

BAB II

PROFIL UMUM DISTRO VOICE OF JOGJA

A. Sejarah Voice Of Jogja

Melihat kesuksesan yang kini diraih oleh Hery Hermawan dalam membuat suatu *brand* atau merek yang dikenal oleh seluruh masyarakat, pastilah mempunyai awal mula untuk memulai suatu usaha. Hery Hermawan pertama kali membuat kaos pada tahun 2008 hanya dengan bermodalkan uang sebesar 500.000 untuk membuat beberapa kaos yang dijual di pinggir jalan atau seperti pada pasar mingguan. Namun, tidak langsung berjalan dengan lancar. Karena pasar mingguan diadakan setiap seminggu sekali. Hery Hermawan setiap hari selain hari minggu berjualan keliling untuk menaikkan omzet.

Kemudian pada tahun 2010 Hery Hermawan mendapatkan beberapa cukup modal untuk menyewa salah satu toko kecil untuk rumah sekaligus rumah produksi baju *Voice Of Jogja*. Sebelum menggunakan nama *Voice Of Jogja* megawali usahanya dengan nama *Voice Crew*. *Voice Crew* menjual baju yang berbahan katun dan menciptakan berbagai desain tengkorak dengan kombinasi modern. Tidak hanya kaos dengan desain yang di buat dengan sablon seperti membuat desain dengan gambar Soekarno yang menggunakan jenis warna *WPAP* yang sedang trend pada saat itu. Hery Hermawan juga membuat kaos lukis yang dibandrol dengan harga 300.000 hingga 1.000.000. Lalu pada tahun 2012 Hery Hermawan menyewa salah satu ruko yang bertempat pada tempat wisata Yogyakarta yaitu Taman Sari. Dengan kemajuan *fashion* dan Hery Hermawan ingin membuat suatu kaos khas Jogja namun memiliki hal yang lain dari pada yang lain, Hery Hemawan

menciptakan kaos berbahan *bamboo* yang memiliki segudang manfaat untuk menjadi material kaos *Voice Of Jogja*.

Pada festival untuk menghargai Pak Sugiono atau yang sering dengar dengan julukan Pak Raden, Hery Hermawan membuat desain dengan gambar Pak Raden yang dimodifikasi dengan tokoh Wayang Semar. Desain tersebut memiliki arti bahwa menurut Hery Hermawan Pak Raden memiliki sifat yang sama dengan Semar yaitu bijaksana, kemudian Hery Hermawan membuat desain dalam 100 *peaces* yang didedikasikan untuk Pak Raden. Dari desain tersebut Hery Hermawan kemudian merubah *Voice Crew* menjadi *Voice Of Jogja* yang dimana semua desain pada kaos *Voice Of Jogja* adalah berbagai karakter wayang yang dipadu padankan dengan politik dan budaya dari bentuk suatu kritik sosial. Hingga saat ini Hery Hermawan sudah menciptakan berbagai desain yang unik yang lain dari pada yang lain untuk baju ciri khas Jogja.

Distro *Voice Of Jogja* juga menerapkan beberapa harga yang cukup tinggi, harga produk distro yaitu sekitar 160.000 sampai dengan 700.000. Sehingga distro *Voice Of Jogja* memiliki kriteria konsumen pada kelas sosial menengah keatas. *Voice Of Jogja* mampu menetapkan harga tinggi untuk baju wisata dikarenakan kualitas baik bahan maupun sablon sudah sangat aman untuk kenyamanan pemakai.

B. Motto Voice Of Jogja

Moto dari *Voice Of Jogja* yaitu SemangART MakARTyo ben RahARTjo. Itu adalah istilah bahasa jawa ngoko yaitu semangat makaryo ben raharjo yang berarti semangat bekerja agar sejahtera.

C. Lokasi

Lokasi Distro *Voice Of Jogja* terletak pada area wisata Tamansari, Kampung Taman KT 1/421, Patehan, Kraton, Yogyakarta

D. Logo

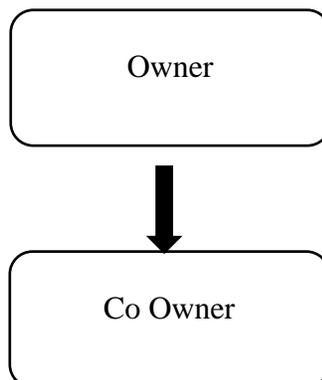


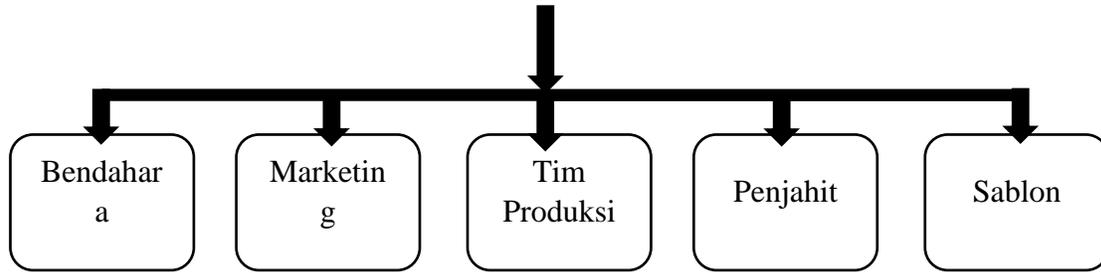
Gambar 2.1

(sumber: www.voiceogjogja.asia, diakses tanggal 05 Juli 2018)

Kata *Voice Of Jogja* dalam bahasa Indonesia yaitu suara Jogja. Yang berarti disetiap gambar atau desain dari produk *Voice Of Jogja* memiliki sebuah makna sehingga *Voice Of Jogja* tidak hanya menjual tentang baju wisata Yogyakarta namun mengenalkan kembali cerita budaya wayang jawa yang sudah mulai dilupakan.

E. Struktur Organisasi





Tabel 2.1

(sumber : co owner distro Voice Of Jogja, diakses tanggal 05 Juli 2018)

- a. *Owner* : Hery Hermawan, yaitu selaku *owner* atau yang mendirikan distro *Voice Of Jogja*. Mulai dari desain, produk, strategi pemasaran, produksi kain.
- b. *Co owner* : Dewi Marganing Kustianti, tangan kedua dari *owner*.
- c. Bendahara : Achmad Irfan Safi'i, yaitu anggota yang selalu memperhitungkan akan keuntungan dan kerugian penjualan. Setiap akhir bulan bendahara membuat rincian pengeluaran dan pemasukan kemudian diserahkan kepada *co owner*.
- d. Marketing : Ahmad Ilham, Biji Bintang, Rino, yaitu yang terjun langsung bertemu dengan konsumen. Bekerja pada toko dan melayani konsumen dengan cara *personal selling*. Bagian yang siap untuk menjawab pertanyaan konsumen akan produk *Voice Of Jogja*.
- e. Tim produksi : Ahmad Irwan, Jumiati, sebagai pengecek produk sebelum dipasarkan. Hal yang dicek oleh tim produksi yaitu jahitan, sablon, bordir, dan merek. Jika terdapat produk *reject* maka tim produksi melabeli baju *Voice Of Jogja* sebagai produk gagal dan tidak dijual pada toko maupun *online*.
- f. Penjahit : Punijo, yaitu pihak yang menjahit produk *Voice Of Jogja* sesuai desain.
- g. Sablon : Ari, untuk disetiap desain pada produk *Voice Of jogja* disablon dengan menggunakan cat yang diatas standar baju wisata.

F. Media Sosial Voice Of Jogja

Voice Of jogja menggunakan media sosial seperti *instagram* dan *website*. Dan untuk kontak *personal* menggunakan *whatsapp*, *line*, dan *email*.

 Ig : @voiceofjogja / @voiceofjogjatees

Website : www.voiceofjogja.asia

 Email : crew.voice.yk@gmail.com

 Line : Voiceofjogja

 Whatsapp : +6287838883079

G. Produk Voice Of Jogja

Voice Of Jogja adalah sebuah toko atau distro baju khas Jogja. Tentu saja produk yang diberikan kepada konsumen tidak lain tidak bukan adalah kaos. Namun, produk baju *Voice Of Jogja* memiliki 2 perbedaan bahan baju yaitu baju yang berbahan dari serat bambu dan bahan katun biasa. Adapun beberapa ciri baju serat bambu sebagai berikut :



Kain cotton bamboo



kain katun

Gambar 2.2

(sumber:owner distro *Voice Of Jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)

Perbedaan tekstur kain serat bambu dan kain katun yaitu kain bambu atau yang disebut dengan *cotton bamboo* memiliki tingkat kenyamanan saat dipakai, hal ini disebabkan gramasi benang pada kain tidak terlalu besar sehingga lebih ringan. Meski ringan, namun kain serat bambu sangat nyaman dipakai. Berbeda dengan kain katun biasa. Gramasi benang pada kain sedikit lebih besar dibandingkan dengan gramasi benang pada kain serat bambu. Namun sama saja dengan bahan kain serat bambu, kain katun nyaman saat dipakai. Kelemahan kain serat bambu yaitu kurang elastis saat dipakai. (<https://www.cottonbamboo.net> diakses pada 3 Juni 2018).

Suatu toko atau distro pasti memiliki banyak jenis produk yang dijual atau dipasarkan. Pada distro *Voice Of Jogja* ada beberapa produk yang dibedakan sesuai tema dan bahan. Produk yang diproduksi oleh distro *Voice Of Jogja* sebagai berikut :

1. Kaos *limited Edition* (Hery Hermawan)

Produk *Voice Of jogja* yang bermerek nama pemilik distro yaitu Hery Hermawan ini adalah kaos *limited edition* atau kaos sekali produksi. Nama Hery Hermawan itu sendiri diambil oleh nama *owner* distro *Voice Of Jogja*. Dalam produk baju Hery Hermawan juga memiliki konsep desain tersendiri yaitu desain abstrak yang tidak memiliki makna dan dibuat dengan iseng-iseng saja.



Gambar 2.3

(sumber: *instagram Voice Of Jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)



Gambar 2.4

(sumber: *instagram Voice Of Jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)

- Boskluh 973977



Gambar 2.5

- Woo navy 962999



Gambar 2.6

- Dalii 911914



Gambar 2.7

- Kunyit



Gambar 2.8

- Hadeh 89899



Gambar 2.9

- Gigi 865868



Gambar 2.10

- Kucing 9 nyawa 825828



Gambar 2.11

2. Kaos Voice Of Jogja

Kaos bermerek *Voice Of Jogja* ini adalah kaos inti dari semua produk yang diciptakan oleh pihak *Voice Of Jogja*. Baju bermerek *Voice Of Jogja* ini memiliki konsep di setiap desain pada kaos memiliki makna atau cerita wayang atau budaya yang kemudian di padu-padankan dengan cerita *super hero moderen* atau kritik sosial. Adapun beberapa gambar baju bermerek *Voice Of Jogja* sebagai berikut :



Gambar 2.12

(sumber: *instagram Voice Of Jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)



Gambar 2.13

(sumber: *instagram Voice Of Jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)

- Black Voice Basic

Kaos berbahan kain bambu basic yang hanya memiliki sedikit tulisan Voice Of Jogja pada daerah depan baju

- Voice Pop Magenta

Kaos yang hanya bertuliskan logo Voice Of Jogja dengan gradasi gambar yang pop art dan warna baju berwarna magenta (pink pekat)

- Bima Gada



Gambar 2.14

Bima atau yang disebut Werkudara merupakan anak kedua dari 5 padawa. Keahlian bima dalam perang ialah menggunakan senjata gada. Semasa muda Bima dan Duryudana sama-sama belajar Gada kepada Baladewa, yang memang ahli menggunakan Gada, namun dalam memberi ilmu Baladewa pilih kasih terhadap Bima. Tetapi hal itu tidak membuat Bima menjadi patah semangat. Menceritakan tentang bima pada cerita wayang sebagai simbol kekuatan. Seperti halnya dengan super hero Marvel yang bernama Thor yang juga kuat dan memiliki senjata Palu Petir.

- Demes Bagong



Gambar 2.16

Demes artinya yaitu gaul, atau keren. Demes berasal dari bahasa jawa yang dibaca dari belakang sehingga menimbulkan kata “demes”. Itu adalah kata-kata yang sangat tred pada masa itu.

- Dwi Naga Abu



Gambar 2.17

Dwi naga adalah simbol Yogyakarta yang jarang wisatawan tahu. Dwi Naga Rasa tunggal ini diartikan sebagai tahun berdirinya kota Yogyakarta. Dwi itu 2, Naga itu 8, Rasa yaitu 6, dan tunggal yaitu 1 atau bisa disebut 1682 Jawa (1756 Masehi).

- Gatot 05



Gambar 2.18

Gatotkoco adalah Werkudara yang merupakan simbol dari kekuatan. Gatotkoco memiliki julukan tulang kawat balung wesi.

- Gupala Blue



Gambar 2.19

Pada jaman kerajaan dulu, Gupala adapat dipercaya untuk menjadi penjaga pintu kerajaan karena Gupala merupakan setannya para sehat sehingga saat ini sering melihat Gupala pada depan pintu atau gapura. Karena Gupala dipercaya dalam mencegah hal negatif masuk kedalam kerajaan.

- Hanoman Face



Gambar 2.20

ketika Anjani bertapa memuja [Siwa](#), di tempat lain, Raja [Dasarata](#) melakukan *Putrakama Yadnya* untuk memperoleh keturunan. Hasilnya, ia menerima beberapa makanan untuk dibagikan kepada tiga istrinya, yang di kemudian hari melahirkan [Rama](#), [Laksmana](#), [Bharata](#) dan [Satrugna](#). Atas kehendak dewata, seekor burung merenggut sepotong makanan tersebut, dan menjatuhkannya di atas hutan dimana Anjani sedang bertapa. [Bayu](#), Sang dewa angin, mengantarkan makanan tersebut agar jatuh di tangan Anjani. Anjani memakan makanan tersebut, lalu lahirlah Hanoman

- Kala Raden Org



Gambar 2.21

Kalaraden yaitu gabungan nama Kalamara dan Pak Raden. Kalamakara sama halnya seperti Gupala yaitu simbol yang dipercaya untuk menjaga kerajaan, namun Kalamkara jarang dilihat didaerah Jogja karena Kalamakara berasal dari Bali.

- Rahwana Touring



Gambar 2.22

Rahwana Touring merupakan salah satu desain yang mengkritik tentang geng motor Mogie yang pada waktu lalu melewati kota Yogyakarta namun tidak menaati lampu lalu lintas. Ini digambarkan seperti tokoh Wayang Arwana yang angkuh.

- Semar Nendra White



Gambar 2.23

Nendra ialah bahasa jawa yang artinya tidur. Pada desain melihatkan semar sedang leyeh-leye atau sedang bersantai yang menggambarkan anak muda zaman sekarang yang suka mager atau malas gerak.

- Wedhus Gamble



Gambar 2.24

Wedus Gembel merupakan sebuah sebutan untuk awan panas Gunung Merapi. Pada desain ini, ingin menunjukkan bahwa dibalik bencana meletusnya Gunung Merapi pasti akan memberikan dampak positif bagi warga sekitar gunung. Seperti material yang dimuntahkan gunung dan tanag sekitar gunung yang menjadi sangat subur.

- Arjuna Gugur



Gambar 2.25

Dalam akhir cerita Mahabarata Yudistira yang merasa sudah bosan dengan kehidupan duniawi menyerahkan jabatan Raja kepada Yudistira. Dalam perjalanan ke Himalaya keempat adik Yudistira meninggal termasuk Arjuna. Ketika semua adiknya sudah meninggal, Yudistira bertanya kepada dea mengapa Arjuna meninggal. Alasannya yaitu karena Arjuna merasa dirinya paling sakti dan merasa paling tampan.

- Cakil Maroon



Gambar 2.26

Buta Cakil merupakan seorang raksasa dengan rahang bawah yang lebih panjang daripada rahang atas. Dalam sebuah pertunjukan wayang, Cakil selalu berhadapan dengan Arjuna ataupun tokoh satria yang baru turun gunung dalam adegan Perang Kembang. Tokoh ini hanya merupakan tokoh humoristis saja yang tidak serius namun sebenarnya Cakil adalah perlambang tokoh yang pantang menyerah dan selalu berjuang hingga titik darah penghabisan karena dalam perang kembang tersebut Cakil selalu tewas karena kerisnya sendiri.

- Dewabrata Bisma



Gambar 2.27

Bisma merupakan kakek dari Pandawa dan Kurawa, dia merupakan tokoh penting dalam perang Maha Barata atau Barata Yudha. Dalam perang Barata Yudha ia berada di parak Korawa, walau sebenarnya dalam hatinya memihak terhadap Pandawa, hal itu dikarenakan sumpahnya yang tidak memungkinkannya untuk membela Pandawa. Pada perang Barata Yudha Bisma mati di tangan Srikandri yang di bantu oleh Arjuna.

- Antareja



Gambar 2.28

Antareja merupakan anak dari Bimasena atau Werkudara, dari pernikahan dengan putri siluman ular Ngagini. Antareja memiliki kesaktian Upas Anta yaitu siapapun

yang jilat telapak kakinya Antareja akan menemui kematian. Antareja merupakan karakter asli buatan sastrawan Jawa, maka dari itu pada perang Mahabarata dia dihilangkan dengan cara menjilat telapak kakinya sendiri.

- Brajamusti 124127



Gambar 2.39

Ajian Brajamusti merupakan ajian yang dimiliki Gatot Kaca. Brajamusti di ambil dari nama paman Gatot Kaca yang berkorban untuk menyelamatkan Gatot Kaca karena paman Gatot Kaca lainnya yang bernama Brajadenta yang ingin menguasai kerajaan Pringgodani. Dan pada akhirnya kedua paman Gatot Kaca mati dan masuk ketangan Gatot Kaca sebagai sumber kekuatan Gatot Kaca.

- Jemparing New 10913



Gambar 2.30

Jemparing erupakan lomba panahan tradisional di Keraton Yogyakarta. Jemparing diadakan setiap tanggal 12 bulan 12 tahun 12 yang sedang bertahta.

- Petruk KW 1620



Gambar 2.31

Dalam lakon Bima Kembar, Petruk pernah menyamar menjadi Bima untuk membantu anak Arjuna yang bernama Brataras untuk memperistri Karnawati. Dengan cara Bima harus dapat merias Karnawati dengan kuku Pancanaka. Tetapi, hal tersebut sudah didahului oleh Lesmana, sehingga Bima lebih membantu Lesmana. Oleh sebab itu, maka Krisna memberi saran agar

- Togog Maroon



Gambar 2.32

Salah satu Putri Sang Hyang Tuggal yang lahir dari Telur Bag Kulitnya. Mereka adalah Antaga, Ismaya, Makikmaya. Antaga lahir dari bagian kulit telurnya, singkat

cerita sehabis kelahiran Semar memakan gunung, dia turun kebumi dan berganti nama menjadi Togog a.k.a Antaga. Tugasnya di bumi yaitu mendekati makhluk jahat negeri Gondomayit seperti Buto dan Raksaksa agar menjadi baik.

- Hanoman Maroon



Gambar 2.33

Hanoman pada karakter wayang yaitu sebagai simbol kesetiaan.

- Betoro Kolo



Gambar 2.34

Betoro Kolo merupakan anak dari Betara Guru yang memiliki arti dewa waktu. Pada cerita kelahirannya merupakan hasil dari nafsu Betara Guru sang bapak. Pada walnya sang bapak tidak mau mengakui ia sebagai anaknya namun, akhirnya dia diakui menjadi anaknya dan di beri kekuasaan di negeri Gondo Mayit (negeri para raksasa).

- Jurus Wisanggeni



Gambar 2.35

Bambang Wisanggeni adalah nama seorang tokoh pewayangan yang tidak terdapat dalam.. wiracarita *Mahabharata*, karena merupakan tokoh asli ciptaan pujangga Jawa. Ia dikenal sebagai putra Arjuna yang lahir dari seorang bidadari bernama Batari Dresanala, putri Batara Brama. Wisanggeni merupakan tokoh istimewa dalam pewayangan Jawa. Ia dikenal pemberani, tegas dalam bersikap, serta memiliki kesaktian luar biasa.

- Gareng



Gambar 2.36

Gareng adalah salah satu dari empat punakawan yang sering muncul dalam pertunjukan wayang di Jawa. Nama lengkapnya adalah Nala Gareng, hanya saja lebih akrab dengan sebutan “Gareng”. Gareng adalah punakawan yang berkaki pincang. Hal ini merupakan sebuah *sanepa* dari sifat Gareng sebagai kawula yang selalu hati-hati dalam bertindak. Selain itu, cacat fisik Gareng yang lain adalah tangan yang *ciker* atau patah. Ini adalah *sanepa* bahwa Gareng memiliki sifat tidak suka mengambil hak milik orang lain. Diceritakan bahwa tumit kanannya terkena semacam penyakit bubul.

3. Kaos Whuzz

Produk *Voice Of Jogja* selanjutnya yaitu bermerek *Whuzz*. Produk yang satu ini berbeda dari produk yang bermerekkan Hery Hermawan dan *Voice Of Jogja*. Dari segi bahan produk *Whuzz* ini menggunakan bahan kain katun biasa dan disetiap desain pada kaos mengandung kata-kata mendukung semangat yang dibuat langsung oleh *owner* distro *Voice Of Jogja* itu sendiri. Berikut gambar produk baju whuzz :



Gambar 2.37

(sumber: instagram Voice Of jogja, diakses tanggal 05 Juli 2018)

- Whuzz Maroon 9497



Gambar 2.38

- Tengko Mata 003007



Gambar 2.39

4. Kaos katun 30s Libil

Selain kaos bermerek *Whuzz* pada distro *Voice Of Jogja* juga menciptakan kaos yang berbahan dari katun dan tidak memiliki desain apapun atau polos yang diberi nama adalah *Libil*. *Libil* sendiri juga memiliki arti yaitu bahasa jawa yang dibolak-balik sehingga terciptanya kata-kata yang nyeleneh. Berikut gambar kaos bermerekkan *Libil*:



Gambar 2.40

(sumber: *instagram Voice Of jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)

- Libil Hitam
- Libil Abu-abu
- Libil Misty

- Libil Maroon

5. Kaos Asu

Kaos Asu adalah kaos pertama yang dibuat pihak distro *Voice Of Jogja* dalam melakukan kampanye terhadap perilaku beberapa manusia yang memakan daging anjing. Namun, untuk bahan produk kaos Asu terbuat dari katun biasa dan bahan sablon masih standar. Adapun gambar kaos Asu sebagai berikut:



Gambar 2.41

(sumber: *instagram Voice Of jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)

6. Kaos Lukis

Tidak hanya menjual kaos yang memiliki cerita disetiap desainnya dan mengandalkan bahan kaos yang unik. Distro *Voice Of Jogja* juga menciptakan beberapa kaos lukis yang dilukis langsung oleh *owner* distro *Voice Of Jogja*.



Gambar 2.42

(sumber: *instagram Voice Of jogja*, diakses tanggal 05 Juli 2018)