirnya mode tersebut menjadi milik bersama dan roda mode telah mencapai titik puncaknya kemudian akan muncul mode baru dengan siklus yang sama. Istilah tren fesyen muncul seiring dengan perkembangan mode yang memberi kebebasan terhadap pilihan untuk mengekspresikan diri. Pakaian siang hari dimetamorfosis ke pakaian malam hari, gaya resmi dan santai disatukan menjadi penampilan yang tidak mengenal batas waktu. Apa yang di kenakan di pagi hari dapat saja di kenakan sampai malam dan apa yang dikenakan ke kantor harus dapat dikenakan untuk resepsi malam harinya.

Menurut Malcolm Barnard, etimologi kata fesyen terkait dengan bahasa Latin, *factio* artinya "membuat". Arti asli fesyen adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan seseorang. Sekarang, terjadi penyempitan makna dari fesyen. Fesyen sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang, khususnya pakaian beserta aksesorinya. Fesyen didefinisikan sebagai sesuatu bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak. Polhemus dan Procter menunjukkan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah fesyen kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya, dan busana.²

Secara etimologi menurut KBBI, mode merupakan bentuk nomina yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan, dan sebagainya). Gaya dapat berubah dengan cepat. Mode yang dikenakan oleh seseorang mampu mencerminkan siapa si pengguna tersebut. Mode adalah gerak masyarakat dalam bernampilan melalui aktualisasi aktivitas sosial budaya. Memberi kesempatan pada seseorang untuk ditempatkan di tempat yang patut atau ingin ia tempati. Suatu Gagasan Intelektual. Menjamah ranah Kognitif, Afektif, Psikomotorik.³

Fenomena mode membutuhkan suatu keberadaan tradisi yang terbuka bagi berbagai ungkapan kreativitas dan pragmatis. Mode adalah sesuatu yang menyisihkan dan bersifat sesaat, ialah tujuan yang senantiasa berubah. Suatu gaya berpakaian adalah sesuai mode saat sejumlah besar orang pada waktu tertentu menggunakannya. Sebaliknya, mode berada di luar gaya tatkala orang berhenti menggunakannya. Pada setiap tingkatan sosial manusia sangat memperhatikan penampilan sehingga berpengaruh pada *self-esteem* serta cara masyarakat sekitar berkomunikasi, berbagai karakter dan kebiasaan hidup berupaya untuk tampil dengan gaya⁴.

Gaya, spesifikasi dan kualitas penampilan fesyen ditentukan dan dibentuk oleh kualitas visual dan struktural tekstil. Sebaliknya, nilai-nilai fesyen yang tumbuh dari berbagai hasrat dan aspirasi manusia memacu serta menuntut daya cipta para perancang tekstil.⁵ Menurut Marilyn J. Horn; Selera adalah sesuatu yang seseorang suka, pilihan terhadap hal-hal yang mengandung unsur estetis seperti mode. Selera berpakaian seseorang terbentuk oleh waktu dan tempat di mana dia berada. Setiap orang memiliki pengalaman masing-masing yang membentuk karakter individual dalam selera pribadinya dan menggambarkan kondisi lingkungan serta menyatakan pilihan perorangan.⁶

Dalam buku *The Experimental Psychology of Beauty*, CW Valentine mengatakan; Seseorang yang memiliki pengasahan dalam dunia seni akan lebih menyukai bentuk seni yang kompleks.

² Barnard, Malcom. Fesyen sebagai Komunikasi (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm.12.

³ Zaman, Alim. Sejarah Gaya. xi

⁴ Teri Agins. *The End of Fesyen*. William Morrow and Company, Inc., New York, 2000. p 7.

⁵ Biranul Anaz (editor). (2000), *Seni Rupa Industri, Menunggu Keterkaitan (Meninjau Permasalahan Produksi Tekstil). Refleksi Seni Rupa Indonesia, Dulu, Kini dan Esok*. Hlm.158.

⁶ Wiyoso, Cynthia. "Emosi Pribadi Vs Pendapat Umum (Selera Berpakaian) Kompas, Minggu 9 Januari 1994, harian umum, Jakarta.

Penilaian terhadap desain pakaian yang muncul berdasarkan keterbiasaan semata lebih banyak ditemukan pada anak-anak dan orang dewasa yang tidak terlatih pengalaman seninya. Mereka juga tidak terlalu peduli dengan keharmonisan komposisi dan menilai sesuatu berdasarkan perasaan pribadinya.⁷

Sebaliknya orang-orang yang memiliki pengalaman seni yang terlatih cenderung untuk memperlihatkan toleransi yang besar terhadap eksperimen berpakaian. Pakaian menggambarkan nilai-nilai yang dianut si pemakai karena itu, selera seseorang adalah pilihan pakaian yang dianggapnya pantas untuk penampilan dan kepribadiannya. Keterkaitan seseorang terhadap seni dan pakaian tercermin dari bagaimana ia mengekspresikan diri dari cara berpakaianya. Manusia di dunia dibedakan dari tingkat pendidikan, pola nilai, kemampuan persepsi dan latar belakang kebudayaan. Selera pribadi adalah hasil perpaduan dari hal tersebut diatas.

Sejak tahun 2000-an, tren fesyen lebih mentolerir pada tren yang namanya selera pribadi. Setiap orang dibebaskan untuk memilih genre fesyennya sendiri. Semua individu punya pilihan. Ada seseorang senang bergaya casual atau konservatif, semua itu pilihan dari setiap individualisnya, orang lain pun tidak bisa mengganggu gugat (asal tidak bertentangan dengan norma masyarakat setempat). Fesyen yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup yang dilakukan. Seseorang yang sangat fesyenable, secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya sebagai seseorang dengan gaya hidup modern dan selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia modern, gaya hidup membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosial.

Tren terbentuk karena adanya kesadaran manusia terhadap estetika. Gaya hidup serta keinginan untuk menikmati kenyamanan yang dikaitkan dengan seluruh keterlibatan cita rasa dan inderanya. Tren selalu berubah seiring dengan perubahan gaya hidup dan selera konsumen yang bersifat dinamis. Tren dipengaruhi gerakan-gerakan ekonomi, sosial, politik dan kebudayaan yang berkesinambungan, mereka dapat menjadi arahan penting dalam produk desain. Fenomena desain sebagai gagasan intelektual yang memperhatikan aspek-aspek psikologis dan prinsip-prinsip visual adalah bagian dari kegiatan seni rupa terapan (*applied arts*).

Jika tren fesyen dihubungkan dengan situasi pandemi saat ini, maka fungsi masker yang semula alat kesehatan akhirnya bergeser menjadi fesyen item. Tren penggunaan masker membuat desain dan warna masker yang semakin beragam memudahkan siapa saja untuk mix and match outfit dengan warna masker yang dimiliki. Hadirnya desain masker kain dengan beragam bentuk, dinilai mampu mendorong mereka yang semula malas menggunakan masker untuk memakai masker dalam aktivitas sehari-hari. Gaya hidup sehat dalam situasi pandemi mengharuskan pola pikir kita

⁷ Ibid.

berubah dengan melakukan social distancing dan physical distancing serta menyiapkan masker saat aktivitas luar ruang. Fesyen mampu dihadirkan melalui material alternatif, masker kain adalah solusi dalam mengurangi limbah kesehatan, masker kain dapat dipakai berulang kali dengan cara mencuci dengan air panas dan sabun diterjen penghilang kuman. Masker kain selain menjaga kita dari penularan virus serta ramah lingkungan dan menjadi produk unggulan untuk sektor sandang.

Rancangan masker pada saat ini sangat beragam. Keragaman tidak hanya pada jenis material yang digunakan, tetapi juga memiliki nilai estetika. Desain masker telah berkembang dalam bermacam-macam bentuk. Ada masker dibuat dengan tiga dimensi, dalam bentuk ikonik seperti bibir tersenyum atau bentuk lainnya. analisis terhadap hasil karya desain masker dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 1. Masker Biyan

Sumber: Majalah elle Indonesia, edisi Juni 2020

Detail motif Sumba dengan teknik bordir, adalah masker yang dibuat oleh Biyan sebagai fesyen desainer Indonesia yang terkenal dengan desain fesyen yang bergaya elegant dengan sentuhan internasional style. Biyan membuat masker indah tersebut dengan tujuan, hasil penjualan masker fesyen eksklusif dan diproduksi secara terbatas akan disalurkan oleh Biyan melalui wecare.id. Hal ini sebagai bentuk kepedulian Biyan, dengan membantu pelaksanaan Rapid Test bagi warga di perkampungan padat Jakarta akibat pandemi saat ini dan memberikan masker standard medis N95 untuk tenaga medis. **harga:** Rp1.000.000 – Rp3.500.000.



Gambar 2. Masker Ghea Fesyen Studio

Sumber: Majalah elle Indonesia edisi Juni 2020

Masker fesyen dari Ghea Fesyen Studio hadir dalam teknik sulam dan diproduksi dalam jumlah terbatas. Ghea adalah fesyen desainer Indonesia yang terkenal akan kecintaannya terhadap

kain-kain tradisi Nusantara, sehingga tampilan Ethnic menjadi ciri khas desainnya. Hasil penjualan masker Ghea Fesyen Studio digunakan untuk ketersediaan APD melalui Yayasan Gelang Harapan.
Harga: Rp175.000 – Rp595.000.

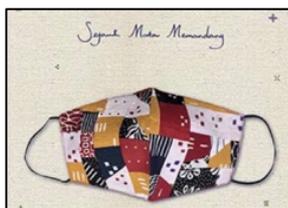


Gambar 3. Masker Sapto Djokokartiko

Sumber: Majalah elle Indonesia, edisi Juni 2020

Detail hiasan dengan teknik sulam, pada masker Sapto Djokokartiko. Sapto Djokotirto adalah generasi muda fesyen desainer Indonesia. Kemampuannya dalam mengapresiasi seni estetika budaya Indonesia tidak hanya dalam kain tradisional tetapi cerita rakyat hingga arsitektur menjadi ide inspirasi dalam karya fesyen desainnya. Sebagai bentuk kepeduliannya pada situasi pandemi ini, Sapto Djokotirto membuat masker yang dibuat dalam jumlah terbatas dan hasil penjualan didonasikan melalui organisasi KitaBisa.com. **Harga:** Rp500.000-Rp1.000.000.

Citra Subiakto selaku creative director dari label Sejauh Mata Memandang memiliki kepedulian yang tinggi untuk mendukung para pahlawan sampah dan keluarganya selama pandemi ini, Sejauh Mata Memandang bersama Benih Bantar Gebang berusaha membantu para pemulung untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. 1 masker edisi khusus = 1 bulan persediaan makanan untuk satu keluarga. Benih Bantar Gebang (BGBJ) adalah komunitas yang peduli terhadap keluarga pemulung di Bantar Gebang dengan memberikan bantuan makanan kepada sekitar 600 keluarga setiap minggunya. Informasi lengkap BGBJ dapat diakses melalui www.bgbj.org.



Gambar 4. Masker Sejauh Mata Memandang

Sumber : www.sejauh.com

Penggunaan sisa kain atau perca, dapat dimanfaatkan menjadi masker sehingga produk masker yang mengusung semangat daur ulang dan berkelanjutan dapat diakomodasi dalam pengadaan masker kain. Berprinsip *zero-waste*, masker *Daur Berlapis* kreasi label Sejauh Mata Memandang menggunakan sisa bahan produksi label. meminimalisir sisa bahan produksi agar tidak ada pembuangan bahan. Oleh karena itu, masing-masing memiliki motif yang berbeda, tidak akan selalu persis.

Masker 3 *ply* reversibel ini dibuat dari kelebihan kain untuk mengurangi limbah, masker berguna bagi mereka yang tinggal di kota besar dengan polusi udara yang tinggi. Produk ini adalah bagian dari *Daur Collection* yang menggunakan kain berlebih dari produksi pakaian produk sejauh mata memandang. Merupakan upaya untuk mengurangi limbah tekstil dan setiap item unik, tidak akan menerima pola atau warna yang sama seperti yang terlihat di foto. Untuk alasan kebersihan tidak dapat menerima pengembalian atau penukaran karena penempatan motif atau warna.



Gambar 5. Masker Sahabat Museum

Sumber: Susi Harahap

Teknik cetak digital dengan menampilkan kepulauan Indonesia dan bangunan bersejarah menjadi ide gagasan dari masker Komunitas pecinta Museum yaitu Sahabat Museum. Bahwa masker dapat menjadi kampanye kegiatan untuk mengenal tempat-tempat bersejarah di Indonesia khususnya di kota Jakarta. Harga 100.000.



Gambar 6. Masker Lenny Agustin

Sumber: Koleksi Penulis

Teknik cetak digital dengan menampilkan ilustrasi fesyen karya fahion desainer Lenny Agustin, menarik minat remaja untuk menjadikannya sebagai koleksi yang bersifat limited edition dan kekinian. Lenny Agustin adalah desainer mode yang selalu menghadirkan keceriaan dalam karya fesyen desainnya. Harga: 100.000-250.000.



Gambar 8. Masker Mety Choa

Sumber: MainMain.id

Masker Teatrikal karya Mety Choa mengusung *gaya dan selera* dari musisi Lady Gaga menjadi *centre of interest* pada penampilannya di ajang MTV VMA 2020 tersebut. Masker berwarna metallic silver dan terbuat dari bahan metallic mesh, serasi dengan busana yang bergaya futuristic dan glamour. Lady Gaga mengingatkan masyarakat dunia untuk menjaga kesehatan sambil merujuk masker yang dikenakannya. Harga: *Price by request*



Gambar 8. Masker dari label “erre”

Sumber: Koleksi Penulis

Mengusung semangat *Reduce, Reuse* dan *Recycle* masker dari label *Erre* menghadirkan beragam jenis tekstil tradisional. Pemanfaatan perca kain lurik, batik tulis dan tenun untuk produk masker memberikan kesan etnic dan peduli lingkungan. Harga: 100.000-250.000.



Gambar 9. Masker dari label “Noname”

Sumber: Retno A.P

Desain masker untuk pernikahan, masker dengan warna dasar putih dihiasi payet dan manik-manik memberi kesan glamour. Masker dihadirkan dengan kemasan yang eksklusif sebagai bagian dari tren mode masa kini. Masker dibuat untuk dikenakan oleh pengantin wanita. Harga: 100.000-250.000.



Gambar 11. Masker dari label “Emfa”

Sumber: M. Fahmi

Desain masker dengan lapisan kain katun dengan bagian luar menggunakan kain *chiffon* yang dihiasi sulaman payet, border dan renda dengan tampilan hiasan flora berkesan feminin romantis. Masker ini dibuat untuk digunakan pada acara resepsi pernikahan. Harga:100.000-250.000.



Gambar 12. Masker kain katun polos

Sumber: jual.com



Gambar 13. Masker kain scuba polos

Sumber: Tokopedia.com



Gambar 14. Masker kain katun motif

Sumber: Shoppe.com

Adapun masker buatan konveksi, yang diproduksi dalam skala mass produk, biasanya dijual melalui reseller atau lokapasar digital. Variasi warna, kain, bentuk dan harga menjadi alternatif pilihan. Dimulai ketika meningkatnya kebutuhan masker dan sempat menjadi barang langka dengan harga mahal. Keadaan ini memaksa orang berkreasi dan mencari alternatif sendiri untuk membuat masker dengan bahan kain yang murah. Pengusaha konveksi kain skala *home industry*, melihat hal ini sebagai peluang agar produksi dan pekerja di sektor lapangan tetap berjalan. Produksi masker kain dari konveksi cukup berkualitas dengan menggunakan bahan terbaik dan harga yang terjangkau. Masker yang diproduksi memiliki dua grade yang berbeda. Grade pertama yaitu masker kain satu lapis (1 *layer* atau 1 *ply*), dan grade kedua masker kain dua lapis (2 *layer*). Kelebihan masker kain 2 lapis pada bagian dalamnya terdapat tempat yang dapat anda gunakan untuk menyisipkan tisu atau kain. Dengan tambahan tisu atau kain tersebut sehingga dapat meningkatkan

kemampuan masker dalam menyaring partikel pembawa virus maupun bakteri. Selain harga terjangkau dan kualitas yang cukup, kelebihan lainnya adalah dapat digunakan berulang kali dengan cara dirawat dengan baik dan benar. Perawatan masker kain cukup dengan mencucinya, cuci dengan air bersih pada suhu kurang dari 40°C dan tanpa menggunakan cairan pemutih. Setelah kering masker tersebut kemudian disetrika dengan suhu panas yang medium. Harga masker kain grosir mulai Rp1.900/pcs-10.000/pcs.

Selain fesyen desainer dan pekerja kreatif turun berperan aktif dalam berkreasi membuat masker di masa pandemi ini, mahasiswa yang menempuh pendidikan fesyen di Desain Mode FSR IKJ turut melakukan kegiatan tersebut dalam skala kecil di lingkungan keluarga dan tempat tinggalnya. Masker buatan mereka dibagikan untuk keluarga dan lingkungan (tetangga). Bagaimana rasa peduli dibangkitkan melalui selembar masker kain dibuktikan melalui kemampuan mahasiswa dalam teknik menjahit dan membuat pola kecil. Hal ini membuktikan mereka mampu membuat masker secara mandiri serta bermanfaat untuk keluarga dan lingkungan tempat tinggal mereka.



Gambar 15. Masker Mahasiswa Desain Mode FSR IKJ.

Sumber: Mahasiswa Mode FSR IKJ Angkatan 2019

Masa pandemi COVID-19 bagi seorang perancang merupakan sumber kreativitas dalam pengembangan item fesyen. Masa pandemi menghadirkan inovasi fesyen yang selama ini tidak terpikirkan. Masker jika pada masa sebelum pandemi hanya dibutuhkan oleh tenaga medis atau orang yang bekerja dengan tingkat polusi tinggi, tetapi saat sekarang ini membutuhkan masker sebagai pelindung diri. Para fesyen desainer saat ini banyak mengembangkan desain masker dengan menggunakan material yang bermacam-macam. Masker saat sekarang ini memiliki nilai bergengsi hampir sama dengan asesoris yang menjadi salah satu daya dukung tren fesyen pada masa kini. Fesyen dapat berkembang sebagai suatu komoditas. Komoditas tersebut adalah sesuatu yang bersifat *labour intensive*. Dengan demikian melalui komoditas tersebut di atas suatu industri, ialah industri fesyen dapat menyumbangkan sumbangsinya pada negara. Sumbangsih ini bersifat finansial, sosial, dan budaya. Hakikat mode adalah menyalurkan segenap cipta, karsa, dan karya masyarakat. Keberadaan mode memerlukan alam yang demokratis.

Simpulan

Perkembangan tren fashion senantiasa ditandai oleh peristiwa tertentu. Pada khazanah perancangana busana dikenal dengan musim. Fesyen yang dikenakan pada musim panas berbeda dengan musim dingin, akan berbeda pula dengan musim semi atau musim gugur. Demikian juga dengan asesoris dalam bentuk masker, dikembangkan sesuai dengan musim pandemi COVID-19. Pada saatnya nanti setelah masa social distancing atau physical distancing telah berakhir akan ada peragaan masker hasil karya desainer dunia. Masker telah menjadi bagian penting dari asesoris busana setara dengan syal, tas atau sepatu. Rumah-rumah mode diperkirakan juga akan mendesain masker sesuai dengan karakteristik atau ciri khasnya masing-masing. Berdasarkan unit analisis data penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut; (1) desain masker tidak hanya memenuhi unsur kesehatan tetapi juga menonjolkan nilai estetika; (2) nilai estetika berdampak pada nilai keekonomian yang lebih tinggi, dibandingkan masker yang hanya memenuhi fungsi kesehatan semata; (3) masker tidak hanya memenuhi kebutuhan kesehatan, tetapi juga telah menjadi tren fesyen di masa pandemi.

Saat ini kita berusaha berdamai dengan virus Corona, masker wajah menjadi salah satu atribut penting untuk beraktivitas diluar rumah. Fesyen desainer menawarkan pilihan masker wajah non-medis (bukan masker medis kesehatan, namun dapat melindungi). Dirancang fungsional untuk melindungi pernafasan tapi bergaya. Hal lainnya adalah peranan public figure dalam mengkampanyekan penggunaan masker, cukup memberikan dampak positif. apapun yang mereka kenakan dapat mempengaruhi para penggemarnya. Kerjasama yang cukup baik antara fesyen desainer dan public figure untuk mengedukasi masyarakat dalam penggunaan masker ketika berada diluar rumah. Pada periode menuju *New Normal*, konsumen turut berkontribusi agar bisnis lokal tetap berjalan dan menjaga aktivitas pekerjaan bagi pekerja lokal disektor lapangan. Fesyen desainer mengedukasi konsumen dengan cara membeli produknya agar sebagian profit dari penjualan masker dapat membantu perjuangan melawan COVID-19 serta berpartisipasi memberikan kembali kepada orang lain yang membutuhkan.

Sumber Referensi

- Agins, Teri. 2000. *The End of Fashion*. New York: William Morrow and Company, Inc.
- Anas, Biranul (editor). (2000), *Seni Rupa Industri, Menunggu Keterkaitan (Meninjau Permasalahan Produksi Tekstil)*. Refleksi Seni Rupa Indonesia, Dulu, Kini dan Esok.
- Barnard, Malcom. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chaney, David. 2004. *Life Style*. Jalasutra. Yogyakarta

Haleluddin, *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*. UIN Sultan Mahmud Hasanuddin-Banten. <https://www.researchgate.net/>

Stone, Elaine. 2001. *The Dynamic of Fashion*. New York: Fairchild Publication

Wiyoso, Cynthia. "Emosi Pribadi Vs Pendapat Umum (Selera Berpakaian) Kompas, Minggu 9 Januari 1994.

Zaman, Alim. 2002. *Sejarah Gaya*. Jakarta: Muetia Cipta Sarana.