

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah Noesa yang merupakan brand asal Jakarta, bergerak dalam pengolahan kain tenun ikat menjadi produk keseharian. Deskripsi objek penelitian akan dijelaskan mengenai awal mula Noesa berdiri hingga struktur sumber daya manusia yang bekerja di dalam Noesa. Data ini diperoleh melalui akun Instagram, Website dan wawancara bersama dengan *Founder* dan *Co-founder* Noesa, Nisa dan Cendy, merangkap selaku tim *marketing* dan desain.

A. Sejarah Noesa

Merujuk pada hasil wawancara bersama Nisa dan Cendy (2021) Noesa merupakan merek kain tenun ikat yang ditransformasikan menjadi produk yang dapat digunakan sehari-hari dan muncul pertama kali pada tahun 2014. Ide tersebut diinisiasikan secara pribadi oleh Nisa dan Cendy pada saat bepergian ke Flores, Nusa Tenggara Timur untuk melakukan *backpacking trip* di 2012. Liburan tersebut membuahkan ketertarikan baru pada kain asal Flores tersebut. Menurut Nisa (2021) perbandingan terhadap referensi kain asli yang sering dijumpai saat pameran dengan referensi material yang ada di bukunya tidak berbanding lurus, yaitu kainnya terasa kurang halus. Alasan lainnya adalah yang sering dilihat hanyalah kain-kain dari pulau Jawa, seperti batik. Memang tidak ada yang salah dengan kain batik, namun Nisa merasa masih ada jenis kain lain yang tersebar tersembunyi di bagian Indonesia lainnya. Perjalanan tersebutlah yang

membuat Nisa melihat bahwa material kain dari referensi buku tersebut didapatnya saat dirinya datang untuk *backpacking* ke Flores. Kesimpulan Nisa pun berakhir pada anggapan bahwa *exposure* kain tersebut masih kurang di Ibu Kota.

Wawancara yang dilakukan bersama Nisa pada 10 Januari 2021 juga menghasilkan bahwa, Nisa dan Cendy akhirnya memantapkan diri untuk menjadi jembatan antara kain tenun ikat dengan anak muda di Ibu Kota pada tahun 2014 setelah memutuskan *resign* dari pekerjaan awal mereka. Pada awalnya, Nisa dan Cendy mencoba menggunakan Instagram untuk menaruh produknya agar bisa dilihat dengan mudah oleh calon konsumennya, dan berusaha untuk tampil di pameran seperti Ina Craft.

Akhirnya, melalui Nisa dan Cendy, saat ini Noesa berhasil menjadi sebuah UMKM dengan 7 orang di dalamnya yang terlibat dan berkolaborasi dengan komunitas penenun di Maumere, Flores.

B. Logo

Hasil data wawancara Noesa yang dilakukan bersama dengan *Founder* dan *Co-Founder* nya (2021) menyatakan bahwa logo Noesa berangkat dari kata Nusa dalam nama Nusa Tenggara Timur, yakni tempat dimana Nisa dan Cendy memulai kain tenun ikat untuk dibawa ke Ibu Kota untuk memberikan *exposure* kepada anak-anak muda Indonesia. Konsep Noesa dibawa dengan konsep “funky” dan “quirky” yaitu revolusioner dan berjiwa bebas, maka pada logo ditampilkan kesan *timeless* yaitu tanpa batas waktu dimana akan selalu berguna di setiap periode waktu tertentu. Tipe

logo Noesa menggunakan *logotype* yaitu logo yang berisi nama merek mereka sendiri seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. 1 Logo Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

Wawancara tersebut juga menjabarkan *tagline* yang dimiliki Noesa yakni *Art, Nature, Culture* dan *we love Indonesia and we want to share this love with you*, yang memiliki arti bahwa Noesa melalui pengalamannya saat memiliki kain tenun di Flores ingin menyebarkannya kepada anak-anak muda Indonesia agar lebih aware terhadap budaya Indonesia melalui seni tradisional (*art*) dengan bahan-bahan alami ramah lingkungan (*nature*) serta mengadopsi dari perilaku masyarakat agar produknya dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari (*culture*) (Nisa dan Cendy, wawancara. 10 Januari 2021).

C. Visi dan Misi Noesa

1. Visi Noesa

Mengeksplorasi kain Indonesia dan mengenalkan budaya tekstil ke anak-anak muda Indonesia (Nisa dan Cendy, wawancara. 10 Januari 2021).

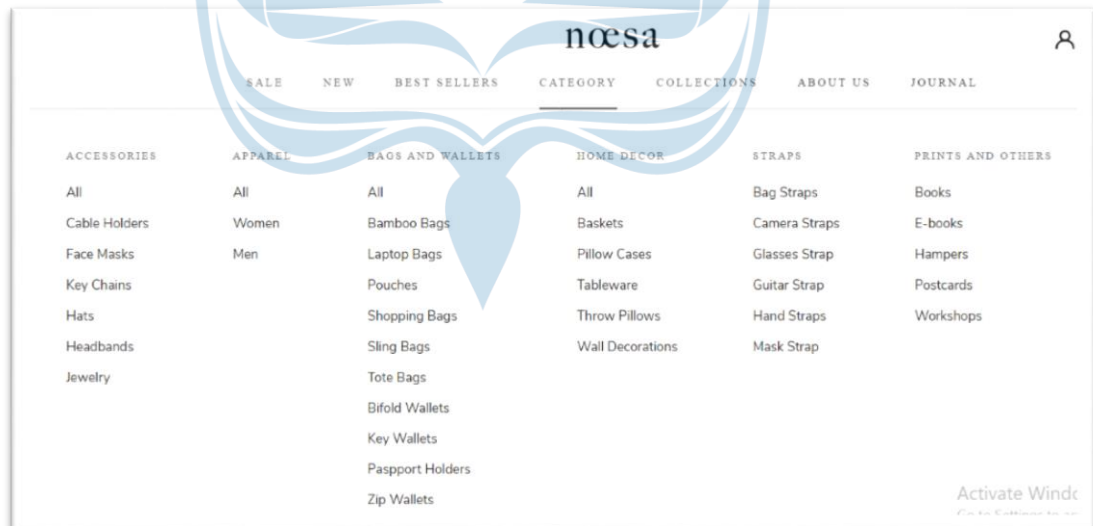
2. Misi Noesa

- a. Menciptakan produk fungsional dan praktis yang ramah lingkungan dengan warna ekstrak tumbuhan (Nisa dan Cendy, wawancara. 10 Januari 2021).

- b. Menjalinkan kerja sama dengan pengrajin seni lokal Indonesia, sebagai salah satu upaya menjunjung tinggi *social responsibility* dengan remunerasi yang adil (noesa.co.id).

D. Produk

Noesa memilih produknya untuk didesain dengan konsep praktis dan fungsional, membuat dan mengkurasi produk berkelanjutan berkualitas tinggi yang secara langsung mendukung pengembangan dan kelanjutan warisan budaya (Nisa dan Cendy, wawancara. 10 Januari 2021). Produknya berasal dari teknik *twirl* and *tie* (memutar dan mengikat) yang dapat dilihat pada laman website resmi Noesa (noesa.co.id) dengan motif tradisional dan warna dari ikat Sikka, Maumere, kota kecil di Flores, Nusa Tenggara Timur.

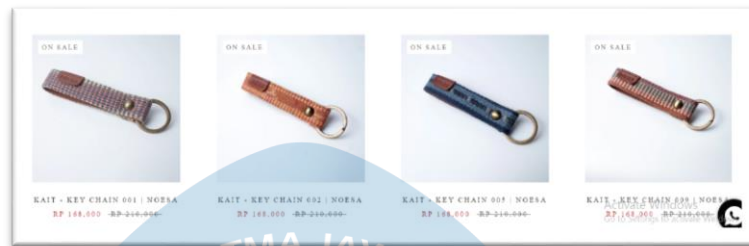


Gambar 2. 2 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

Gabungan dari hal tersebut maka Noesa menyusunnya dari *patterns* yang tradisional ke kombinasi warna baru yang membuat produk lebih unik.

Produk Noesa di gambar 2.2, dibagi ke dalam 4 kategori, seperti yang tertera pada laman websitenya (noesa.co.id) yaitu:

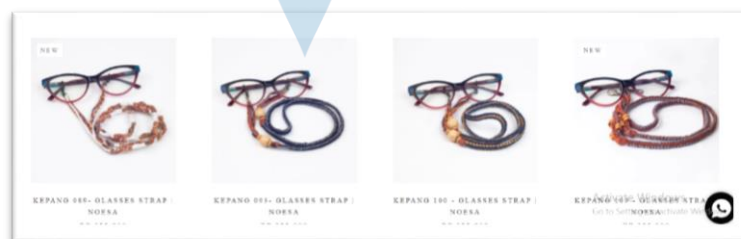
1. Aksesoris pada gambar 2.3, gambar 2.4, gambar 2.5 yang di dalamnya terdapat produk:



Gambar 2. 3 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>



Gambar 2. 4 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>



Gambar 2. 5 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

- a. *Cable Holders*
- b. *Face Masks*
- c. *Hats*

d. *Headbands*

e. *Jewelry*

2. *Bags and Wallets* pada gambar 2.6 dan gambar 2.7 yang di dalamnya terdapat produk:

b. *Bamboo bags*

c. *Laptop bags*

d. *Pouches*

e. *Shopping bags*

f. *Sling bags*

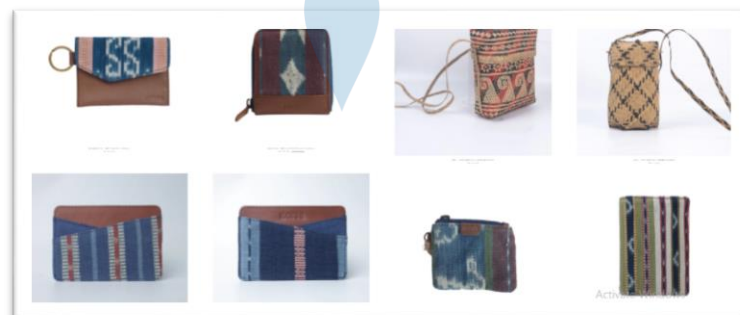
g. *Tote bags*

h. *Bifold Wallets*

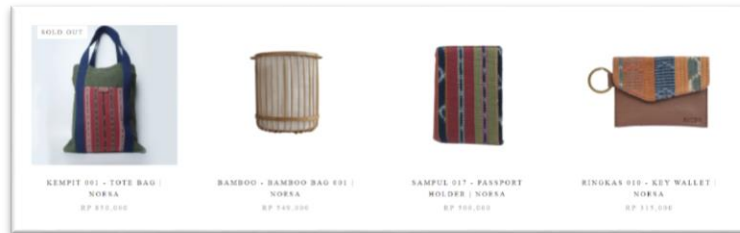
i. *Key Wallets*

j. *Passport Holders*

k. *Zip Wallets*



Gambar 2. 6 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>



Gambar 2. 7 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

3. *Room Decor* pada gambar 2.8, yang terdiri dari produk:

- a. *Baskets*
- b. *Pillow Cases*
- c. *Tableware*
- d. *Throw Pillows*
- e. *Wall Decorations*

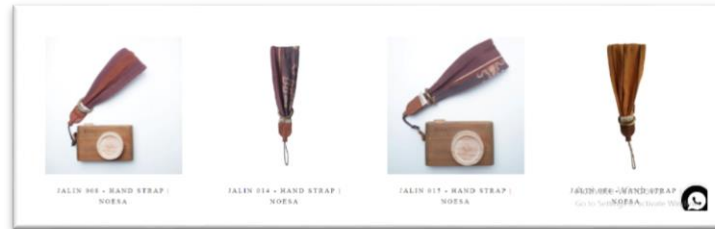


Gambar 2. 8 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

4. *Strap* pada gambar 2.9, yang terdiri dari produk:

- a. *Bag Straps*
- b. *Camera Straps*
- c. *Glasses Strap*
- d. *Guitar Strap*
- e. *Hand Straps*

f. Mask Strap



Gambar 2. 9 Kategori Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

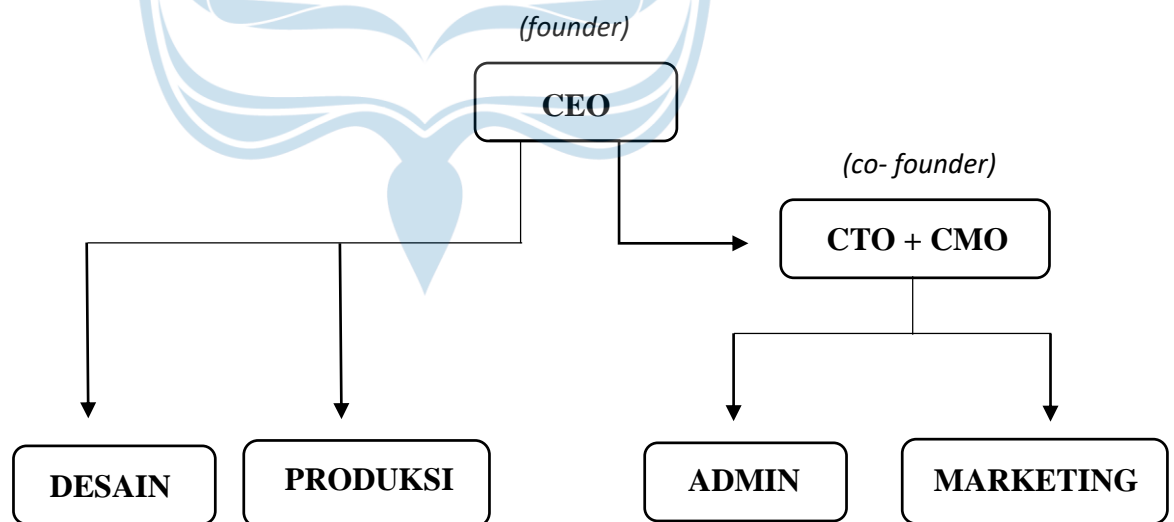
E. Partner

Nisa dan Cendy dalam wawancara melalui telfon dan juga Google Meet pada 10 Januari 2021, menyatakan bahwa Noesa menjalin kerja sama dengan komunitas penenun. Watubo adalah komunitas penenun ikat di Desa Watublapi, persis di pinggir Maumere, di Kabupaten Sikka, Flores, Nusa Tenggara Timur. Kelompok yang beranggotakan 26 pengrajin tenun ikat ini bercita-cita untuk melestarikan seni dan budaya setempat, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Masyarakatnya bekerja dengan rasa hormat dan kepedulian terhadap lingkungan. Tujuan Noesa adalah untuk melestarikan dan memberikan pemahaman tentang tradisi, serta menggambarkan aspek penting dan unik dari warisan budaya Indonesia. Gambar di bawah ini diambil dari website Noesa tentang para penenun Noesa.



Gambar 2. 10 Penenun Noesa
Sumber: <https://noesa.co.id/>

F. Bagan Struktur Organisasi



Bagan 2. 1 Struktur Organisasi

Keterangan:

CEO : Chief Executive Officer

CTO : Chief Technology Officer

CMO : Chief Marketing Officer

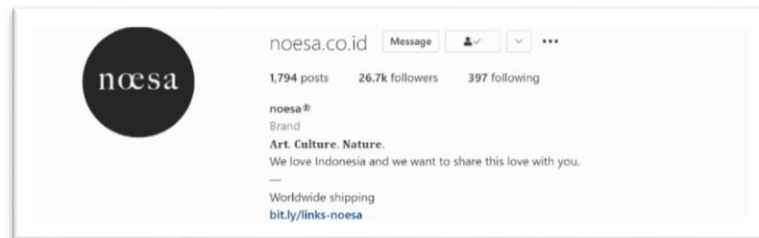
Pada posisi teratas terdiri dari *founder* yang berperan sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) lalu dibantu oleh *co-founder* yang berperan sebagai *Chief Technology Officer* (CTO) yang juga merangkap sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) (Nisa, wawancara. 10 Januari 2021).

Bagian yang bertanggung jawab atas pembuatan konten adalah *Chief Marketing Officer* (CMO) dan CTO (*Chief Technology Officer*). Posisi tersebut bertugas untuk memimpin perencanaan konten termasuk cerita di dalamnya bersamaan dengan tim *marketing*. Lalu *Chief Executive Officer* (CEO) bertanggung jawab atas pembuatan desain dan cerita di balik desain tersebut namun tetap melakukan diskusi bersama dengan tim *marketing* (Nisa, wawancara. 10 Januari 2021)

G. Instagram @noesa.co.id

Noesa memilih untuk menggunakan *platform* Instagram untuk menampilkan produk kepada konsumen. Instagram dipilih Noesa sebagai media utama dalam mempromosikan produk dan menyampaikan pesan-pesannya. Noesa membuka akun Instagram sejak tahun 2014. Pada gambar 2.11 terlihat Noesa memiliki 27,7 ribu pengikut dan mengikuti 397 akun dengan 1,794 unggahan. Pada gambar 2.11 terlihat unggahan Noesa berupa

video dan foto disertai dengan berbagai macam tulisan sebagai pesan yang dikombinasikan dalam tampilannya.



Gambar 2. 11 Profile Instagram Noesa
Sumber: <https://www.instagram.com/noesa.co.id/>



Gambar 2. 12 Unggahan Noesa di Instagram
Sumber: <https://www.instagram.com/noesa.co.id/>

H. Website Noesa



Gambar 2. 13 Homepage Website Noesa
Sumber: <https://www.instagram.com/noesa.co.id/>

Gambar 2.13 menampilkan website Noesa dikemas dengan gaya *E-Commerce*, dimana website tersebut digunakan sebagai media untuk melihat produk dan transaksi pembelian. Penempatan konten di website dengan *left to right*. Bagian paling kiri menu website Noesa tersedia menu *sale*, atau produk yang sedang diskon. Disampingnya terdapat menu *new* yang berisi mengenai produk keluaran terbaru Noesa. Lalu, selanjutnya ada menu *best seller*, merupakan pilihan produk Noesa yang paling sering di beli oleh konsumen. Setelah itu, tersedia menu *category* yang berisi tentang pilihan produk Noesa, dibagi menjadi 6 kategori yaitu, aksesoris, kategori gender, tas, dompet, hiasan rumah, dan *e-book*. Kemudian ada menu *collections*, dalam menu ini berisi teknik kain yang digunakan. Lalu terdapat menu *about us* dan *journal* yang berisi tentang sejarah serta pengalaman Noesa yang ditampilkan dalam bentuk cerita.