

Fabric Material Infographic Illustration Design for Branding and Client Presentations at PT Kreasi Busana Indonesia

Perancangan Ilustrasi Infografis Bahan Kain sebagai Media Branding dan Presentasi untuk Klien di PT Kreasi Busana Indonesia

Pascal Lazuardi¹

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul

pascallazuardi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to understand the characteristics and textures of various types of fabrics and how these properties influence client expectations and the production workflow within a garment-manufacturing (convection) environment. Commonly used materials such as rayon, rib, velvet, and soft denim exhibit different behaviors during both the initial and final stages of production, particularly in terms of shape stability, shifting tendencies, and handling requirements. Through literature review, interviews with business owners, supervisors, and cutting operators, as well as direct field observations, this research identifies key factors that affect the final garment quality. The findings indicate that a solid understanding of fabric texture and fiber structure is essential for minimizing cutting errors, increasing material efficiency, and maintaining product consistency. The results of this study are expected to serve as a reference for garment-industry practitioners in optimizing production processes through material-based

Keywords: *Fabric Characteristics; Fiber Structure; Garment Production Process; Material Efficiency; Product Quality*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami karakteristik serta tekstur berbagai jenis kain dan bagaimana kedua aspek tersebut memengaruhi kebutuhan klien serta keterlibatan proses produksi pada industri konveksi. Beragam kain yang digunakan, seperti rayon, rib, velvet, dan soft jeans yang memiliki perilaku material yang berbeda pada awal maupun akhir proses produksi, terutama terkait kestabilan bentuk, kecenderungan bergeser, serta teknik penangan yang dibutuhkan masing-masing bahan. Melalui studi Pustaka, wawancara dengan pemilik usaha, mandor, dan operator pemotongan, serta observasi langsung di lapangan, penelitian ini mengidentifikasi sejumlah factor yang memengaruhi kualitas hasil akhir produksi busana. Temuan menunjukkan bahwa pemahaman mengenai tekstur dan struktur serat merupakan aspek krusial untuk meminimalkan kesalahan pemotongan, meningkatkan efisiensi penggunaan bahan, dan menjaga konsistensi produk. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku industri konveksi dalam mengoptimalkan proses produksi melalui pendekatan *material-based decision making*.

Kata Kunci: Karakteristik Kain; Struktur Serat; Proses Produksi Konveksi; Efisiensi Bahan; Kualitas Produk.

PENDAHULUAN

Dalam industri fesyen dan konveksi, kemampuan menyampaikan informasi produk secara jelas dan akurat merupakan aspek yang berpengaruh langsung terhadap kualitas komunikasi dengan klien. Salah satu aspek krusial dalam proses itu adalah tentang jenis bahan kain yang dipakai dalam produksi. Setiap tipe kain memiliki ciri fisik, komposisi serat, tingkat kelenturan, dan perilaku yang bervariasi pada saat pemotongan maupun penjahitan. Akan tetapi, perbedaan ini sering kali sulit diungkapkan secara lisan, terutama kepada klien yang tidak memiliki pengetahuan teknis di bidang tekstil. Akibatnya, proses pembahasan produk seringkali memerlukan waktu yang lebih lama, menyebabkan kesalahpahaman, dan mungkin berdampak pada ketepatan keputusan pemesanan.

PT Kreasi Busana Indonesia hambatan yang sama dalam tahapan presentasi dan konsultasi desain Data tentang jenis kain umumnya disampaikan kepada klien. melalui penjelasan verbal atau deskripsi teks yang bersifat teknis, sehingga tidak semua klien dapat memahami perbedaan karakteristik material dengan baik. Ketidakjelasan ini dapat berpengaruh pada kesepahaman mengenai kualitas produk akhir, estimasi biaya, serta penyesuaian desain yang sesuai dengan kebutuhan klien. Dalam konteks tersebut, dibutuhkan sebuah media bantu yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan mudah diinterpretasikan oleh berbagai kalangan.

Perkembangan desain komunikasi visual menawarkan peluang bagi Perusahaan untuk mengoptimalkan proses penyampaian informasi melalui media visual yang lebih efektif, salah satunya adalah infografis ilustratif. Infografis memiliki kemampuan merangkum data dan konsep kompleks menjadi bentuk visual yang ringkas, terstruktur, dan menarik. Penggunaan ilustrasi pada infografis memungkinkan visualisasi tekstur, ketebalan, fleksibilitas, dan karakteristik penting lainnya dari jenis kain yang sulit dijelaskan secara tekstual. Dengan demikian, infografis tidak hanya membantu klien memahami informasi secara lebih cepat, tetapi juga meningkatkan profesionalitas presentasi perusahaan.

Studi ini bertujuan merancang media infografis ilustratif untuk bahan kain yang tidak hanya memudahkan komunikasi produk kepada klien, tetapi juga berperan sebagai strategi branding PT Kreasi Busana Indonesia dengan menerapkan gaya visual yang konsisten, pemilihan warna sesuai identitas perusahaan, serta

penyampaian informasi yang teratur, informatif, dan terpercaya. Berdasarkan hasil kajian terdahulu yang menunjukkan bahwa media visual berperan penting dalam menjelaskan karakter bahan tekstil, namun masih terbatas pada fungsi informatif dan belum secara spesifik dikembangkan sebagai media branding dalam konteks industri konveksi, maka perancangan ilustrasi infografis bahan kain sebagai media branding dan presentasi untuk klien di PT Kreasi Busana Indonesia menjadi relevan dan penting untuk dikembangkan. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi antara perusahaan dan klien, mendukung proses pengambilan keputusan berbasis pemahaman material, serta memperkuat identitas visual perusahaan dalam persaingan industri fesyen yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami proses perancangan ilustrasi infografis bahan kain sebagai media branding dan presentasi bagi klien di PT Kreasi Busana Indonesia. Pendekatan ini diambil karena memberi kesempatan kepada peneliti untuk mendapatkan wawasan yang mendalam dan kontekstual tentang komunikasi material kain dalam proses produksi serta penyebaran informasi kepada klien.

Penerapan metode kualitatif ini juga bertujuan untuk mengetahui sifat-sifat visual, makna informatif, dan nilai representatif dari kain yang ada di Gudang PT Kreasi Busana Indonesia sebagai dasar dalam merancang ilustrasi infografis. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali data secara mendalam terkait jenis bahan, tekstur, fungsi, dan potensi visual kain yang relevan sebagai media branding dan presentasi kepada klien.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan telaah karya. Wawancara dilakukan dengan pihak internal Perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai klasifikasi bahan, kebutuhan branding, serta tujuan komunikasi visual kepada klien. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung kondisi fisik bahan kain di gudang, meliputi warna, tekstur, pola, dan karakter material. Dokumentasi berfungsi sebagai acuan visual dalam proses perancangan ilustrasi infografis. Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan

teoritis terkait infografis, ilustrasi, desain komunikasi visual, serta branding. Telaah karya digunakan sebagai bahan perbandingan terhadap karya infografis sejenis guna memperkaya pendekatan visual. Validitas data diperkuat melalui penerapan triangulasi data sebagaimana dikemukakan oleh Denzin (1978), yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data. Data yang telah dianalisis selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan ilustrasi infografis bahan kain yang informatif, komunikatif, dan konsisten dengan identitas visual PT Kreasi Busana Indonesia, sehingga mampu mendukung kebutuhan branding dan presentasi kepada klien secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian mengenai perancangan ilustrasi infografis bahan kain dalam konteks desain komunikasi visual menjadi landasan penting dalam penelitian ini. Infografis tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana visual strategis untuk membangun pemahaman, persepsi, dan citra merek di mata klien. Dalam dunia fesyen, penggambaran karakteristik bahan kain lewat ilustrasi memainkan peran penting dalam memperlancar komunikasi antara perusahaan dan klien dengan cara yang lebih efektif dan meyakinkan.

Briggs (2015) dalam *Textile Design: Principles, Advances, and Applications* menjelaskan bahwa karakter bahan tekstil memengaruhi tampilan visual produk, seperti kesan jatuh kain, tekstur permukaan, dan warna. Namun, pemahaman tersebut perlu diterjemahkan ke dalam bentuk visual yang komunikatif agar dapat dipahami oleh pihak non-teknis, seperti klien. Dalam konteks ini, ilustrasi dan infografis berperan sebagai media visual yang mampu menyederhanakan informasi material kain tanpa mengurangi makna utamanya.

Quinn (2018) dalam *Fashion and Textiles: The Role of Fabric in Design Development* menunjukkan bahwa bahan tekstil memiliki makna simbolis dan cerita dalam membentuk identitas merek. Pengiriman informasi bahan melalui visual yang teratur dan konsisten dapat memperkuat pesan desain sekaligus meningkatkan kepercayaan klien. Ini menunjukkan bahwa representasi visual material kain adalah elemen dari strategi komunikasi visual, bukan hanya keterangan teknis produksi.

Dalam konteks presentasi dan komunikasi desain, Kim dan Lopez (2020) menyatakan bahwa infografis dan ilustrasi digital mampu meningkatkan efektivitas

penyampaian informasi karena menggabungkan elemen visual, teks, dan struktur data secara terintegrasi. Media visual dinilai lebih mudah dipahami, menarik, dan mampu meningkatkan keterlibatan klien dibandingkan penjelasan verbal atau teks saja, khususnya dalam proses presentasi desain busana.

Setiawan (2019) melalui kajian Indonesian *Textile Heritage: Creativity and Local Identity* menekankan bahwa visualisasi bahan tekstil juga dapat mencerminkan nilai estetika dan identitas lokal. Dalam desain komunikasi visual, ilustrasi bahan kain dapat berfungsi sebagai unsur branding yang menggambarkan karakter, kreativitas, dan nilai perusahaan, khususnya dalam industri busana Indonesia yang kaya akan dengan kekayaan visual.

Sementara itu, penelitian lain juga memberikan gambaran mengenai karakter material kain yang dapat dijadikan dasar konten visual. Informasi teknis tersebut menjadi materi pendukung yang kemudian diolah dan disederhanakan melalui pendekatan desain komunikasi visual agar dapat disampaikan secara efektif kepada klien.

Berdasarkan kajian pustaka tersebut, dapat disimpulkan bahwa perancangan ilustrasi infografis bahan kain merupakan bagian penting dari strategi desain komunikasi visual dalam industri konveksi. Infografis tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana branding dan presentasi yang mampu memperkuat identitas visual perusahaan serta meningkatkan kualitas komunikasi dengan klien.

a. Analisis Konsep Perancangan

Perancangan ilustrasi infografis bahan kain dalam penelitian ini diposisikan sebagai media komunikasi visual yang berfungsi menjembatani kebutuhan informasi antara perusahaan dan klien. Dalam konteks industri konveksi, khususnya di PT Kreasi Busana Indonesia, komunikasi mengenai karakter bahan kain sering kali masih bergantung pada penjelasan verbal dan sampel fisik, yang belum selalu mampu menyampaikan informasi secara menyeluruh dan sistematis. Oleh karena itu, infografis ilustratif dirancang sebagai media yang mampu menyederhanakan informasi kompleks mengenai bahan kain menjadi visual yang mudah dipahami.

Sebagai bagian dari Desain Komunikasi Visual, infografis tidak hanya berperan

sebagai media informatif, tetapi juga sebagai elemen branding yang merepresentasikan identitas visual perusahaan. Konsistensi gaya ilustrasi, tata letak, dan pemilihan warna dirancang agar selaras dengan citra PT Kreasi Busana Indonesia sebagai perusahaan yang profesional, modern, dan berorientasi pada kualitas.

b. Telaah referensi dan Karya Pemandang



Gambar 1. Villains Spiderman by David Crader



Gambar 2. Agricultural Infographic Lottie J. on Web Animation



Gambar 3. infographic Poster for Chai Street by Luz Viera Studio

Telaah referensi dan karya pemandang dilakukan untuk memperoleh

Gambaran mengenai penerapan ilustrasi dan infografis sebagai media komunikasi visual yang efektif. Analisis difokuskan pada aspek gaya ilustrasi, struktur informasi, hierarki visual, serta relevansinya terhadap perancangan infograsi bahan kain sebagai media branding dan presentasi klien.

c. Konsep Media

Media utama yang dirancang dalam penelitian ini adalah ilustrasi infografis bahan kain yang dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks, seperti presentasi klien, materi branding internal, dan media promosi digital. Infografis dipilih karena mampu menggabungkan elemen ilustrasi, teks, dan symbol visual dalam satu kesatuan yang ringkas dan mudah dipahami.

Dalam konteks presentasi kepada klien, infografis berfungsi sebagai alat bantu komunikasi yang mempercepat proses pemahaman dan pengambilan keputusan. Sementara itu, sebagai media branding, infografis menjadi aset visual yang dapat memperkuat identitas perusahaan melalui konsistensi desain dan penyampaian informasi yang kredibel.

d. Konsep Kreatif Visual

Konsep kreatif visul dalam perancangan infografis bahan kain berfokus pada kejelasan informasi dan keterbacaan visual. Ilustrasi digunakan untuk merepresentasikan tekstur, ketebalan, dan sifat kain secara visual, sehingga klien dapat memperoleh Gambaran karakter bahan tanpa harus selalu melihat sampel fisik.

Pemilihan warna disesuaikan dengan identitas visual PT Kreasi Busana Indonesia, sekaligus dimanfaatkan sebagai kode visual untuk membedakan jenis bahan kain. Tipografi dipilih dengan mempertimbangkan keterbacaan dan kesan profesional, sementara tata letak dirancang secara sistematis agar alur informasi dapat dipahami dengan mudah. Pendekatan ini menempatkan ilustrasi dan infografis sebagai media komunikasi yang informatif sekaligus estetik.

e. Sintesis Data dan Keputusan Desain

Berdasarkan sintesis data dari wawancara, observasi, dan studi pustaka, perancangan ilustrasi infografis bahan kain diarahkan sebagai solusi komunikasi visual yang mampu menjawab kebutuhan perusahaan dan klien. Infografis dirancang untuk menyederhanakan informasi material, mengurangi potensi miskomunikasi,

serta memperkuat citra perusahaan melalui visual yang konsisten dan professional.

Dengan mengintegrasikan data lapangan dan pendekatan desain komunikasi visual, infografis bahan kain tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi branding PT Kreasi Busana Indonesia. Pembahasan ini menunjukkan bahwa desain berbasis riset memiliki peran penting dalam menciptakan media visual yang aplikatif, relevan, dan bernilai strategis bagi industri konveksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan ilustrasi infografis bahan kain sebagai media branding dan presentasi untuk klien di PT Kreasi Busana Indonesia memerlukan pendekatan desain komunikasi visual yang berbasis riset dan pemahaman kontekstual terhadap objek yang dikaji. Proses perancangan tidak dapat dilepaskan dari pemahaman karakteristik bahan kain serta kebutuhan komunikasi antara perusahaan, tim produksi, dan klien.

Integrasi antara hasil wawancara dengan owner, mandor produksi, dan tukang cutting, observasi langsung di lingkungan konveksi, studi pustaka, serta telaah karya pembanding memungkinkan perumusan konsep infografis yang terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Setiap Keputusan desain—mulai dari gaya ilustrasi, pemilihan warna, sistem ikon, hingga penyusunan hierarki informasi—tidak bersifat intuitif semata, melainkan merupakan hasil sintesis data lapangan dan landasan teori desain komunikasi visual.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media infografis ilustratif memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan pemahaman antara klien dan pihak produksi, khususnya dalam menjelaskan karakter bahan kain yang selama ini sering disalahartikan atau dianggap seragam. Penyajian informasi secara visual terbukti mampu meningkatkan efektivitas komunikasi, mempercepat proses pemahaman, serta mendukung pengambilan keputusan klien secara lebih tepat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa ilustrasi infografis dalam desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi branding perusahaan. Dengan pendekatan penelitian kualitatif yang sistematis, infografis bahan kain dapat menjadi media visual yang

informatif, edukatif, dan representative dalam memperkuat citra PT Kreasi Busana Indonesia sebagai perusahaan yang profesional, modern, dan berorientasi pada kualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Howarth, S & McLaren, S 2010, *Street Photography Now*, Thames & Hudson, London.
- Karyono, T 2018, 'Korelat Empat Lembaga Kebenaran Manusia: Filsafat, Seni, Ilmu, Agama', *Jurnal Budaya Nusantara*, Vol 1, No 2, hh 23-31.
- Moore, A 2004, *Inside Havana*, Chronicle Books, San Fransisco.
- Mulligan, T & Wooters, D 2002, *1000 Photo Icons- George Eastman House*, TASCHEN, Köln.
- Naomi, Rosenblum, 1997, *A World History of Photography*, Third Edition Abbeville Press, New York.
- Palmquis, S 2012, *Pohon Filsafat*, Terj. M. Shodiq, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Soedjono, S, 2007, *Pot Pourri Fotografi*, Penerbit Universitas Trisakti, Jakarta.
- Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Thohir, A & Sahidin, A 2021, *Filsafat Sejarah: Profetik, Spekulatif, dan Kritis*, Prenada Media, Jakarta.
- William S, J, 2002, *1000 Photo Icons. George Eastman House*, Taschen, Köln.