



**IDB BALI**  
INSTITUT DESAIN & BISNIS BALI

**SENA**  
**DA**  
2023

# PROSIDING

## SEMINAR NASIONAL

### MANAJEMEN, DESAIN, DAN APLIKASI BISNIS TEKNOLOGI

“DESAIN, MANAJEMEN, DAN TEKNOLOGI  
SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN  
INOVASI DALAM PENGUATAN IDENTITAS  
DAN INDUSTRI KREATIF”

INSTITUT DESAIN & BISNIS BALI  
2023

VOLUME. 6  
MARET 2023  
HALAMAN 1-345  
ISSN: 2655 - 2329



9 772655 232044

@idbbali  
www.idbbali.ac.id

**IDB BALI** empowering  
people to be creative.

## ORGANISASI DI MASA DEPAN: PERUBAHAN AKIBAT KEMAJUAN SAINSTEK

Ida Bagus Raka Suardana

Guru Besar Ilmu Manajemen  
Universitas Pendidikan Nasional - Denpasar

Email: [ajikraka@undiknas.ac.id](mailto:ajikraka@undiknas.ac.id)

Received: March, 2023	Accepted: March, 2023	Published: March, 2023
-----------------------	-----------------------	------------------------

### ABSTRACT

*This article aims to describe the development of management science, especially organizations, which are experiencing changes due to advances in science (science) and technology, which is abbreviated as science and technology. Since the Industrial Revolution (RI) 1.0 when the steam engine was invented in England, which was then followed by RI 2.0 which was marked by the discovery of electricity in the early 20th Century, RI 3.0 in the 1960s with the advent of computer technology, and currently RI 4.0 which is fundamentally thought to change social life and the way humans work. In RI 4.0, business organizations experienced very significant changes. Of the 14 principles put forward by Jacob Morgan, there are 8 principles related to scientific progress that change the organization, namely (1) Within the organization only need a small team in distributing goods at the global level; (2) Connected workforce. (3) Intrapreneurial, (4) Operates like a small company. (5) Focus on "want", not "need", (6) Adapt to change more quickly. 7) Innovation everywhere, and 8) Running on the cloud.*

**Keywords:** Organization, Science and Technology, Industrial Revolution (RI)

### ABSTRAK

*Artikel ini bertujuan menguraikan perkembangan ilmu manajemen, khususnya organisasi, yang mengalami perubahan akibat kemajuan ilmu pengetahuan (sains) dan teknologi, yang disingkat sainstek. Sejak Revolusi Industri (RI) 1.0 saat ditemukan mesin uap di Inggris, yang kemudian dilanjutkan dengan RI 2.0 yang ditandai oleh penemuan tenaga listrik di awal Abad 20, RI 3.0 di tahun 1960an dengan munculnya teknologi komputer, dan saat ini berada di RI 4.0 yang secara fundamental diperkirakan mengubah kehidupan sosial dan cara kerja manusia. Pada RI 4.0 organisasi bisnis mengalami perubahan yang sangat signifikan. Dari 14 prinsip yang dikemukakan oleh Jacob Morgan, ada 8 prinsip yang berkaitan dengan kemajuan sainstek yang mengubah organisasi, yaitu (1) Dalam organisasi hanya perlu tim kecil dalam mendistribusikan barang di tingkat global; (2) Tersambungannya tenaga kerja. (3) Intrapreneurial, (4) Beroperasi seperti perusahaan kecil. (5) Berfokus pada "ingin", bukan "perlu", (6) Beradaptasi untuk berubah lebih cepat. 7) Inovasi di mana-mana, dan 8) Berjalan di awan.*

**Kata Kunci:** Organisasi, Sainstek, Revolusi Industri (RI)

### PENDAHULUAN

Ahli manajemen terkemuka, Peter F. Drucker dalam karya klasiknya yang berjudul *Management : Task, Responsibilities, and Practices* (1993, dalam Suardana, 2021) mengatakan bahwa setiap orang di muka bumi ini hidup pada zaman organisasi. Tidak ada satu orangpun dari kita yang tidak menjadi anggota organisasi. Bahkan, untuk manusia yang hidup di kota, rata-rata menjadi anggota lebih dari satu organisasi, mulai dari anggota RT, RW, Kelurahan dan seterusnya sampai dengan menjadi warga negara. Belum lagi menjadi anggota organisasi sosial, bisnis dan yang lainnya. Sehingga medium yang menjadi tempat kita hidup dipengaruhi dan mempengaruhi adalah organisasi, karena organisasi itulah yang memberikan kita pemenuhan kehidupan dasar (*basic need*) hingga aktualisasi diri (*self esteem*).

Sementara itu, Morgan (2010) menyatakan bahwa “media organisasi dan manajemen adalah metafor. Sedangkan teori dan praktek manajemen dibentuk oleh suatu proses metaforis yang mempengaruhi hampir segala sesuatu yang kita lakukan”.

Di sisi yang tidak jauh berbeda, Morgan (2010) membahas lima metafor organisasi yaitu: organisasi diibaratkan sebagai mesin yang berfokus pada efisiensi dan pengendalian; organisasi sebagai kelompok yang berfokus pada perkembangan dan kemampuan beradaptasi; organisasi sebagai otak yang berfokus pada pembelajaran; organisasi sebagai budaya yang berfokus pada nilai dan kepercayaan; dan organisasi sebagai sistem pemerintahan yang berfokus pada konflik kepentingan dan kekuasaan. Metafor dalam manajemen membentuk karakter organisasinya. Teori manajemen klasik dengan mesin sebagai metafor berkembang pada awal abad ke-20 sebagai bagian integral dari paradigma mekanistik rumusan Descartes dan Newton pada abad ke-17 dan mendominasi peradaban manusia selama ratusan tahun. Teori ini merancang organisasi sebagai kumpulan bagian yang saling berhubungan secara pasti melalui jalur komando dan komunikasi dengan definisi yang jelas. Taylor (2018) seorang insinyur menyempurnakan pandangan manajemen sebagai rekayasa rancangan teknis melalui “scientific management” dan menjadi dasar teori manajemen pada paruh pertama abad ke-20. Taylor (2018) mengembangkan manajemen dan organisasi secara mekanistik pada produk-produk yang standar. Pekerja diorganisasikan dengan sangat terperinci berdasarkan rancangan yang dianalisa dari seluruh proses produksi.

Prosedur yang dianggap paling efektif disusun, dan pekerja yang telah dilatih dialokasikan sesuai dengan keterampilannya untuk melakukan tugasnya dengan tepat. Penugasan diperintahkan secara *top-down*, dimana pemikiran dilakukan oleh manajemen dan perencana sedangkan operasinya dilakukan oleh pekerja. Pada manajemen berbasis metafor mesin, organisasi akan kaku mirip seperti mesin dan tidak manusiawi. Menjadi jelas bahwa metafor mesin pada manajemen akan bermasalah dengan perubahan organisasi. Perubahan akan menghasilkan kekakuan birokrasi, tidak fleksibel, tidak belajar dan tidak evolutif sehingga sulit bertahan dalam lingkungan yang kompleks, berorientasi sainteks yang selalu berubah. Pemahaman *scientific management* yang berakar cukup mendalam, membuat sebagian besar manajer terbiasa dengan rancangan struktur formal (misalnya berdasarkan fungsi-fungsi, seperti fungsi keuangan & akuntansi, fungsi operasi atau produksi, fungsi personalia dan fungsi pemasaran) yang dikaitkan dengan jalur komunikasi, koordinasi, dan pengendalian yang jelas, menjadi rintangan bagi pembaharuan organisasi saat ini.

De Geus (2018), berkesimpulan bahwa organisasi atau perusahaan yang mampu berkompetisi dan berkelanjutan adalah yang mampu menunjukkan perilaku dan ciri makhluk hidup. Dua ciri perusahaan yang dapat bertahan dalam jangka panjang adalah (1) keyakinan kelompoknya dan identitas kolektif yang kuat pada satu nilai kebersamaan (*share value*), yaitu suatu kelompok yang tahu dan sadar dimilikinya *support* untuk meraih visinya; dan (2) keterbukaan terhadap dunia luar, toleransi bagi masuknya gagasan dan ide baru sebagai kemampuan yang nyata untuk belajar dan beradaptasi.

## **A. Perkembangan Sainstek**

Perkembangan sainstek di abad kedua puluh telah melahirkan suatu fenomena sosial baru, yang tersusun di sekeliling aliran informasi, jaringan telah menjadi suatu bentuk organisasi manusia dan menciptakan istilah “*network society*” (masyarakat jaringan) untuk mendeskripsikan dan menganalisis struktur sosial. Perkembangan sainstek tersebut telah membuka beragam peluang sekaligus tantangan baru yang mesti siap dihadapi. Utamanya, bagi dunia bisnis. Berdasarkan laporan *World Economic Forum* 2021, terdapat 14 *growing industry of the future* atau industri yang diprediksi akan mengalami pertumbuhan pesat pada masa mendatang. Industri itu terdiri dari *Internet of Things (IoT)*, *artificial intelligence (AI)*, *cybersecurity*, *drones*, *robotics*, *nanotechnology*, *renewable energy*, *e-learning*, *big data*, dan *blockchain technology*. Seluruh sektor itu merupakan bisnis berbasis sainstek yang memiliki beragam manfaat bagi kehidupan manusia dan peradaban. Sainstek memang menjadi fondasi penting bagi peradaban. Menurut *State of Science Index (SOSI)*, sebanyak 87 persen dari 14.000 masyarakat global yang disurvei menyatakan bahwa permasalahan dunia dapat diperbaiki dengan bantuan sainstek. Sebagian besar dari mereka pun percaya, sainstek bermanfaat bagi kemanusiaan. Perubahan kemajuan sainstek itu kita kenal dengan Revolusi Industri (RI), mulai dari RI 1.0, RI 2.0, RI 3.0 sampai saat ini kita berada di RI 4.0.

Penemuan mesin uap pada abad ke-18 yang dipakai untuk proses produksi barang menandai RI 1.0 (Revolusi Industri 1.0). Negara Inggris memanfaatkan mesin uap tersebut untuk meningkatkan

produktivitas industri tekstil dengan menjadikannya sebagai alat tenun mekanis. Ini menjadi akhir untuk peralatan kerja yang awalnya bergantung pada tenaga hewan dan manusia. Revolusi industri 1.0 tersebut membuat bangsa Eropa mampu mengirim kapal perang ke semua lokasi di dunia dalam waktu yang lebih singkat.

Kemudian berlanjut RI 2.0 yang terjadi pada awal abad ke-20. Ditandai oleh penemuan tenaga listrik, dimana mobil mulai diproduksi pada akhir tahun 1800-an secara massal. Masalah kendala waktu dalam proses merakit satu mobil yang harus dilakukan seorang perakit mobil dari awal hingga akhir terselesaikan saat muncul revolusi “lini produksi” yang memanfaatkan “ban berjalan” di tahun 1913. Ini mempermudah proses produksi karena tidak lagi butuh satu orang untuk merakit satu mobil karena mereka dilatih menjadi spesialis yang fokus mengurus satu bagian saja. Di tahun 1960an mulai muncul teknologi komputer yang menandai RI 3.0, dimana komputer sudah sangat membantu manusia untuk berpikir dan beberapa pekerjaan pabrikasi dilakukan oleh robot.

## B. Revolusi Industri 4.0

Klaus Schwab (2016) selaku CEO dari *World Economic Forum* (WEF) adalah orang pertama kalinya memperkenalkan RI 4.0, dimana di era ini memungkinkan seluruh entitas di dalamnya untuk saling berkomunikasi kapan saja secara *real time* dengan memanfaatkan teknologi internet, yang kemudian hal itu mendorong tercapainya kreasi nilai baru. Fase RI 4.0 secara fundamental diperkirakan mengubah kehidupan sosial dan cara kerja manusia. Dibanding pendahulunya, revolusi industri ini punya cakupan, ukuran/skala, dan kerumitan lebih luas. Sejumlah bidang memanfaatkan teknologi baru ini untuk membuat terobosan seperti: robot kecerdasan buatan, teknologi nano, bioteknologi, teknologi komputer kuantum, *blockchain*, teknologi berbasis internet dan *printer 3D*.

Semua kemajuan dan perubahan yang dibawa RI 4.0 menjadikan banyak orang merasa bahwa tidak akan ada revolusi sesudahnya. Namun perkiraan itu tsb terbukti setelah munculnya *era Society 5.0*, yakni sebuah konsep yang dimunculkan oleh Federasi Bisnis Jepang. Konsep yang sudah diusulkan dalam *5th Science and Technology Basic Plan* tersebut dijadikan masyarakat masa depan yang harus dicitakan oleh negaranya. Sederhananya, *era society 5.0* bertujuan untuk mengintegrasikan ruang maya dan ruang fisik. Integrasi tersebut dilakukan untuk membuat semua hal menjadi lebih mudah. Keseimbangan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial dengan memanfaatkan sistem yang sangat mengintegrasikan kedua hal tersebut membuat semua hal menjadi mudah, terutama memperluas prospek kerja.

Jika dibuat dalam bentuk gambar, maka perjalanan revolusi industri dari fase 1.0 sampai dengan 4.0 tergambar dalam gambar 1 berikut:



Gambar 1: Perjalanan Revolusi Industri (RI) 1.0 sampai dengan RI 4.0

[Sumber : <https://sasanadigital.com/mengintip-perkembangan-revolusi-industri-mulai-era-1-0-sampai-4-0/>]

### C. Organisasi Di Masa Depan

Dalam era modern ini, tentu organisasi merupakan hal yang lumrah ditemui di mana saja dalam berbagai bentuk dan jenis. Termasuk organisasi bisnis yang mengalami perubahan yang sangat signifikan dengan adanya kemajuan sains dan teknologi. Morgan dalam bukunya *The Future of Work* (2014) menyatakan ada 14 prinsip organisasi di masa yang akan datang, namun dalam kaitan dengan kemajuan sains dan teknologi dalam revolusi Industri 4.0, ada 8 prinsip yang sesuai, yakni (1) *Tim kecil dalam mendistribusikan barang di tingkat global*. Kemajuan sains dan teknologi telah mengubah batasan-batasan suatu daerah atau wilayah. Kini lokasi kantor tak menjadi masalah, demikian juga jumlah personel tak harus banyak untuk mengerjakan bisnis yang besar; (2) *Tersambung tenaga kerja*. Hal itu berarti koneksinya antar jaringan telah memudahkan segalanya. Tak akan menjadi masalah jika di suatu area kekurangan tenaga kerja, maka dari area lain yang akan mendukung. Keterhubungan ini sebuah keniscayaan yang sudah menjadi nyata; (3) *Intrapreneurial*, yakni dipupuknya dalam organisasi kesamaan *passion*, semangat dan kreativitas memiliki perusahaan dengan karyawannya. Dalam hal ini, adanya pandangan yang sama tentang goal perusahaan dalam mengerjakan proyek yang sudah ada ataupun untuk memenuhi tuntutan adanya peluang baru.

(4) *Beroperasi seperti perusahaan kecil*. Pada umumnya perusahaan kecil lebih cepat dalam mengambil keputusan bisnis, tanpa dihambat oleh birokrasi yang berbelit, sebab harus disadari dalam dunia yang berubah begitu cepat, kelambatan menjadi sesuatu yang tabu; (5) *Berfokus pada "ingin", bukan "perlu"*, maksudnya adalah perusahaan di masa lalu beranggapan bahwa karyawan bekerja karena mereka perlu. Pada masa kini, karyawan yang memiliki kompetensi melihat segala macam peluang untuk mencari pekerjaan di luar pekerjaan konvensional. Hal itu berarti bahwa untuk menarik karyawan yang kompeten, perusahaan harus menciptakan lingkungan di mana karyawan benar-benar ingin bekerja, bukan perlu bekerja;

(6) *Beradaptasi untuk berubah lebih cepat*. Kecepatan pada saat ini merupakan kunci keberhasilan, jika selalu lambat, maka pasti akan tergilas. Tak dipungkiri bahwa dengan serba canggihnya teknologi informasi akibat kemajuan sains dan teknologi, kecepatan dalam segala hal tak menjadi masalah. (7) *Inovasi*. Jika ingin berhasil dengan lebih cepat, maka inovasi mutlak dilakukan di berbagai lini. Gagasan mungkin saja muncul setiap saat, tetapi proses dalam mengambil gagasan itu dan berubah menjadi "sesuatu", itulah yang disebut inovasi; dan (8) *Berjalan di awan*. Organisasi masa depan akan berjalan di awan (*cloud*). Organisasi harus mampu cepat beradaptasi dengan dunia yang serba digital ini. Jika tidak, maka akan tertinggal.

Perubahan prinsip organisasi akibat kemajuan sains dan teknologi tak bisa dinafikan atau dianggap enteng. Dampaknya tentu pada aktivitas organisasi, serta orang-orang yang terlibat di dalamnya. Banyak organisasi **besar** di masa lampau, akibat tak beradaptasi dengan kemajuan sains dan teknologi, awalnya hanya meredup, namun pelan-pelan akhirnya hilang dari peredaran. Ambil contoh di bidang penerbitan pers yang kini dilibas online news, di bidang usaha kaset yang kini digantikan Youtube, usaha kargo yang tergantikan usaha sejenis yang memanfaatkan kemajuan sains dan teknologi dan banyak contoh lainnya.

### SIMPULAN

Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan:

1. Perkembangan sains dan teknologi melalui tahapan yang cukup panjang, diawali sejak ditemukannya mesin uap di Kerajaan Inggris sebagai tonggak Revolusi Industri 1.0 (RI 1.0). Kemudian RI 2.0 yang terjadi pada awal abad ke-20, ditandai oleh penemuan tenaga listrik serta diproduksinya mobil pada akhir tahun 1800-an secara massal, dan RI 3.0 ditandai dengan penemuan komputer sebagai alat bantu manusia.
2. RI 4.0 mempunyai ruang lingkup, skala, dan kompleksitas lebih luas. Sejumlah bidang yang memanfaatkan teknologi baru untuk membuat terobosan akibat hadirnya RI 4.0 diantaranya adalah robot kecerdasan buatan, teknologi nano, bioteknologi, teknologi komputer kuantum, *blockchain*, teknologi berbasis internet dan printer 3D.
3. Organisasi bisnis mengalami perubahan yang sangat signifikan dengan adanya kemajuan sains dan teknologi. Dari 14 prinsip yang dikemukakan oleh Jacob Morgan, ada 8 prinsip yang berkaitan dengan kemajuan sains dan teknologi yang mengubah organisasi, yaitu (1) Dalam organisasi hanya perlu tim kecil

dalam mendistribusikan barang di tingkat global; (2) Tersambungnya tenaga kerja. (3) Intrapreneurial, (4) Beroperasi seperti perusahaan kecil. (5) Berfokus pada “ingin”, bukan “perlu”, (6) Beradaptasi untuk berubah lebih cepat. 7) Inovasi di mana-mana, dan 8) Berjalan di awan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

De Geus, A. 2018. Planning as learning. Harvard Business Review,

Morgan, Jacob. 2014. The Future of Work, New Jersey, Wiley

Morgan, G. 2010. Paradigms, Metaphors and Puzzle Solving in Organization Theory. Administrative Science Quarterly, 605-622

Shwab, K. 2016. The Fourth Industrial Revolution. New York: Crown Business.

Suardana, I.B.R., Martini, L.K.B., Subawa, N.S., Setini, M. Quality factors in technology system capability decision interest in transactions using mobile banking, *International Journal of Data and Network Science*, 2021, 6(1), pp. 1–8

Taylor, Bernard, 2018. *Introduction To Management Science*, Jilid 2, Edisi 12, Salemba Empat.

## DAMPAK KOREAN WAVE: PRODUK RAJUT MENJADI TREN BERBUSANA WANITA MASA KINI

Putu Yulia Putri Diah Kahani<sup>1</sup>, Ni Putu Emilika Budi Lestari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Mode, Institut Desain dan Bisnis Bali  
Jl. Tukad Batanghari No. 29 Panjer, Denpasar, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali  
Jl. Tukad Batanghari No. 29 Panjer, Denpasar, Indonesia

e-mail: [yuliaputri00147@gmail.com](mailto:yuliaputri00147@gmail.com)<sup>1</sup>, [emilika@idbbali.ac.id](mailto:emilika@idbbali.ac.id)<sup>2</sup>

Received: February, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*Korean wave is a term for the spread of Korean culture globally through entertainment products in the form of Korean dramas, Korean music, and variety shows that tends to be accepted by public, especially in Indonesia. The popularity of the Korean wave in Indonesia can be seen through the proliferation of products with Korean labels, Korean dramas and music or emergence of a community of Korean music fans. This study discusses the role of the Korean wave on the use and purchase of knitting products. The use of qualitative methods with a historical approach aims to determine beginning of entry of Korean wave in Indonesia to impact it has on use of knitwear through existence of Korean pop culture products such as K-pop, k-drama, and variety shows in Indonesia. For results were obtained through popularity of Korean wave and large number of Korean artists or idols who wear knitwear, by continuing to look at these fashion styles, this can inspire and implement these fashion styles so that they eventually become popular. Knitted products used in the form of layering cardigans is synonymous with Korean style in society, and purchase of knitted products is not only based on trends also looks at function of clothing and role of Korean wave in knitting products in Indonesia as seen by affixing of word "Korean" to fashion style on sales platform on line.*

**Keywords:** *korean wave, korean style, knitting, trend, women's wear*

### ABSTRAK

*Korean wave* merupakan istilah terhadap penyebaran budaya korea secara global melalui produk-produk hiburan berupa Drama Korea, Musik Korea, serta *Variety Show*. Penyebaran *Korean wave* cenderung diterima oleh kalangan masyarakat khususnya di Indonesia. Popularitas *Korean wave* di Indonesia dapat terlihat melalui menjamurnya produk-produk dengan label Korea, populernya drama serta musik Korea ataupun munculnya komunitas penggemar musik Korea. Penelitian ini membahas tentang peranan *Korean wave* terhadap penggunaan dan pembelian produk rajut. Penggunaan metode kualitatif dengan pendekatan historis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui awal mula masuknya *Korean wave* di Indonesia hingga dampak yang ditimbulkan pada penggunaan pakaian rajut melalui eksistensi produk budaya Pop Korea seperti K-Pop, K-Drama, dan *Variety show* di Indonesia. Adapun dari penelitian ini diperoleh hasil melalui kepopuleran *Korean wave* dan banyaknya artis atau idol korea yang mengenakan pakaian rajut, dengan terus melihat gaya busana tersebut hal ini dapat menginspirasi serta mengimplementasikan gaya busana tersebut hingga akhirnya menjadi populer. Penggunaan produk rajut berupa *cardigan layering* identik dengan *Korean style* pada masyarakat, dan pembelian produk rajut tidak hanya berdasarkan tren namun juga melihat fungsi pakainya serta peranan *Korean Wave* terhadap produk rajut di Indonesia terlihat dengan adanya pembubuhan kata "Korean" pada gaya busana tersebut di platform penjualan *online*.

**Kata Kunci:** *korean wave, korean style, rajutan, tren, busana wanita*

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini budaya Korea berkembang pesat dan meluas secara global, tak terkecuali di Indonesia. Hal ini cenderung diterima oleh berbagai kalangan masyarakat yang kemudian disebut dengan fenomena *Hallyu* atau gelombang Korea. Penyebaran budaya Korea atau *Korean Wave* ini masuk melalui dunia hiburan seperti musik, drama, *variety show* yang selalu menyisipkan budaya mereka dengan baik [1].

Isitilah *Hallyu* pertama kali muncul pada pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2000-an, drama TV Korea Selatan dan musik populer dan mendapatkan popularitas besar di negara-negara Asia seperti Cina dan Jepang. Pada tahun 1997, ketika drama TV berjudul *What Is Love* ditayangkan oleh penyiaran utama China, China Central Television (CCTV), drama tersebut menempati peringkat kedua dalam konten video impor sepanjang masa di China [2].

Kemudian Dari pertengahan 2000-an hingga awal 2010-an, penyebaran *Korean Wave* dipimpin oleh *boy group* dan *girl group* Korea yang disebut bintang idola seperti Big Bang, Girls' Generation, dan Kara. Kemudian *Korean Wave* memperluas cakupan penggemarnya ke panggung global, termasuk Amerika Latin dan Timur Tengah di luar Asia selama periode ini. *Korean wave* disukai khususnya oleh anak muda di usia remaja dan 20-an [2].

Begitu juga dengan di Indonesia, fenomena ini dapat kita rasakan dari populernya K-Drama dan K-pop [3]. Tidak hanya soal musiknya kemajuan teknologi di abad 21 yang memudahkan akses informasi pun membuat gaya berbusana dari idol mudah dicari dan menarik perhatian kalangan muda di Indonesia. Sehingga dampaknya pada kehidupan sehari-hari, para penggemar mencoba untuk berpakaian seperti idola mereka dan kemudian mulai menjadi tren berbusana masa kini [4].

Namun seiring berjalannya waktu, bukan hanya penggemar K-pop tetapi masyarakat luas juga menggunakan style ini, karena kesan simple ala idol serta tampilan yang casual menjadi daya tarik tersendiri. Beberapa tren berpakaian ala idol yang banyak ditiru adalah penggunaan Cardigan Rajut, *Vest*, dan *Crop Top* [4].

Dari kepopuleran rajutan sebagai style Korea di kalangan masyarakat, pengertian dari rajutan itu sendiri adalah produk yang dibuat dari benang dengan menggunakan tangan atau mesin yang memiliki aspek nilai seni dan aspek fungsional. Selain aspek fungsionalitas keestetikan produk rajut juga menarik serta menjadi kekinian ketika desain dari produk rajut ini memiliki motif dan warna yang sesuai porsinya [5].

Bertolak dari penjelasan diatas penulis ingin memaparkan lebih jauh terkait tren berpakaian rajutan akibat dampak *Korean wave* di masyarakat, dan pola pembelian produk rajutan pada wanita.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif. Dikutip dari Detik.com Penelitian dengan metode kualitatif cenderung menekankan pada pengamatan fenomena dan penelitian substansi makna fenomena tersebut [6]. Metode ini dipilih karena proses penelitian dijelaskan dengan cara memaparkan data yang telah disusun dan dikumpulkan serta menganalisa fenomena berdasarkan teori yang berkaitan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan sumber data primer yang penulis peroleh menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi serta angket atau kuisisioner. Observasi berupa pengamatan situasi keadaan ataupun fenomena, sedangkan perolehan data dengan kuisisioner nantinya akan dipaparkan secara deskriptif. Disusunnya pertanyaan berupa kuisisioner bertujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap tren berpakaian dan pola pembelian busana rajut di Indonesia akibat dampak dari gelombang korea tersebut. Kuisisioner ini ditujukan kepada 87 responden wanita dengan berbagai rentang usia.

Selain sumber data primer, penulis juga menggunakan sumber data sekunder berupa penelusuran internet yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari jurnal ataupun berbagai sumber literatur internet sehingga dapat berfungsi untuk mendukung ide penelitian. Kemudian data-data tersebut dianalisis sehingga dapat menyimpulkan hasil, serta mendapatkan kesimpulan. Dan dokumentasi berguna sebagai gambaran visual untuk mendukung pernyataan pada bagian hasil dan pembahasan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskripsi Data

*Korean wave* adalah istilah yang digunakan untuk melihat penyebaran terbesar budaya pop Korea Selatan di berbagai negara secara menyeluruh atau global. Istilah ini mengarah pada popularitas budaya pop Korea di luar negeri [7].

Perkembangan *Korean wave* di Indonesia diawali dengan masuknya drama Korea di pertelevisian Indonesia. Drama “Full House” menjadi salah satu generasi pertama drama Korea pada televisi Indonesia dan menarik minat masyarakat karena menyajikan hal baru di pertelevisian Indonesia [3].

Antusias masyarakat setelah penayangan Drama “Full House” pada salah satu saluran tv Indonesia, membuat saluran tv lainnya juga ikut menayangkan beberapa Drama Korea yang tak kalah menarik seperti “Boys Over Flower”. Selain Korean Drama, K-pop menjadi bagian dari Korean wave yang juga memiliki penggemar di Indonesia [3].

K-pop mulai mengenalkan musiknya pada dunia saat generasi kedua K-pop dimulai, yaitu muncul pada tahun 2003. Tahun ini merupakan generasi kedua dunia musik Korea dan masa ini merupakan masa pengenalan Kpop di Indonesia. Boy group maupun girl group seperti Super Junior, SNSD, TVXQ, Big Bang, 2PM dan lain-lain mulai bermunculan [3].

Korean Pop semakin populer di Indonesia pada generasi ketiga boy band dan girl band, seperti EXO, BTS, NCT, iKon, GOT7, Wanna One, BlackPink, Mamamoo, Red Velvet, Twice dan lain-lain. Merekalah yang memiliki peran serta pengaruh besar terhadap penyebaran Kpop di dunia [3].

Sepanjang periode 2020-2021 Twitter mencatat namun tidak mencantumkan angka persis yang disumbangkan tiap negara. Dari 7,5 miliar tweet tentang K-Pop sebagian besar berasal dari Indonesia, disusul Filipina, Thailand, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Sepanjang Juli 2020 hingga Juni 2021 pada platform twitter Indonesia juga memuncaki daftar negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak. Namun twitter juga tidak menampilkan jumlah angka persis data ini disusul Jepang, Filipina, Korea Selatan, dan Amerika Serikat, Brazil, Thailand, Meksiko, Malaysia, India, Turki Argentina, Inggris Raya, Prancis, Spanyol, Arab Saudi, Kanada, Vietnam, Peru, Kolombia. Twitter mendapatkan data ini dengan metode penelusuran jumlah akun yang menulis tweet tentang K-Pop [8].



Gambar 1. Grafik Diagram Alasan Musik K-pop Populer di Indonesia [Sumber: Statistika (Tempo.co), diakses 22 Desember 2022]

Berdasarkan penelitian statistika, faktor utama kepopuleran musik K-Pop di Indonesia ditunjukkan oleh aspek penampilan yaitu tampang dan gaya yang menarik. tren fesyen dan kecantikan juga mencakup aspek penampilan. Sedangkan aspek yang berhubungan dengan musik, berupa penampilan di atas panggung, irama dan lagu yang menarik, serta lirik lagu yang menyusul pada posisi berikutnya dan hal-hal lainnya [8].

Kesuksesan serta keberhasilan *Korean Wave* membuat banyak kalangan mengikuti perkembangan para idola yang disukai. Hal ini menjadi pengaruh terhadap perubahan fashion yang cenderung meniru

artis-artis Korea. Akibatnya di Indonesia hal ini membuat fashion Korea telah mempengaruhi model-model pakaian, gaya rambut, sepatu dan make up [9].

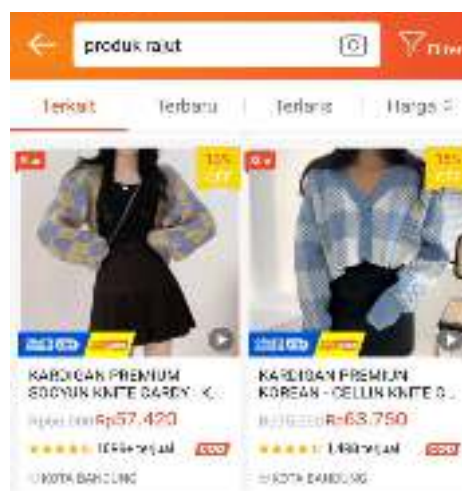
Mudahnya akses untuk mengikuti perubahan fashion kearah Korean serta menariknya gaya berpakaian semakin membuat fashion Korea menjadi tren dan diminati kalangan muda. Beberapa Tren berpakaian ala Idol Korea seperti Cardigan Rajut, *Vest*, dan *Crop Top* yang sedang populer digunakan [4].

Berdasarkan fenomena tersebut melalui pengamatan pada keadaan pasar, saat ini mudah dalam menemukan dan membeli produk dengan gaya Korean baik pada retail ataupun e-commerce. Salah satunya saat ini banyak masyarakat yang menggunakan produk rajut sebagai penunjang penampilan mereka. Mudahnya mendapatkan produk rajut ini menjadi pertanda bahwa produk rajut tengah menjadi tren. Sehingga, membuat toko/retail menjual barang berdasarkan tren/permintaan pasar yang sedang berlangsung dalam hal ini adalah produk rajut.



Gambar 2. Foto Cardigan Rajut dan Pembelian Cardigan pada Retail Georgios Women  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 7 November 2022]

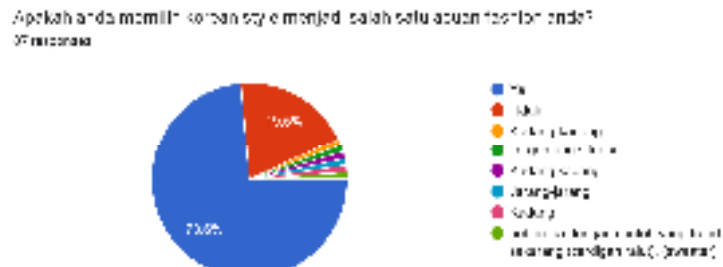
Pada platform penjualan online juga menunjukkan hal yang sama. Produk rajut mudah ditemukan pada platform penjualan online dan terkadang terdapat kata “Korean” pada produknya yang dapat diartikan bahwa banyak masyarakat mencari produk Korean atau Korean style sehingga membuat penjual mencantumkan kata Korean agar mudah dicari. Atau dapat menjadi tanda bahwa pada masyarakat, gaya ini identik dengan Korean style.



Gambar 3. Gambar Produk Rajut Pada E-Commerce Shopee  
[Sumber: online shop fikry\_shop & Hadi\_collection pada platform Shopee diakses 08 November 2022]

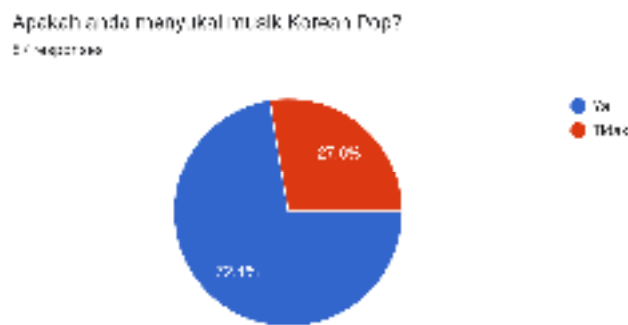
Berdasarkan pada pengumpulan data kuisioner dapat diketahui hasil responden yang dikhususkan untuk kalangan Wanita dengan berbagai usia adalah sebagai berikut:





Gambar 7. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Menjadikan Korean Style Menjadi Acuan Atau Tidak [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

64 (73.6%) dari 87 responden memilih Korean Style menjadi acuan fashion. 17 responden (19.5%) tidak menjadikan Korean Style menjadi acuan, dan responden lainnya menjawab terkadang dan tergantung situasi menjadikan style ini sebagai acuan.



Gambar 8. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Musik Korean Pop [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

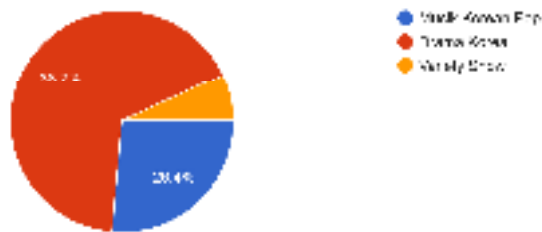
Dari 87 responden 63 (72.4%) menyukai musik Korean Pop



Gambar 9. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Preferensi Terhadap Gaya Busana Idol Korea Atau Tidak [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Kemudian sebanyak 78 (89.7%) responden menyukai gaya busana Idol Korea dan 9 (10.3%) responden tidak menyukai gaya busana Idol Korea

Unsur hiburan apa yang paling membuat anda tertarik dengan Korean Style sehingga menjadikannya menjadi alasan utama? (n=37 responden)



Gambar 10. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Unsur Hiburan yang Membuat Tertarik pada Korean Style [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

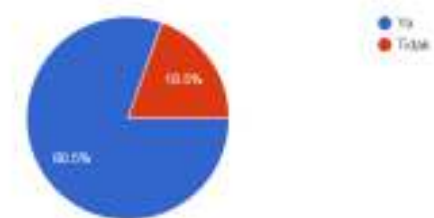
Sebanyak 58 (66.7%) responden tertarik dengan Korean Style melalui Drama Korea, 23 (26.4%) disebabkan oleh Musik Kpop, serta 6 (6.9%) responden tertarik pada *Korean Style* karena *Variety Show*.



Gambar 11. Gambar Beberapa Gaya Berbusana Dengan Produk Rajut Cardigan [Sumber: Pinterest.com, diakses 21 Oktober 2022]

Sebanyak 70 (80.5%) responden menyebut gaya berbusana *layering* dengan *cardigan* seperti diatas adalah *Korean style*, sedangkan 14 (16.1%) tidak menyebutnya *Korean style*, serta responden lainnya menjawab tidak yakin bahwa busana seperti diatas adalah *Korean style*.

Apakah anda menyadari bahwa Korean Wave berdampak pada tren penggunaan busana rajut? (n=37 responden)

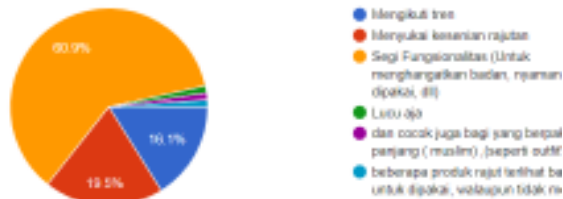


Gambar 12. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Tren Penggunaan Busana Rajut [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Yang menyadari bahwa *Korean Wave* berdampak pada tren penggunaan busana rajut yaitu sebanyak 70 (80.5%) responden sedangkan 17 (19.5%) responden tidak menyadari dampak *Korean wave* pada tren penggunaan busana rajut.

Indonesia hanya memiliki 2 musim yaitu musim kemarau dan musim hujan, akibat pengaruh iklim Tropis yang bersifat panas. Sehingga, Apa alasan anda membeli produk rajutan seperti sweater, vest ataupun crop top?

87 responses



Gambar 13. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Alasan Membeli Busana Rajut [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Segi fungsionalitas menjadi alasan terbanyak dalam membeli busana rajut yaitu sebanyak 53 (60.9%) responden. 17 (19.5%) responden membeli busana rajut karena menyukai kesenian rajutan dan 16.1% membeli karena tren.

Apakah anda memiliki kecenderungan untuk membeli produk rajutan baik sweater rajut, vest ataupun crop top dengan harga yang relative murah namun dengan desain yang sedang tren?

87 responses

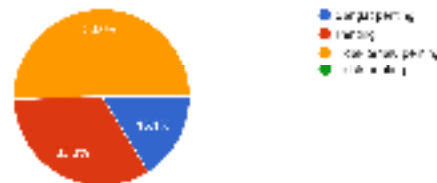


Gambar 14. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Pertanyaan Mengenai Kecenderungan Membeli Produk Dengan Harga yang Relatif Murah [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Sebanyak 65 (74.7%) responden memiliki kecenderungan untuk membeli produk rajutan baik sweater rajut, vest ataupun *crop top* dengan harga yang relative murah namun dengan desain yang sedang tren.

Menggunakan busana sesuai tren seberapa penting?

87 responses



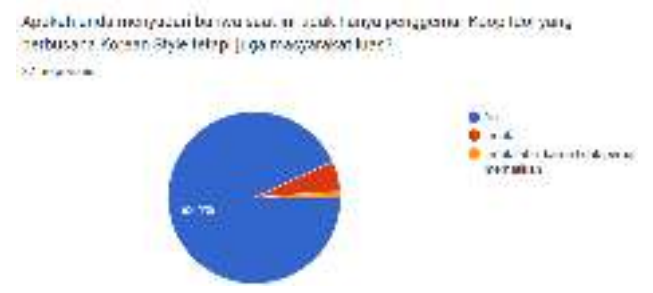
Gambar 15. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Pertanyaan Mengenai Seberapa Penting Mengenakan Busana Sesuai Tren [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

44(50.6%) responden menjawab menggunakan busana sesuai tren tidak terlalu penting, 29 (33.3%) responden menjawab penting dan 14 (16.1%) menjawab sangat penting menggunakan busana sesuai tren.



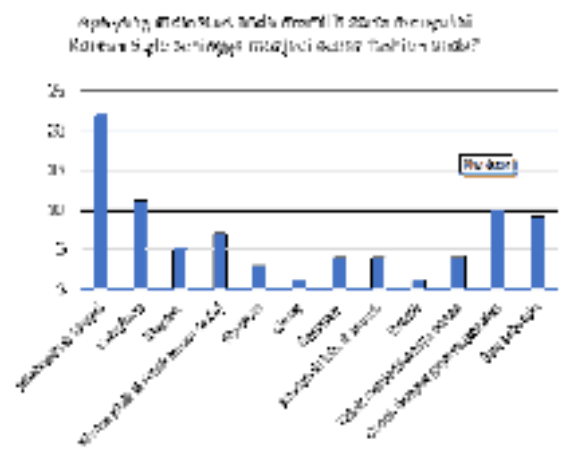
Gambar 16. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Pertanyaan Mengenai Pertimbangan Pembelian Berdasarkan Kualitas Bahan [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Dari 87 responden, 80 (92%) responden tidak akan membeli produk atau busana yang sedang tren, dijual dengan harga murah namun dengan kualitas bahan yang lebih buruk.



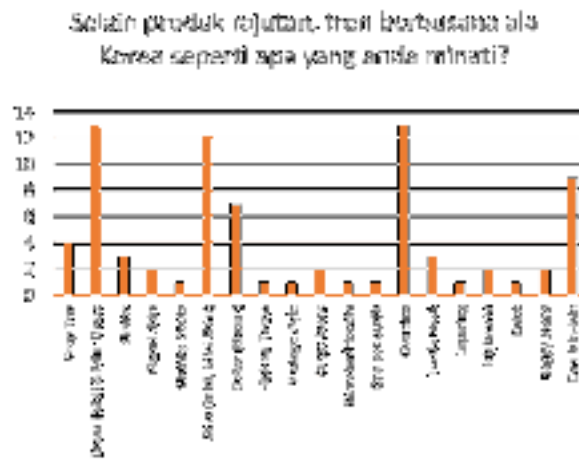
Gambar 17. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Pertanyaan Mengenai Korean Style yang juga Digunakan Oleh Masyarakat Luas [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Sebanyak 81 (93.1%) responden menyadari bahwa saat ini tidak hanya penggemar Kpop Idol yang berbusana *Korean Style* tetapi juga masyarakat luas.



Gambar 18. Grafik Diagram Hasil Responden Terkait Hal yang Membuat Menyukai Korean Style [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Gaya fashion korea yang minimalist dan simple menjadi alasan dominan, penyebab responden memilih serta menyukai *Korean Style* sehingga menjadi acuan fashion. Dan juga karena kesan imut dan lucu, mudah di padu-padankan, elegan, femim, memiliki warna-warna *fresh* dan ceria, nyaman, *classy*, serta estetik.



Gambar 19. Grafik Diagram  
 Hasil Responden Terkait Tren Berbusana Ala Korea yang Diminati Selain Produk Rajut  
 [Sumber: Dokumen data pribadi, diolah tahun 2022]

Pakaian *oversize* menjadi jawaban terbanyak untuk tren busana korea selain produk rajutan yang diminati responden. Selain itu tren lain yang juga diminati responden adalah penggunaan *dress* baik *midi dress* ataupun *mini dress*, *skirt* baik *midi skirt* ataupun *mini skirt*, *crop top*, *outer*, *turtle neck*, *blouse*, celana *highwaist*, *cargo* dan *baggy pants*, *flannel shirt*, *kulot sweater/hoodie*, *layering*, *one set outfit*, *vintage style*, *hiphop* serta *chunky boots*.

Dari Kuisisioner diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat menyadari bahwa Korean wave berdampak pada tren penggunaan produk rajut dan erat dengan *image* Korean style serta digunakan oleh masyarakat luas.

Walaupun terdapat kecenderungan dalam membeli produk yang relative murah, namun hal ini tidak membuat masyarakat membeli produk murah dengan kualitas bahan yang buruk hanya untuk mengikuti tren fashion dan mempertimbangkan fungsi dalam pembelian produk. Serta terdapat juga tren-tren berpakaian Korean lainnya yang diminati responden.

### 3.2 Pembahasan

Melalui hasil dari pengumpulan data-data diatas Korean wave mengarah kepada penyebaran global, budaya korea yang berdampak pada popularitas budaya tersebut. Hal-hal yang di populerkan pada Korean wave berupa unsur hiburan seperti: Drama Korea, Musik Korea, serta *Variety show*. Unsur-unsur hiburan ini menampilkan perilaku aktivitas sehari-hari serta menyisipkan budaya korea baik tradisi, makanan ataupun gaya berbusana dalam setiap tayangannya.

Berdasarkan hasil angket yang telah dijawab oleh responden, responden menyukai musik Korea dan gaya berbusana dari idol Korea. Namun ternyata, unsur hiburan yang membuat responden tertarik dengan gaya busana Korea ditunjukkan pada unsur hiburan drama Korea dibandingkan dengan musik serta *variety show*. Dengan sebanyak 56 atau 66.7% responden yang menyukai drama Korea. Sehingga secara sadar ataupun tidak masyarakat yang menyukai drama Korea ataupun jenis unsur hiburan lainnya kerap melihat budaya-budaya Korea yang dikemas melalui unsur hiburan tersebut.

Korean drama contohnya, sebagai produk *korean wave* terbanyak yang digemari oleh responden. Karena menampilkan perilaku kehidupan sehari-hari pada jalan ceritanya secara tidak langsung penggemar terpapar budaya korea baik tradisi, makanan ataupun gaya berbusana dalam setiap tayangannya.

Unsur-unsur hiburan korea sering kali menampilkan gaya berbusana yang menarik baik pada Korean drama, musik pop Korea dan *variety show*. Gaya fashion Korea yang minimalist dan simple menjadi alasan dominan, penyebab responden memilih serta menyukai Korean Style, sehingga menjadi acuan fashion. Selain itu alasan lainnya adalah karena kesan imut dan lucu, mudah di padupadankan, elegan, feminim, memiliki warna-warna fresh dan ceria, nyaman, classy, serta estetik.

Salah satu gaya busana yang kerap kali terlihat pada tampilan para artis/idol yaitu penggunaan busana rajut.



Gambar 20. Foto Idol Korea Jiso dan Jennie dengan *Outfit* Rajut  
[Sumber foto: Instagram sooyaaa\_\_ dan Jennierubyjane, diakses 1 Desember 2022]



Gambar 21. Pemakaian sweater rajut pada *variety show Running man*  
[Sumber foto: Instagram sbs\_runningman\_sbs, diakses 1 Desember 2022]

Dengan terus melihat gaya ini dapat menginspirasi dan membuat implementasi pada gaya *fashion* kalangan muda. Hal ini juga dapat diperkuat dengan respon masyarakat pada hasil pengumpulan data, menjawab bahwa *outfit* busana rajut *layering* identik dengan *Korean style*. Sebanyak 64 (73.6%) responden dengan rata-rata usia paling banyak 17-25 tahun menjadikan *Korean style* menjadi acuan *fashion*. Akibatnya produk *fashion* Korea termasuk produk rajutpun menjadi tren yang populer.



Gambar 22. Gambar Drama Korea True Beauty dengan *Outfit* Rajut  
[Sumber foto: TvN <https://review.bukalapak.com/fashion/momen-fashion-terbaik-drama-korea-adaptasi-webtoon-113856/> diakses 17 November 2022]



Gambar 23. Moon Ga Young pada drama *True Beauty* mengenakan cardigan berwarna coklat peanut  
[Sumber foto: <https://gayahidup.dreamers.id/> diakses 23 November 2022]

Tren penggunaan produk rajut terus berjalan hingga saat ini. Produk rajut yang paling mudah ditemui berupa cardigan baik cardigan panjang ataupun *crop cardigan* serta *crop top* dan *vest*. Cardigan mudah membuat tampilan semakin menarik serta karakter produk rajut yang fungsinya sebagai *outer* membuatnya fleksibel dan mudah di padu padankan. Hal ini yang membuat produk rajut berupa cardigan sangat mudah di temui pada retail ataupun *e-commerce* dan menjadi salah satu produk rajut yang sedang populer saat ini.

Dari produk rajutan yang sedang menjadi tren *fashion*, berdasarkan hasil pengumpulan data pola pembelian produk rajut tidak semata-mata, membeli produk hanya berdasarkan tren. Responden justru membeli produk rajut karena segi fungsionalitas dari produk tersebut.

Karakter kain rajut yang lembut membuatnya nyaman dipakai. Pembelian produk rajut yang tidak hanya berdasarkan tren diperkuat dengan responden yang juga melihat kualitas bahan dalam pembelian produk. Walaupun responden memiliki kecenderungan dalam membeli produk rajut dengan harga yang relative murah, namun responden tidak mau membeli barang dengan kualitas yang buruk. Sehingga ini dapat menjadi tanda bahwa pola pembelian tidak semata-mata berdasarkan tren yang sedang terjadi tetapi juga dipengaruhi oleh fungsi pakai dari produk rajut tersebut.

## SIMPULAN

Dari paparan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa (1) tren berpakaian rajutan dapat dikatakan merupakan akibat dampak dari *Korean wave* yang pada unsur-unsur hiburannya banyak menampilkan pakaian rajut sehingga menjadi inspirasi pada kalangan Wanita. (2) Dalam pola pembelian produk rajut di kalangan wanita, tidak hanya sekedar berdasar pada tren namun responden juga melihat fungsi pakai dari produk rajut tersebut.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmatnya artikel yang berjudul “Dampak Korean Wave: Produk Rajut Menjadi Tren Berbusana Wanita Masa Kini”. Tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam terselesaikannya artikel ini, kepada dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing dalam proses penyusunan artikel, kepada responden yang telah meluangkan waktunya dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan angket, serta orang tua dan teman-teman seperjuangan yang turut menyemangati dan memberi saran serta masukan kepada penulis selama proses pembuatan artikel.

## DAFTAR SUMBER

- [1] M. K. Ardani Sarajwati, “Fenomena Korean Wave di Indonesia – Environmental Geography Student Association,” *egsaugm*, 2020. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/> (accessed Oct. 06, 2022).
- [2] D. G. Communication and Division, “Hallyu (Korean Wave): Korea.net: The official website of the Republic of Korea,” *korea.net*, 2012. <https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu> (accessed Oct. 06, 2022).
- [3] Y. A. Khairunnisa, “Korean Wave di Indonesia | kumparan.com,” *kumparan.com*, 2021.

- <https://kumparan.com/amirah-yasmin-khairunnisa/korean-wave-di-indonesia-1v27db9DnIj>  
(accessed Nov. 01, 2022).
- [4] N. G. Hayuningfitriaya, "Fenomena Fashion K-Pop Idol, Jadi Tren Berpakaian Anak Muda Masa Kini - Kompasiana.com," *kompasiana.com*, Oct. 09, 2021. <https://www.kompasiana.com/nhfitriay/6161684f24da92704735a7c3/fenomena-fashion-k-pop-idol-jadi-tren-berpakaian-anak-muda-masa-kini> (accessed Oct. 06, 2022).
- [5] A. Rosdiana, "Rajutan Pada Kriya Seni Handmade," *J. SULUH*, vol. 1, no. 1, pp. 69–74, 2018.
- [6] H. Basmatulhana, "Mengenal Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif," *detikedu*, 2022. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6159691/mengenal-metode-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif> (accessed Oct. 18, 2022).
- [7] M. A. Wicaksono, A. Patricia, and D. Maryana, "PENGARUH FENOMENA TREN KOREAN WAVE DALAM PERKEMBANGAN FASHION STYLE DI INDONESIA," *Desember*, vol. 2, no. 2, p. 74, 2021.
- [8] F. Javier, "Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia - Data Tempo.co," *tempo.co*, 2021. <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia> (accessed Dec. 22, 2022).
- [9] K. A. Putri, "Fenomena Korean Wave Menjadi Jendela Fashion Remaja Indonesia | kumparan.com," *kumparan.com*, 2020. <https://kumparan.com/aziza-kistikiwari-putri/fenomena-korean-wave-menjadi-jendela-fashion-remaja-indonesia-1usfRIAljEj/full> (accessed Nov. 01, 2022).

## MODERNISASI JAMU AGAR TETAP RELEVAN DENGAN PASAR (Studi Kasus: Acaraki Jamu & Suwe Ora Jamu)

Hartanto, Susi<sup>1</sup>, Narissa, Angela<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Departemen Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
Lippo Village, Banten, Indonesia

<sup>2</sup>Departemen Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
Lippo Village, Banten, Indonesia

e-mail: susi.fdt@uph.edu<sup>1</sup>, angelanarissa@gmail.com<sup>2</sup>

Received: February, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*Jamu is considered old-fashioned, bitter, unhygienic, only consumed by a small part of the middle and lower economic community, and has not been able to attract the interest of the younger generation so that its sustainability is further eroded in this modern era. This article discusses how innovators are taking jamu in a more modern direction to get a better appreciation. This article resulted from observations, interviews with jamu practitioners, as well as direct experiences as consumer of jamu. This article aims to: 1) increase the interest and curiosity of Indonesian teenagers and youth about jamu; and 2) aspire more innovators to create more extraordinary jamu product creations according to their respective field expertise. The keywords of modern jamu are: menu innovation, education, new experience, presentation, attributes, and facilities. Finally, the author hopes that this article can have a positive impact on jamu players and connoisseurs, to continue to be creative so that jamu can remain relevant to the market.*

**Keywords:** jamu, modern, innovation

### ABSTRAK

*Jamu dianggap kuno, pahit, tidak higienis, hanya dikonsumsi oleh sebagian kecil masyarakat perekonomian menengah ke bawah, dan belum mampu menarik minat generasi muda sehingga keberlangsungannya semakin tergerus di era modern ini. Artikel ini membahas cara para inovator membawa jamu ke arah yang lebih modern agar bisa diapresiasi. Artikel ini dihasilkan dari observasi, wawancara terhadap pelaku jamu modern, serta pengalaman langsung sebagai konsumen jamu modern. Artikel ini bertujuan: 1) meningkatkan minat serta rasa ingin tahu remaja maupun pemuda/i Indonesia mengenai jamu; dan 2) menginspirasi para inovator agar membuat kreasi produk jamu yang lebih luar biasa sesuai keahlian bidangnya masing-masing. Kata kunci dari jamu modern adalah inovasi menu, edukasi, pengalaman baru, presentasi, atribut, dan fasilitas. Terakhir, penulis berharap karya tulis ini dapat memberikan dampak positif bagi para pelaku jamu serta penikmat jamu untuk terus berkreasi agar jamu bisa tetap relevan dengan pasar.*

**Kata Kunci:** jamu, modern, inovasi

### 1. PENDAHULUAN

Jamu merupakan salah satu kekayaan tradisional Indonesia yang masih gigih berjuang diantara tampanan era modernisasi. Stigma “pahit”, “kuno”, “tidak higienis”, “hanya mitos”, atau “tidak efektif” adalah penggalan-penggalan kata yang mencerminkan pandangan masyarakat ‘modern’ terhadap jamu. Padahal

berdasarkan Serat Centhini, jamu merupakan warisan yang memiliki segudang manfaat bagi tubuh, baik bagi anak-anak maupun orang dewasa. Bahkan karena dianggap sangat berharga, pada zaman Majapahit jamu awalnya hanya boleh dikonsumsi oleh keluarga raja atau para bangsawan (Sukini, 2018).

Berdasarkan paparan tersebut, terlihat gamblang ironi kesenjangan antara nilai, makna, dan pemahaman kebudayaan jamu di era 'tradisional' dengan era 'modern'. Sampai saat ini sebenarnya industri jamu masih terus berkembang lewat pemanfaatan teknologi, *branding* merk dagang, dan sosialisasi yang dilakukan para pelaku jamu maupun pemerintah guna mengedukasi masyarakat serta menarik minat generasi muda. Sebagaimana keberadaan produk jamu yang mampu menarik minat generasi muda serta mengembangkan kebiasaan minum jamu bagi masyarakat dengan kelas ekonomi menengah ke atas dianggap penting sebagai langkah strategis bagi keberlangsungan budaya tersebut (Gardjito, 2018).

### 1.1 Asal dan Arti Kata Jamu

Berdasarkan Sukini (2018), kata "*jamu*" bersumber dari bahasa Jawa Kuno, yaitu "*jampi*" atau "*usodo*". Kata "*jampi*" dalam bahasa Jawa Kuno berhubungan dengan proses penyembuhan tradisional yang memanfaatkan obat atau minuman dan mantra, serta dilakukan oleh ahli penyembuhan (Tilaar & Widjaja, 2015). Sementara Sukini (2018) memaparkan arti dari "*jampi*" atau "*usodo*" sebagai menyembuhkan dengan ramuan obat atau doa. Kedua istilah tersebut kemudian melahirkan kata "*jamhu*" atau "*jamu*" (Handoyo, 2014). Adapun istilah lainnya yang merujuk pada "*jamu*" juga dapat ditemukan pada berbagai daerah di Indonesia pada akhir abad ke-8 sampai awal abad ke-9, seperti: "*husodo*" di Pulau Jawa, "*usada*" di Bali, "*lontarak pabbura*" di Sulawesi Selatan, "*Serat Primbon Jampi*" dan "*Serat Racikan Boreh Wulang Dalem*" pada naskah tulis Kesultanan Yogyakarta Jawa Tengah (Tilaar & Widjaja, 2015).



Gambar 1. Relief Batu Candi Borobudur yang Menggambarkan Aktivitas Minum Jamu  
[Sumber: <http://abahrularzaq.blogspot.com>, 2022]

### 1.2 Penjualan dan Variasi Jamu di Era Modern

Kini sebagian besar penjual jamu menggunakan sepeda, motor, maupun gerobak untuk menjajakan dagangannya. Delapan jenis jamu wajib: kunyit asam; beras kencur; cabe puyang; pahitan; kunci sirih; kudu laos; uyup-uyup/ gepyokan; dan sinom, berkembang melahirkan variasi baru. Beberapa contoh variasi baru diantaranya: jamu temulawak; secang; semelak; galian singset; watukan; pegal linu; serai; jamu kemasan bubuk; dan jamu kemasan pil atau kapsul (Sukini, 2018).

### 1.3 Eksistensi Kebudayaan Minum Jamu pada Masyarakat Modern di Indonesia

Gardjito (2018) melakukan wawancara pada beberapa titik di Yogyakarta dan mendapati bahwa persentase sebaran konsumen jamu terendah dipegang oleh anak-anak remaja, dan pria dewasa yang berkisar 10-15%. Kemudian diikuti angka 25% untuk wanita dewasa dan 35% untuk orang tua. Mayoritas diantaranya merupakan masyarakat dengan perekonomian menengah kebawah. Perolehan data tersebut menunjukkan urgensi keberadaan produk jamu yang mampu menarik minat generasi muda. Selain itu, mengembangkan kebiasaan minum jamu bagi masyarakat dengan kelas ekonomi menengah keatas disebut sebagai langkah strategis bagi keberlangsungan budaya tersebut. Jika tidak, kebudayaan minum jamu akan semakin tergerus di era modern ini. Beers (2001) sendiri memaparkan adanya kelompok dokter dengan latar studi di Indonesia maupun negara Barat yang mengonsumsi jamu secara sembunyi-sembunyi. Hal ini didasari kekhawatiran pada stigma beberapa masyarakat 'modern' yang meragukan efektifitas jamu.

#### 1.4 Peran Generasi Muda dalam Pelestarian Kebudayaan di Era Globalisasi

Maraknya pertukaran informasi dan kebudayaan pada era globalisasi menyajikan alternatif konsumsi hiburan yang luas bagi masyarakat. Persaingan yang ketat dan selektif tersebut menyebabkan pudarnya beberapa kebudayaan tradisional (Suneki, 2012). Hal ini diakibatkan negara maju merupakan tokoh utama dalam penyebaran informasi di era globalisasi (Mubah, 2011; Suneki, 2012). Oleh karena itu generasi muda dituntut tetap bersikap tegas dalam seleksi tersebut agar kebudayaan Indonesia tetap hidup di hati masyarakat, sebagaimana budaya adalah pemberian nenek moyang yang wajib dipelihara (Widodo, 2020). Sebab budaya setempat yang mengalami ketidakberdayaan merupakan awal terjadinya krisis identitas lokal (Mubah, 2011).

Artikel ini bertujuan memberikan pemaparan bahwa di tengah stigma jamu tradisional yang kurang populer di masyarakat, sebenarnya sudah ada beberapa upaya memodernisasi jamu agar lebih relevan dengan gaya hidup konsumen saat ini. Diharapkan artikel ini bisa memberikan wawasan kepada para pelaku dan penikmat jamu bahwa upaya melestarikan jamu ini patut dihargai dan diharapkan ada upaya lainnya yang lebih inovatif.

### 2. METODE PENELITIAN

Pengambilan data dilakukan dengan observasi dan wawancara kepada para pelaku jamu modern. *Brand* Acaraki Jamu dan *brand* Suwe Ora Jamu, mewakili metode penjualan jamu secara modern, yaitu menetap di satu tempat yang disertai fasilitas. Observasi yang dilakukan meliputi atribut yang digunakan dalam proses meracik dan menyajikan jamu, cara menyajikan jamu kepada konsumen, jenis-jenis varian produk, kebiasaan pelanggan, interaksi dan edukasi yang terjadi antara konsumen dan penjual mengenai jamu, serta keunikan-keunikan lainnya sebagai masing-masing pelaku jamu.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Upaya Modernisasi Jamu 1: Acaraki Jamu

Acaraki Jamu adalah *brand* yang menyajikan jamu beras kencur dan kunyit asam dengan sentuhan modern. Hal ini terpancar dari pemilihan lokasi, varian menu, alur interaksi, teknik produksi, dan lainnya. Saat ini Acaraki Jamu yang berdiri sejak tahun 2018 telah memanfaatkan beragam teknologi dari alat-alat meracik kopi dalam menyajikan jamunya.

Inovasi menu yang dilakukan Acaraki Jamu terdiri dari seri "*specialty jamu*" (tradisional) dan "*jamu new wave*" (modern) yang keduanya menggunakan jamu jenis beras kencur dan kunyit asam sebagai bahan dasar. Pada menu jamu modern, inovasi tidak hanya dilakukan melalui penggunaan teknologi alat-alat peracik kopi, melainkan juga pada bahan-bahan racikan jamu tersebut. Contoh bahan tambahan pada menu *jamu new wave* antara lain air karbonasi produksi sendiri, *yoghurt*, madu, lemon, biji selasih, dan lainnya. Adapun teknologi pembuat kopi yang digunakan dalam menu *specialty jamu* antara lain: V60, mesin *espresso* manual, *french press*, dsb.



Gambar 2. Pilihan Menu Tradisional dan Modern brand Acaraki Jamu  
[Sumber: data pribadi, 2022]





Tabel 1. Observasi Atribut yang Digunakan Brand Acaraki Jamu  
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

 <p>toples bahan baku</p>	 <p>timbangan &amp; wadah timbangan (kaca)</p>	 <p>scoop metal</p>
 <p>teko angsa</p>	 <p>mesin grinder &amp; wadah khusus</p>	 <p>saringan filter kopi</p>
 <p>pengaduk metal</p>	 <p>server &amp; dripper V60</p>	 <p>mesin espresso manual</p>
 <p>mesin air panas</p>	 <p>tamper</p>	 <p>jug metal</p>
 <p>french press</p>	 <p>shot glass kaca (90 ml)</p>	 <p>carafe serving kaca (250-300 ml) &amp; nampan MDF/ triplek</p>
 <p>nampan kayu</p>	 <p>gelas porcelain (150 ml) &amp; keramik</p>	 <p>PET can (240 ml)</p>
 <p>mesin press tutup PET can</p>	 <p>jam pasir</p>	 <p>sendok metal, gula sachet, sedotan plastik</p>

Tabel 2. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Acaraki Jamu Menu A  
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'GOLDEN YOGURT'                  LOKASI DUDUK: AREA 'BAR'                  SERVER "A"</p>
<p>Konsumen dapat memilih tempat duduk di area 'bar' untuk melihat proses serving jamu secara langsung atau di area tempat duduk biasa.</p>
<p>Acaraki memberikan buku menu sambil memberikan penjelasan tentang sejarah jamu dan isi menu sesuai kebutuhan konsumen.</p>
<p>Bubuk kasar kunyit kering diambil dari toples kaca kemudian dipindahkan ke mangkok kaca diatas timbangan menggunakan <i>scoop</i> metal. Pelanggan diberi kesempatan membaui bahan tersebut. Setelah itu bahan dimasukkan kedalam mesin <i>grinder</i> untuk digiling. Terlihat sedikit bubuk kunyit beterbangan dalam proses ini. Acaraki memukul tuas merah sekali untuk meluruhkan bubuk kunyit yang tertahan. Selanjutnya acaraki menuang kembali bubuk kunyit giling ke dalam wadah kaca untuk ditimbang dan dubai oleh pemesan. Kemudian ia menambahkan bubuk 'asam' lalu mengaduknya menggunakan <i>scoop</i>. Pelanggan kembali dipersilahkan membaui hasil campuran tersebut.</p> 
<p>Acaraki mengambil air panas dari mesin. Bubuk kunyit tadi dipindahkan ke <i>portafilter</i>. Alih-alih menggunakan <i>tamper</i>, acaraki menepuk-nepuk salah satu sisi <i>portafilter</i> untuk meratakan permukaan bubuk kunyit. Setelah itu <i>portafilter</i> dipasang pada mesin <i>espresso</i> manual, lalu diputar ke arah berlawanan agar mengunci. Air panas dimasukkan kedalam mesin <i>espresso</i> manual tersebut. Kemudian acaraki menaruh gelas metal dibawah mesin. 'Daun telinga' mesin ditarik kearah luar menggunakan kedua tangan sebanyak 90 derajat kemudian diayunkan kembali ke posisi semula sebanyak 3 kali atau hingga cairan habis.</p> 
<p>Pada gelas kaca, disediakan es batu, yogurt, dan gula. Terakhir, hasil seduhan dituang ke dalam gelas kaca (membentuk gradasi warna).</p> 
<p>Gelas kaca disajikan diatas nampan dengan sebuah sendok metal dan sedotan plastik. Acaraki memberi saran untuk mengaduk gula di dasar gelas terlebih dahulu sebelum mengonsumsi.</p> 

Tabel 3. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Acaraki Jamu Menu B  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'KUNYIT ASAM: TUBRUK' LOKASI DUDUK: AREA 'BAR' SERVER "B"</p>
<p>Bahan kering ditimbang kemudian digiling menggunakan mesin <i>grinder</i>. Jika duduk di area 'bar', konsumen dapat membaui bahan baku sesudah dan sebelum digiling.</p> 
<p>Setelah digiling bubuk kunyit kembali ditimbang kemudian ditambahkan bubuk 'asam'.</p> 
<p>Selanjutnya campuran bubuk diseduh air panas sesuai takaran menggunakan teko angsa dengan gerakan memutar ke dalam <i>frenchpress</i> sembari ditimbang.</p> 
<p><i>Frenchpress</i> disajikan bersama <i>timer</i>, piring, gelas <i>shot</i>, sendok metal, tisu, satu stik gula pasir, dan <i>brown sugar</i> diatas nampan. <i>Acaraki</i> memberi saran untuk menunggu <i>timer</i> pasir 3 menit dan menekan alat <i>frenchpress</i> sebanyak satu kali saja sebelum menuangkannya ke dalam gelas <i>shot</i> untuk dikonsumsi.</p> 














Tabel 4. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Acaraki Jamu Menu C  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: JAMU UNTUK DIBAWA PULANG</p>
<p>Menu jamu pilihan dibuat sesuai tahapan masing-masing kemudian dimasukkan kedalam kemasan kaleng plastik bertutup metal. Apabila menu yang ingin dibungkus adalah jamu panas, acaraki akan menurunkan suhu air yang digunakan atau menyesuaikannya agar mencapai suhu 'hangat' supaya tetap aman bersentuhan dengan material plastik.</p> 

### 3.2 Upaya Modernisasi Jamu 2: Suwe Ora Jamu

Suwe Ora Jamu bermitra dengan salah satu produsen jamu ternama di Indonesia, yaitu jamu IBOE (Surabaya). Mengeksplorasi varian menu jamu modern yang berakar dari jamu IBOE adalah kegiatan yang dilakukan oleh Suwe Ora Jamu. Varian menu yang melimpah adalah salah satu daya tarik dari *brand* jamu satu ini.

Tabel 5. Observasi Atribut yang Digunakan Brand Suwe Ora Jamu  
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]



 <p>teko kaca kecil (300ml) + klip saringan <i>wire</i> metal</p>	 <p>panci listrik <i>portable</i></p>	 <p>sodet kayu</p>
  <p>lumpang dan alu (kayu, plastik, keramik/ batu)</p>	  <p>gelas kaca (25ml, 50ml, 150ml) &amp; botol kaca + tutup (280ml)</p>	 <p>toples bahan baku</p>
 <p>wadah kaca lingkaran</p>	 <p>tisu, gelas mika, sedotan, gelas kertas beserta tutup plastik</p>	 <p>nampan kayu</p>
 <p><i>french press</i></p>	 <p><i>chiller</i> berisi produk jual</p>	

Tabel 6. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Suwe Ora Jamu Menu A  
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'JAMU RACIK: ENERGY BOOSTER'</p>
<p>Konsumen dapat memilih tempat duduk di area 'bar' atau di area tempat duduk biasa. Staff akan memberikan buku menu dan menjelaskan sesuai kebutuhan konsumen.</p>
<p>Dari <i>series</i> menu "Jamu Racik", pelanggan dapat memilih apakah ingin melakukan proses meracik jamu secara pribadi atau tidak. Jika ya, pelanggan akan disugahi satu nampan beserta bahan dan peralatan yang dibutuhkan kemudian diberi tahu cara meraciknya.</p>

<p>Bahan kering dalam wadah kaca dituang ke dalam lumpang kayu atau keramik untuk ditumbuk hingga bahan memar dan harum. Penggunaan lumpang keramik jauh lebih efektif dibanding lumpang kayu.</p>

<p>Disusul penambahan bahan 'basah' seperti irisan jeruk nipis maupun jahe, dilanjutkan proses menumbuk seperti sebelumnya.</p>
<p>Bahan dihangatkan bersama air diatas panci elektrik sambil diaduk dengan sodet kayu (wangi bahan akan semakin tercium bersama tiupan uap panas).</p>

<p>Cairan beras kencur ditambahkan dan bahan kembali diaduk bersama (pada beras kencur terdapat endapan beras).</p>

<p>Hasil dituangkan ke dalam teko kecil tanpa tambahan gula (untuk menjaga khasiat asli seri 'Jamu Racik'. Teko tersebut lalu dihidangkan diatas nampan bersama gelas kaca dan dekorasi rempah "bintang adas". Gelas kaca itu dilengkapi <i>garnish</i> potongan jeruk nipis segar pada bibir gelas. Uniknya potongan <i>garnish</i> jeruk nipis akan mengeluarkan aroma segar setiap jamu diteguk. Hal ini karena posisi irisan jeruk yang berdekatan dengan hidung dalam posisi meneguk.</p>

<p>Satu teko yang disajikan dapat mengisi gelas jamu sebanyak 3-4 kali. Pada 'moncong' teko, dijepit kawat metal spiral guna menyaring bahan padat saat cairan jamu dituang. Cairan dalam teko masih bersisa karena tersumbat potongan bahan.</p>


Tabel 7. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Suwe Ora Jamu Menu B  
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'JAMU HOUSE BLEND:                  SARI JAMU SEHAT (<i>REFRESHMENT BLEND</i>) - 25ML;                  KAYU MANIS SITRUS (<i>EXOTIS SPICES BLEND</i>) - 50ML;                  TEMU KUNCI (<i>MIXOLOGY BLEND</i>) - 150ML</p>
<p>Konsumen dapat memilih tempat duduk dan membaca menu yang diberikan <i>staff</i>. Selain itu juga terdapat <i>booklet</i> khusus berisi katalog produk dan jabaran khasiatnya.</p> 
<p>Untuk seri 'Jamu House Blend', konsumen dapat memilih ukuran dan jenis jamu yang diinginkan. Jenis jamu pada seri ini terbagi lagi menjadi empat kategori: <i>signature blend</i>; <i>exotis spices blend</i>; <i>refreshment blend</i>; dan <i>mixology blend</i>. Setelah itu <i>staff</i> akan mengecek ketersediaan jenis jamu untuk ukuran tersebut.</p>
<p>Usai konfirmasi ketersediaan, jamu <i>pre-made</i> akan diambil dari <i>chiller</i>, dikocok, kemudian dituangkan kedalam gelas.</p> 
<p>Jamu disajikan diatas nampan bersama hiasan kembang adas.</p>
<p>Selang 7-10 menit, pada jamu 'Kayu Manis Sitrus (<i>Exotis Spices Blend</i>) - 50ml', terbentuk endapan rempah yang terlihat kasar dan acak. Butiran yang signifikan memisahkan diri dari cairan oranye dan mengubah warna cairan menjadi lebih jernih.</p> 
<p>Sedangkan pada jamu 'Temu Kunci (<i>Mixology Blend</i>) - 150ml', terdapat campuran kunyit menghasilkan butiran endapan yang sangat halus. Butiran halus ini tidak terlihat memisahkan diri dari cairan, malahan sangat menyatu sehingga dapat mempertahankan warna kuning semula. Campuran ini sedikit lebih kental dari jamu 'Kayu Manis Sitrus'.</p> <p>Kemudian varian 'Sari Jamu Sehat (<i>Refreshment Blend</i>) - 25ml' memiliki tingkat kekentalan yang menyerupai madu, namun tentunya lebih encer dibanding madu. Sedikit kental tetapi mudah ditelan. Tidak terdapat endapan pada varian ini, sebagaimana komponen penyusunnya terdiri dari berbagai sari buah.</p> 

Tabel 8. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Suwe Ora Jamu Menu C  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'SOJAMU: SEREH TELANG' (DIBAWA PULANG)</p> <p>Seri 'SoJamu' disimpan dalam kemasan kaleng yang diletakkan pada <i>chiller</i>. Seri ini dapat langsung dikonsumsi dalam keadaan dingin. Bahan bakunya terbuat dari campuran bahan alami dan soda.</p>	
	
<p>space untuk mencoba jamu seduh <i>sachet (teabag)</i></p>	
	

#### 4. KESIMPULAN

Dari observasi, wawancara, studi literatur, studi mandiri yang telah dilakukan, berikut kesimpulannya:

1. Mayoritas pelanggan yang mengkonsumsi jamu adalah perempuan remaja dan dewasa. Sebaran angka berada pada kisaran 65% (Acaraki Jamu), dan 50% (Suwe Ora Jamu).
2. Industri jamu terus mengalami modifikasi baik dari segi penyajian, atribut, maupun menu.
3. Variasi menu jamu modern berhasil memikat minat anak muda meskipun menuai pro-kontra akibat filosofi jamu sendiri yang menghindari penggunaan bahan buatan guna menyehatkan tubuh.
4. *Brand* 'jamu modern' telah memanfaatkan teknologi dan peralatan modern untuk efektivitas, efisiensi, presentasi, higienitas, dan pengalaman baru bagi konsumen.
5. Menanggapi kontra tentang modifikasi bahan baku, kunci dari mengkonsumsi jamu sendiri adalah keselarasan antara raga, pikiran, dan jiwa (*body, mind, spirit*). Selama keselarasan tersebut dan sikap konsisten yang berkeinginan menyehatkan diri dipelihara, niscaya khasiatnya akan berdampak pada tubuh.
6. Modifikasi jamu pada *brand* "Acaraki Jamu" berusaha melibatkan petani Cinaraga untuk memperoleh standarisasi kualitas (tumbuhan yang tumbuh di tempat berbeda memiliki kandungan dan rasa yang berbeda pula).
7. Takaran jamu modern memiliki volume standar dengan rentang 25ml, 50ml, 125ml, 150ml, dan 250ml-300ml.
8. Jamu modern sangat bisa disajikan dingin dengan fasilitas pendingin.
9. Jamu modern bisa disajikan dengan cara *take away* yang sangat memudahkan konsumen modern.
10. Unsur dekorasi saat penyajian jamu, misalkan potongan jeruk nipis atau *garnish* adas, memberikan presentasi yang lebih cantik dan profesional.
11. Penyedia jamu modern menyediakan pelengkap sajian jamu yang lebih modern pula, seperti misalkan pisang goreng (Suwe Ora Jamu), atau kue dengan krim *infused* jamu (Acaraki Jamu), memberikan pengalaman baru bagi konsumen.
12. Kafe jamu modern telah menggunakan bahan kering dalam racikannya untuk menjaga keawetan dan kualitas bahan.
13. Varian menu produk lainnya yang melibatkan kopi dan teh sering ditemukan

14. *Brand* 'jamu modern' menawarkan pengalaman baru meracik jamu sembari menyelipkan unsur edukasi, dilengkapi atribut unik, dan fasilitas cantik.
15. Target pasar menengah ke atas yang disasar brand jamu modern dalam studi kasus ini dirasa merupakan strategi yang tepat agar budaya minum jamu lebih mendapat tempat eksklusif.
16. Salah satu brand studi kasus juga semakin gencar melibatkan anak muda dalam promosinya (bekerja sama dengan Farmasi membuka cabang di Universitas Gadjah Mada).
17. Mulai cukup banyak terlihat brand lain yang mengusung tema jamu modern, baik sebagai minuman ataupun produk dan jasa lain (kelas jamu, perawatan tubuh, dan lainnya). Hal ini dinilai baik dan pertanda jamu semakin diapresiasi oleh masyarakat muda.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tanpa Tahun. "ASEAN Ceramics Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product, By Application (Sanitary Ware, Table & Ornamental Ware, Abrasives, Bricks), By End-Use, And Segment Forecasts, 2018 - 2025". Grand View Research. Diakses tanggal 9 Oktober 2022. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/asean-ceramics-market>
- [2] Beers, S. J. 2001. *Jamu: The Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*. Singapura: TUTTLE Publishing.
- [3] Endarto, D. (2012). "Lambang Kerajaan WILWATIKTA (Majapahit)". Wilwatikta Online Museum. Diakses tanggal 11 September 2022.
- [4] Gardjito, M., dkk. (2018). *Jamu: Pusaka Penjaga Kesehatan Bangsa, Asli Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [5] Mubah, A. S. (2011). Strategi Meningkatkan Daya Tahan Budaya Lokal dalam Menghadapi Arus Globalisasi. 24(4), 302–308.
- [6] Putri, D. F., Ritonga, H. M., Murdiati, V., & Zainul, R. (2018). A REVIEW WHAT IS HYDROTHERMAL?.
- [7] Sukini. (2018). *Jamu Gendong: Solusi Sehat Tanpa Obat*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- [8] Suneki, S. (2012). Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, II(1), 307–321.
- [9] Tanudirjo, D. A. (Eds). (2014). *Inspirasi Majapahit*. Yogyakarta: Yayasan Arsari Djojohadikusumo, Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mada, Universitas Udayana, dan Universitas Hasanuddin.
- [10] Tilaar, Martha dan Bernard T. Widjaja. 2015. *The Tale of Jamu: The Green Gold of Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Printer.
- [11] TIM PENYUSUN PUSAT DATA DAN SISTEM INFORMASI. (2020). *STATISTIK EKONOMI KREATIF 2020*. Jakarta Pusat: PUSAT DATA DAN SISTEM INFORMASI KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/ BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF RI
- [12] Widodo, A. (2020). Nilai Budaya Ritual Perang Topat Sebagai Sumber Pembelajaran IPS Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah Dasar. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v5i1.6359>

## POTENSI KARYA GAMBAR ANAK SEBAGAI BASIS MODEL KARAKTER 3D

Bernardus Andang P. Adiwibawa<sup>1</sup>, Deddy Award Widya Laksana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

<sup>2</sup> Program Studi D4-Animasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Imam Bonjol 207, Semarang, Indonesia

e-mail: andangprast@dsn.dinus.ac.id<sup>1</sup>, deddyaward.widyalaksana@dsn.dinus.ac.id<sup>2</sup>

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*Children's drawings have many unique things in them, despite their expressions. Some creative actors have been published and used children's drawings as a creative basis for their works. It shows that children's drawings have the potential to be developed for further creative processes. This research was conducted to examine the extent to which the creative potential of children's drawings, at a certain level of development, can be used as a basis for creating three-dimensional (3D) characters. The method used is an experimental method with child subjects to create works which are then used as a basis for model creation or 3D character modeling of a story. The results show that children at a certain level of development can produce works that can be used as a creative basis or to create 3D model character works.*

**Keywords:** drawing, children, pre-school, 3D modelling, character

### ABSTRAK

*Gambar anak, menyimpan banyak hal unik di dalamnya, selain sebagai ekspresi mereka. Beberapa pelaku kreatif, terpublikasi pernah memanfaatkan gambar anak sebagai basis kreatif atau penciptaan karya-karya mereka. Hal itu menunjukkan bahwa gambar anak memiliki potensi untuk dikembangkan bagi proses kreatif selanjutnya. Penelitian ini dilakukan untuk memeriksa sejauh mana potensi kreatif gambar anak, pada tingkat perkembangan tertentu, untuk digunakan sebagai basis penciptaan karakter trimatra (3D). Metode yang dipakai adalah metode eksperimen dengan subyek anak untuk menciptakan karya yang kemudian digunakan sebagai basis penciptaan model atau pemodelan 3D karakter sebuah cerita. Hasilnya menunjukkan bahwa anak-anak pada tingkat perkembangan tertentu dapat menghasilkan karya yang dapat digunakan sebagai basis kreatif atau penciptaan karya karakter model 3D.*

**Kata Kunci:** gambar, anak, usia dini, pemodelan 3D, karakter

### 1. PENDAHULUAN

Gambar anak adalah sesuatu hal unik dan bisa memberi informasi yang tepat mengenai anak-anak yang menggambarinya [1]. Gambar anak dapat pula digunakan sebagai bagian dari terapi yang disebut dengan *Graphical Imagery Therapy* [2]. Dari karakteristik gambarnya, kita bahkan dapat mengetahui tahap perkembangan anak-anak [3].

Viktor Lowenfeld dan W. Lambert Brittain, sebagaimana dikutip oleh Aini Loita, menyebutkan bahwa ada 5 tahap perkembangan gambar anak (Loita, 2017). Kelima tahap perkembangan itu adalah sebagai berikut; *pertama*, tahapan coreng-moreng (*The Scribbling Stage*), yaitu berlaku bagi anak berusia 2 sampai 4 tahun (masa pra sekolah) dimana anak menciptakan goresan coreng-moreng dengan arah yang belum terkendali dan merupakan pengalaman kegiatan motorik. Periode coreng-moreng terbagi dalam tiga tahapan, yakni dari *corengan tak beraturan*, *corengan terkendali*, sampai pada *tahap corengan bernama*.

Tahap *kedua* adalah tahapan pra-skematik (*The Preschematic Stage*), dimana anak berusia 4 sampai dengan 7 tahun (kurang lebih usia Pendidikan Sekolah Taman Kanak-Kanak) sudah mulai semakin menguasai gerakan-gerakan tangannya dan telah menyadari adanya hubungan antara bentuk-bentuk yang digambarkannya dengan bentuk-bentuk yang menjadi perhatiannya.

*Ketiga*, adalah tahapan bagan (*The Schematic Stage*), adalah tahap yang berlaku bagi anak berusia 7 sampai 9 tahun, dimana anak dapat membuat bentuk-bentuk yang diciptakan secara berulang-ulang seperti segitiga, bundar, lonjong, atau segi empat digunakan untuk menggambar tubuh, bagian kaki, tangan, atau pakaian dalam menggambarkan manusia. Ciri yang menarik pada gambar anak di tahap ini adalah penggunaan sejumlah garis dasar tempat menggambarkan dasar obyek-obyek gambarnya berdiri, meskipun sering kali menampilkan tampak terbalik atau rebahan.

Tahap keempat adalah tahap realisme awal (*The Early Realism Stage*). Pada tahap ini, anak usia 9 sampai 12 tahun semakin terlihat kesadaran visualnya. Anak mulai memperhatikan rincian, dan mulai terlihat adanya kesadaran untuk menghias atau mengisi obyek gambar. Pada tahap ini pula, anak sudah dapat membedakan gender dan jenis kelamin (maskulin/ feminine dan laki-laki/perempuan).

Tahap terakhir adalah tahap naturalistik semu (*The Pseudo-Naturalistic Stage*). Tahap ini terjadi pada anak berusia 12 sampai 14 tahun. Anak menjadi kritis terhadap karyanya sendiri, dan kegiatan menggambar merupakan akhir dari kegiatan spontan.

Di sisi lain, beberapa orang seniman yang tergabung dalam *themonsterproject.org*, memanfaatkan gambar-gambar yang dibuat anak-anak untuk membantu mereka mengenali kekuatan imajinasi mereka dan mendorong mereka untuk mengembangkan potensi kreatifitasnya [4]. Gambar yang dibuat anak-anak tersebut kemudian dibuat ilustrasinya, baik dalam bentuk dwimatra (2D) maupun trimatra (3D). Seniman lain yang secara pribadi melihat potensi gambar anak adalah Wilma Traldi, yang juga seorang ibu rumah tangga, membuat boneka plushie (boneka dari kain) dari gambar-gambar anak [5]. Sementara, seorang ibu rumah tangga asal Turki, mengembangkan gambar anak untuk menciptakan kreasi kalung [6].

Karakter gambar anak-anak, imajinasi dan potensi kreatifnya, menjadi dasar bagi penelitian mengenai gambar anak sebagai basis model karakter 3D. Berbeda dengan apa yang dilakukan oleh *themonsterproject.org*, maupun Wilma Traldi dimana anak-anak dibebaskan untuk berimajinasi dan mengembangkan gambar berdasar imajinasi bebas, penelitian ini memiliki tema yang harus anak-anak ikuti. Hal ini dilakukan untuk memeriksa sejauh mana anak menafsirkan tema, berimajinasi sekaligus mengembangkannya dalam bentuk gambar. Adapun tema yang dipaparkan pada anak adalah karakter sebuah cerita rakyat.



Gambar 1 : Gambar anak yang digubah menjadi ilustrasi oleh *themonsterproject.org* (kiri); boneka plushie karya Wilma Traldi yang dibuat berdasar gambar anak (tengah); dan kalung karya Yasemin Erdin (kanan).

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil subyek anak-anak di tingkat pendidikan anak usia dini (PAUD). Pertimbangannya adalah bahwa, pendidikan anak di usia dini adalah dasar atau basis bagi perkembangan kehidupan anak dewasa nanti (Huliyah, 2016; Hura & Mawikere, 2020; Lase, 2017). Pada ranah operasional, pendidikan anak usia dini ini meliputi pembinaan tumbuh kembang menyeluruh; aspek fisik

dan nonfisik melalui rangsangan sensorik-motorik, akal pikiran, emosional, sosial dan spiritual (Huliyah, 2016).

Pemilihan tema cerita rakyat, didasarkan pada kemanfaatan cerita rakyat dalam menanamkan nilai-nilai moral pada anak [7]. Ini berarti bahwa melalui kegiatan menggambar, anak juga diajarkan mengenai nilai-nilai moral baik yang ada dalam cerita rakyat/ tradisi.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian untuk perancangan ini menggunakan paradigma positifisme, dengan metode kuantitatif berjenis penelitian eksperimen. Dari tiga macam penelitian eksperimen, penelitian ini menggunakan penelitian eksperimen dengan rancangan eksperimen-kuasi tanpa kelompok kontrol atau rancangan tanpa pengukuran praperlakuan [8].

Jenis penelitian eksperimen dengan rancangan eksperimen-kuasi tanpa kelompok kontrol atau rancangan tanpa pengukuran, dulu disebut juga *one-shot case study* [8]. Secara umum, mengikuti Hastjarjo dalam penelitiannya mengenai perilaku konformitas siswa sebuah SMA di Kota Solo, penelitian ini memberi paparan cerita pada satu kelompok saja dan kemudian diberi instruksi menggambar apa yang dipersepsikan.

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap. *Pertama*, sekelompok anak diberi paparan cerita rakyat tradisional; dalam hal ini adalah cerita Timun Emas. Tujuan memaparkan anak pada cerita ini adalah agar anak mengenali karakter-karakter utama dalam kisah ini, sekaligus menafsirkan dan mengimajinasikan sifat atau kepribadian karakter.

*Kedua*, anak yang sudah terpapar cerita kemudian diminta untuk menggambarkan karakter yang diinginkan. Kemudian masing-masing anak menggambarkan karakter atau tokoh protagonist dan karakter antagonisnya dari cerita itu.

Kemudian, langkah ketiga, dari sisi peneliti, dilakukan seleksi atas gambar-gambar yang akan digunakan sebagai dasar pengembangan karakter 3D. Langkah terakhir adalah mengembangkan beberapa gambar anak yang telah diseleksi menjadi model karakter 3D.

Subyek penelitian, yaitu anak pada tingkat PAUD, diambil dari salah satu PAUD yang ada di Kota Semarang, yaitu PAUD Pelangi Kasih di Kecamatan Gayamsari. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan akses terhadap lembaga tersebut. Asumsi yang dibawa adalah bahwa pada anak usia PAUD di manapun memiliki tingkat perkembangan yang sama, sehingga dengan studi kasus di PAUD Pelangi Kasih, dapat mewakili keberadaan anak pada usia yang sama.

Sementara metode pengembangan model karakter 3D dilakukan melalui tahap sebagai berikut; *pertama*, menetapkan acuan visual. Penetapan acuan visual ini dalam beberapa literatur, disebut juga sebagai *referencing* [9], *desain obyek* [10], *Concept Art* [11].

Setelah acuan visual ditetapkan, langkah *kedua* adalah melakukan pemodelan 3D. Ada beberapa tipe pemodelan 3D, yang secara dasar dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori: pemodelan *primitive modelling* atau *solid modelling*, *wireframe modelling* dan *surface modelling* [12]. Dalam penelitian untuk perancangan ini tipe pemodelan yang digunakan adalah *solid modelling*.

## 3. PEMBAHASAN

### 3.1. Pemaparan Cerita Rakyat

Cerita rakyat yang dipaparkan pada anak adalah cerita atau kisah Timun Emas. Kisah ini diambil karena relatif dikenal baik oleh anak. Sebuah brand minuman yang terkenal di Indonesia bahkan menggunakan kisah ini untuk menyampaikan pesan komersialnya [13]. Dengan demikian, diharapkan anak-anak akan relatif mudah mengimajinasikan kisah dan tokoh-tokoh yang ada dalam kisah ini.

Kisah Timun Emas yang diceritakan pada anak, dimulai sejak awal; bagaimana sepasang suami istri yang berharap memiliki anak diberi bibit mentimun untuk ditanam. Pemberian bibit mentimun itu mengandung syarat bahwa jika anak itu kelak besar, akan diminta kembali oleh sang pemberi yang adalah sesosok raksasa. Dari buah mentimun yang dihasilkan, yang adalah mentimun Emas, saat dibelah di dalamnya terdapat seorang bayi perempuan.

Jadi, setidaknya ada beberapa karakter utama dalam kisah ini. *Pertama*, adalah karakter suami istri (Bapak-Ibu), *Kedua*, karakter Timun Emas, bayi maupun anak-anak. Dan *ketiga*, karakter raksasa.

Jumlah anak yang kepada mereka dipaparkan cerita atau kisah Timun Emas sejumlah 20 anak. Paparan dilakukan dalam waktu sekitar 30 menit cerita dan 15 menit untuk memeriksa pemahaman anak akan cerita ini.

### 3.2. Gambar Anak

Anak-anak kemudian menggambarkan apa yang mereka pahami. Dari 20 anak, dipilih beberapa gambar yang relatif representatif menggambarkan tokoh-tokoh yang ada dalam cerita atau kisah Timun Emas.

Ada 3 gambar terpilih dari 20 anak itu. Ketiga gambar itu terdiri dari 1 gambar raksasa dan 2 gambar tokoh Timun Emas dalam variasi yang berbeda.



Gambar 2 : Gambar anak yang merepresentasikan raksasa (kiri), Timun Emas versi 1 (tengah) dan Timun Emas versi 2 (kanan)

Dari ketiga gambar itu dapat dilihat hal-hal sebagai berikut; pilihan karakter ada pada raksasa dan karakter Timun Emas. Nampaknya, anak-anak menangkap dengan baik dua karakter ini dan mampu mengimajinasikannya. Hal ini berarti kedua tokoh dalam cerita atau kisah Timun Emas ini dapat mereka kenali dengan baik. Sedangkan tokoh suami istri kurang mendapat perhatian.

Pada gambar raksasa, anak dapat menggambarkan figur yang tidak biasa; berkepala belah (tidak membulat), mata lebar dan mulut ternganga. Kulit raksasa ini merah muda (pink) dengan lengan dan kaki lebar tidak proporsional dengan badannya.

Sementara itu dua varian karakter Timun Emas digambarkan anak dengan ukuran yang proporsional. Kepala, badan, kaki-tangan yang relatif normal. Hanya beda keduanya adalah versi 1 menggambarkan anak perempuan seperti kebanyakan, berbaju (atasan-bawahan) normal. Anak perempuan itu berambut panjang dengan kulit kecoklatan.

Timun Emas versi 2 menggambarkan anak perempuan dengan balutan kostum membulat seperti ketimun. Anak perempuan itu berambut pendek dengan dua kunciran.

Beberapa hal yang dicatat dari proses anak-anak menggambar adalah bahwa mereka dapat membedakan apa itu figur raksasa dan figur anak (dengan jenis kelamin perempuan). Hal itu Nampak dari perwujudannya dan sifat-sifat fisik yang digambarkan; proporsi anggota tubuh, warna kulit, bentuk rambut, dsb.

### 3.3. Modeling 3 D

Dari tiga gambar yang ditetapkan sebagai acuan tersebut, kemudian dilakukan pemodelan trimatra (3D). Tipe pemodelan yang dipakai adalah pemodelan primitif (*primitive modelling* atau *solid modelling*). Tipe pemodelan ini dipilih sebagai bagian dari rencana lanjut membuat karakter ini untuk dianimasikan. Pemodelan primitif atau pemodelan padat dalam proses penganimasian digunakan karena mudah dalam penentuan pose-pose karakter dan mudah penganimasianannya.

Aplikasi pemodelan menggunakan Blender yang adalah aplikasi bebas (free), bersifat *open-source*, dan mendukung semua jalur untuk animasi seperti, UV mapping, penteksturan, pencahayaan, penganimasian hingga *rendering*. Proses pemodelan dibantu oleh *modeler artist* hingga tahap *rigging*, sementara penteksturan dsb. belum dilakukan. Hasil pemodelan dapat dilihat pada gambar berikut ini:

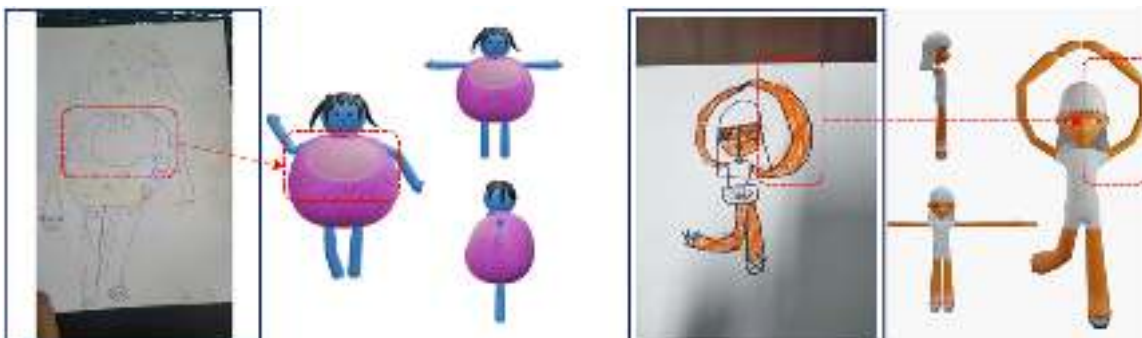


Gambar 3: Model trimatra raksasa (kiri), Timun Emas versi 1 (tengah) dan Timun Emas versi 2 (kanan)

Dari pengembangan tiga gambar anak menjadi model ini, nantinya akan digunakan sebagai karakter yang dapat dikembangkan menjadi suatu karya animasi.

Catatan dari proses pemodelan adalah bahwa dibutuhkan penyesuaian dari acuan visual. Gambar anak yang menjadi acuan visual, meski secara umum menunjukkan proporsi yang tepat, terutama karakter anak/ Timun Emas, tetap perlu penyesuaian. Penyesuaian itu dilakukan untuk menyempurnakan proporsi saja.

Dalam kasus ini, gambar Timun Emas disesuaikan sedemikian rupa agar *modelingnya* menjadi lebih proporsional. Contohnya sebagai berikut:



Gambar 4: Penyesuaian Dari Acuan Visual Pada Modelling Karakter

#### 4. KESIMPULAN

Dari proses penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan. *Pertama*, eksperimen yang dilakukan peneliti menunjukkan hanya 3 dari 20 anak yang memiliki kualitas gambar relatif baik. Akan tetapi, bukan berarti 17 lainnya tidak baik, tetapi untuk kepentingan pengembangan karakter 3 karya anak itu relatif mudah dikembangkan untuk penelitian ini. Sehingga bisa dikatakan anak-anak pada usia 4-7 tahun yang ada pada tahap pra-skematik, memiliki kemampuan yang relatif baik dalam menangkap kisah, mengimajinasikan dan mengekspresikannya dalam gambar.

*Kedua*, dalam pemodelan karakter dibutuhkan sedikit penyesuaian dari acuan visualnya. Hal ini dilakukan agar karakter menjadi normal dan tidak terjadi deformasi. Pemodelan untuk proporsi normal ini penting mengingat karakter ini nantinya akan menjadi aset untuk karya animasi selanjutnya.

Karakter fiktif, seperti raksasa, di sisi lain, tetap dimodelkan sesuai acuan dimana deformasi masih diberi ruang. Jadi bentuk kepala, mata, tangan dan kaki digambarkan seperti acuan visualnya.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Terima kasih diucapkan kepada, Direktur LPPM Universitas Dian Nuswantoro beserta jajarannya, yang memberi pendanaan dan memungkinkan penelitian ini dilakukan. Juga diucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah PAUD Pelangi Kasih yang memfasilitasi penelitian di lapangan.

Terakhir diucapkan terima kasih kepada Rektor Institut Desain dan Bisnis (IDB) Bali, khususnya seluruh jajaran kepanitiaan Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi (SENADA) 2023, yang telah menyediakan wahana deseminasi hasil penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Farokhi and M. Hashemi, "The analysis of children's drawings: Social, emotional, physical, and psychological aspects," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 30, pp. 2219–2224, 2011, doi: 10.1016/j.sbspro.2011.10.433.
- [2] S. Sajjad, S. Mohsin, S. Riaz, and A. H. Abdullah, "Enemy Character Design for Graphical Imagery Therapy(GIT) Game," *Int. J. Inf. Educ. Technol.*, vol. 2, no. 4, pp. 345–347, 2012, doi: 10.7763/ijiet.2012.v2.148.
- [3] A. Loita, "Karakteristik Pola Gambar Anak Usia Dini," *Early Child. J. Pendidik.*, vol. 1, no. 1, pp. 44–57, 2017, doi: 10.35568/earlychildhood.v1i1.52.
- [4] Admin, "What is The Monster Project," *themonsterproject.org*. <https://themonsterproject.org/faq> (accessed Jan. 31, 2023).
- [5] R. Tiarasari and S. Agustina, "Kreatif! Hanya Berbekal Coretan Anak Kecil Seniman Ini Mengubahnya Menjadi Boneka Lucu," *travel.tribunnews.com*, 2017. <https://travel.tribunnews.com/2017/04/29/kreatif-hanya-berbekal-coretan-anak-kecil-seniman-ini-mengubahnya-menjadi-boneka-lucu> (accessed Jan. 25, 2023).
- [6] F. Frisca, "Menghidupi 10 Coretan Anak yang Diubah Jadi Kalung Unik," *www.fimela.com*, 2016. <https://m.fimela.com/lifestyle/read/2563287/menghidupi-10-coretan-anak-yang-diubah-jadi-kalung-unik> (accessed Jan. 25, 2023).
- [7] N. Nurhayati, F. Fitriana, A. Amrullah, A. Agusniatih, and S. Awalunisah, "The Influence Of Storytelling Method Towards Moral Values Planting In PAUD Tunas Tadulako Palu," *J. Indria (Jurnal Ilm. Pendidik. Prasekolah dan Sekol. Awal)*, vol. 5, no. 1, pp. 52–59, 2020, doi: 10.24269/jin.v5n1.2020.pp52-59.
- [8] T. D. Hastjarjo, "Rancangan Eksperimen-Kuasi," *Bul. Psikol.*, vol. 27, no. 2, p. 187, 2019, doi: 10.22146/buletinpsikologi.38619.
- [9] H. Daruwedho, B. Sasmito, and F. A. Janu, "Aplikasi Fotogrametri Jarak Dekat Untuk Pemodelan 3D Gereja Blenduk Semarang," *J. Gedesi Undip*, vol. 5, no. April, pp. 200–207, 2016, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/geodesi/article/download/8517/8281>.
- [10] P. R. Simamora, S. A. Zega, and S. St, "Perancangan 3D Modeling Dan Vfx Water Simulation Dalam Animasi 3D Berjudul 'Blue & Flash,'" *J. Appl. Multimed. Netw.*, vol. 3, no. 2, pp. 2548–6853, 2019, [Online]. Available: <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN/article/download/1429/987>.
- [11] F. Saputro and A. F. Sofyan, "Perancangan Karakter Dan Animasi Bertarung Pada Film Animasi 3D 'Khamp,'" *Data Manaj. dan Teknol. Inf.*, vol. 13, no. 2, p. 15, 2012, [Online]. Available: <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/dasi/article/viewFile/95/81>.
- [12] L. Ortiz, "The 4 Main Types of 3D Modeling – Simply Explained," *all3dp.com*, 2020. <https://all3dp.com/2/types-of-3d-modeling/> (accessed Feb. 01, 2023).
- [13] O. Taruna, *Kelahiran Timun Mas - 45s*. Indonesia: youtube.com, 2019, p. <https://www.youtube.com/watch?v=7IEy1pTWIOU>.

## RE-DESAIN TEMPAT PENGOLAHAN SAMPAH DESA SIBANG KAJA

Ayu Putu Utari Parthami Lestari<sup>1</sup>, I Nyoman Adi Artawan Putra<sup>2</sup>, I Made Sindu Saputra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ngurah Rai  
Jalan Kampus Ngurah Rai, Denpasar, Indonesia

e-mail: [utari.parthami@unr.ac.id](mailto:utari.parthami@unr.ac.id)<sup>1</sup>, [adiartawan220601@gmail.com](mailto:adiartawan220601@gmail.com)<sup>2</sup>, [sindusaputra156238@gmail.com](mailto:sindusaputra156238@gmail.com)<sup>3</sup>

Received: March, 2023	Accepted: March, 2023	Published: March, 2023
-----------------------	-----------------------	------------------------

### ABSTRACT

Waste is one of the thorny urban problems that require attention to maintain environmental sustainability and the health of living things. Improper waste management will cause damage and pollution to the environment. Increased development, population growth, social activities, and socioeconomic levels of human beings are alleged to have contributed to the increase in waste production. The behavior of people who do not choose waste, to the limited efforts of waste management is the main cause of the unresolved waste problem so far. In urban development, the current waste management goals are closely related to the previous TPS design which was inadequate because it was supposed to be a place where waste could be sorted and recycled. TPS Sibang Kaja, one of the area-based waste services, has also not implemented waste sorting and processing. The garbage is only temporarily accommodated there and then taken directly to the landfill by the garbage truck. The volume of waste becomes the same at TPS to landfill. Therefore, it is necessary to conduct a TPS design study in Sibang Kaja to support waste settlement. The re-design aims to reduce, reuse, recycle (3R), and process organic waste as fertilizer so that the burden of waste and its amount is considered. transported by landfill is reduced.

**Keywords:** re-design, Sibang Kaja, TPS 3R

### ABSTRAK

Sampah adalah salah satu permasalahan pelik perkotaan yang memerlukan perhatian guna mempertahankan kelestarian lingkungan dan kesehatan makhluk hidup. Pengelolaan sampah tidak tepat akan menyebabkan kerusakan dan pencemaran lingkungan. Peningkatan pembangunan, pertumbuhan penduduk, aktivitas sosial dan tingkat sosial ekonomi manusia disinyalir berkontribusi atas meningkatnya produksi sampah. Perilaku masyarakat yang tidak memilah sampah, hingga terbatasnya upaya pengelolaan sampah menjadi penyebab utama belum terselesaikannya masalah sampah selama ini. Di pembangunan perkotaan, tujuan pengelolaan sampah saat ini berhubungan erat dengan desain TPS sebelumnya yang kurang memadai karena disana seharusnya menjadi tempat sampah dapat dipilah dan didaur ulang. TPS Sibang Kaja sebagai salah satu pelayanan sampah berbasis wilayah, juga belum menerapkan pemilahan dan pengolahan sampah. Disana, sampah hanya ditampung sementara kemudian langsung dibawa ke TPA dengan truk sampah. Volume sampah menjadi sama di TPS hingga TPA. Oleh karena itu, dirasa perlu melakukan kajian desain TPS di Sibang Kaja guna mendukung penyelesaian persampahan. Tujuan re-desain adalah untuk mengurangi, menggunakan kembali, mendaur ulang (3R) dan mengolah sampah organik sebagai pupuk, sehingga beban sampah dan jumlahnya diperhatikan. diangkut oleh TPA berkurang.

**Kata Kunci:** redesain TPS, Sibang Kaja, TPS 3R

### 1. PENDAHULUAN

Sampah adalah salah satu masalah utama yang harus diperhatikan, terutama untuk memelihara kelestarian dan kesehatan lingkungan. Dalam UU RI no 18 tahun 2008 disebutkan bahwa sampah adalah

sisia kegiatan sehari-hari manusia dan / atau proses alam yang berbentuk padat[1]. Sampah sebagai limbah yang bersifat padat terdiri dari bahan organik dan bahan anorganik yang dianggap tidak berguna lagi dan harus dikelola agar tidak membahayakan lingkungan dan melindungi investasi pembangunan [2]. Pada skala perkotaan, volume sampah yang tidak terkendali akan mengakibatkan rusaknya lingkungan yang menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan. Secara konvensional, saat menangani masalah sampah, sebagian besar warga masih mengandalkan unsur pengumpulan sampah kemudian dibakar dan dibuang atau, dikumpulkan, diangkut dan selanjutnya sampah lagi-lagi dibuang ke TPA.

Desa Sibang merupakan sebuah desa yang berada di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Seperti banyak desa di Bali, disini terbentang alam yang masih terjaga. Membangun paradigma warga tidak mengenai pengelolaan sampah dalam rangka menjaga lingkungan yang asri, tidak semudah yang dibayangkan. Perlu kolaborasi antara semua pihak, baik rakyat, pemerintah bahkan pihak ketiga. Selain itu diharapkan juga model dan teladan yang positif dan konsistensi pihak-pihak pengambil kebijakan. Padahal pengelolaan sampah dapat dilakukan dengan cara-cara sederhana, seperti mengadakan berbagai macam aktivitas pemberdayaan warga. Sebagian penduduk Desa Sibang Kaja sendiri dirasa belum menerapkan konsep 3R dalam pengelolaan sampahnya (Reduce, Reuse, Recycle). Berdasarkan pengamatan, di desa hanya tersedia TPS sederhana yang belum mempunyai konsep pengolahan atau pemilahan sampah organik dengan non-organik, selain warga kurang sadar akan pentingnya pengelolaan sampah dengan baik. Pemilahan sampah yang belum menggunakan konsep 3R, dan masih melakukan penimbunan dan pembakaran sampah di desa.

Pengurangan sampah rumah tangga di Indonesia diupayakan melalui pendekatan batasi sampah (Reduce), guna ulang sampah (Reuse), dan daur ulang sampah (Recycle), yang selanjutnya dikenal 3R. Pengurangan sampah dengan pendekatan 3R ini dilakukan baik oleh masyarakat maupun pelaku bisnis sebagai penghasil sampah. Pada tahap ini, secara prinsip peran pemerintah adalah membantu menetapkan target pengurangan sampah secara bertahap dalam kurun waktu tertentu dan memfasilitasi penerapan teknologi ramah lingkungan, label ramah lingkungan, kegiatan 3R dan pemasaran produk daur ulang [3]. Kebijakan 3R di Indonesia sudah mulai diimplementasikan sejak tahun 2012 dan selalu dilakukan penguatan kebijakan dengan revisi atau perubahan peraturan terkait.

TPS 3R adalah salah satu infrastruktur pendukung dalam pengurangan sampah. Berdasarkan Permen PU No. 3/2013, TPS 3R adalah tempat dilaksanakannya kegiatan pengumpulan, pemilahan, penggunaan ulang, dan pendauran ulang untuk skala kawasan. Program TPS 3R ini pada prinsipnya bertujuan untuk mengurangi kuantitas dan/atau memperbaiki karakteristik sampah, yang akan diolah secara lebih lanjut di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) sampah dan berperan dalam menjamin semakin sedikitnya kebutuhan lahan untuk penyediaan TPA sampah di perkotaan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menekankan pada pelibatan masyarakat dan pemerintah daerah, pemberdayaan masyarakat dan pemerintah daerah serta pembinaan dan pendampingan Pemerintah Daerah untuk keberlanjutan TPS 3R [4].

TPS yang tersedia belum memanfaatkan konsep 3R karena kurangnya dana dan lahan yang tersedia masih terbatas. Maka perlu dilakukan upaya pemugaran fungsi TPS yang agar dapat melakukan pelayanan terhadap warga secara optimal. Diperlukan juga cara jitu untuk menyadarkan warga akan pentingnya pengelolaan sampah, sehingga bisa bertanggung jawab atas sampah yang diterima setiap orang dan menyelesaikan masalah sampah di wilayahnya.

Sampah yaitu limbah yang sudah tidak terpakai lagi - limbah dari rumah, pasar, kantor, rumah kos, hotel, restoran, industri, bahan bekas dan besi tua. bekas kendaraan bermotor. Sampah merupakan hasil sampingan dari aktivitas manusia sudah digunakan [5]. Pengelolaan sampah, di sisi lain, adalah kegiatan yang sistematis, komprehensif. Sampah mencakup aspek lain seperti pengelolaan, pembiayaan, regulasi, partisipasi masyarakat seperti penghasil sampah.

Ada 3 jenis sampah yang berbeda yang dikemukakan oleh Sucipto (2012)[5] yaitu:

- 1) Sampah organik  
Sampah yang berasal dari alam. Sampah organik dibagi menjadi 2 yaitu organik kering dan basah. sampah organik yang basah berarti mengandung air yang cukup banyak.
- 2) Sampah anorganik  
Sampah anorganik tidak berasal dari makhluk hidup. Sampah ini berasal dari bahan yang diperbaharui maupun bahan berbahaya dan beracun. Jenis yang termasuk dalam kategori dapat digunakan kembali (recyclable).

### 3) Limbah B3

Limbah B3 merupakan jenis limbah yang tergolong beracun dan berbahaya bagi manusia. Biasanya jenis limbah ini mengandung merkuri, misalkan kaleng cat semprot, batu baterai, atau botol parfum. Namun, ada kemungkinan limbah tersebut mengandung racun berbahaya jenis lain.

Konsep tempat penampungan sampah 3R merupakan upaya pembuangan sampah dengan cara penggunaan kembali, pengurangan sampah dan daur ulang sampah dengan memanfaatkan konsep pengelolaan sampah (UU 18/2008) [1]:

1. *Reduce*, mengurangi semua pemborosan. misalnya dengan menggunakan tas belanjaan, mengganti kertas tissue dengan kain, atau membawa wadah makanan atau minuman untuk keperluan pribadi.
2. *Reuse* adalah penggunaan kembali sampah setelah diolah. Hal-hal yang dapat membuat konsep ini bersifat domestik antara lain memilih produk atau kemasan dengan label daur ulang yang akan dijadikan kompos.
3. *Recycle*, adalah dengan cara memanfaatkan kembali botol bekas sebagai perhiasan, drum bekas cat bisa digunakan sebagai tong sampah, botol bekas sebagai pot bunga, dll.

Penanganan sampah merupakan langkah lanjut untuk menangani sampah yang berasal dari kegiatan sebelumnya, yaitu pengurangan sampah. Aktivitas ini merupakan prosedur baku yang dikenal sebagai teknik operasional pengelolaan sampah dalam pengelolaan sampah di Indonesia, yang terdiri dari:

1. Pewadahan merupakan langkah awal yang harus dilakukan setelah sampah terbentuk yaitu dengan menyiapkan wadah yang sesuai dengan karakter sampah, termasuk pemberian warna yang berbeda serta penempatan yang sesuai dengan peran dan fungsinya.
2. Pengumpulan merupakan kegiatan penanganan sampah dalam bentuk pengambilan dan pemindahan sampah dari sumber sampah ke TPS atau tempat pengoahan sampah terpadu.
3. Pemindahan dan pengangkutan meruakan kegiatan penangan sampah yang membawa sampah dari sumber dan atau dari TPS atau dari tempat pengolahan sampah terpadu menuju ke TPA, baik yang dilakukan secara swadaya oleh penghasil sampah maupun oleh pemerintah kota. Titik terjadinya perpindahan dari pengumpulan ke pengangkutan disebut pemindahan.
4. Pengolahan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengubah karakteristik, komposisi, dan jumlah sampah agar lebih mudah ditangani atau lebih aman bilamana akan dikembalikan ke lingkungan.
5. Pemrosesan akhir merupakan kegiatan akhir yang dilakukan dalam bentuk pengembalian sampah dan atau residu hasil pengolahan sebelumnya ke media lingkungan secara aman (Damanhuri, 2016).

Menurut Permen PU No.3 Tahun 2013 Pasal 30 [6], TPS 3R harus memenuhi persyaratan teknis seperti:

1. Luas TPS 3R, lebih besar dari 200 m<sup>2</sup>;
2. Tersedia sarana untuk mengelompokkan sampah menjadi paling sedikit 5 (lima) jenis sampah;
3. TPS 3R dilengkapi dengan ruang pemilahan, pengomposan sampah organik, gudang, zona penyangga dan tidak mengganggu estetika lalu lintas.
4. Jenis pembangunan penampung sisa pengolahan sampah di TPS 3R bukan merupakan wadah permanen;
5. Penempatan lokasi TPS 3R sedekat mungkin dengan daerah pelayanan dalam radius tidak lebih dari 1 km;
6. Luas lokasi dan kapasitas sesuai kebutuhan;
7. Lokasinya mudah diakses;
8. Tidak mencemari lingkungan; dan
9. Memiliki jadwal pengumpulan dan pengangkutan.

Menurut Permen PU No. 3 Tahun 2013 Pasal 30 ayat (1) huruf (c) [6], fasilitas TPS 3R meliputi empat fasilitas utama yang wajib dimiliki seperti kontainer, mesin pencacah organik, *composting area* (area pengomposan) serta ruang penyimpanan. Selain itu, berdasarkan Dokumen Evaluasi TPS DLH DKI Jakarta Tahun 2019 [7], TPS 3R dilengkapi dengan tiga fasilitas penunjang lain seperti saluran air lindi, penampungan air lindi, dan penghijauan. Ketersediaan dan kelengkapan fasilitas yang dimiliki sangat mempengaruhi kinerja dari TPS 3R dikarenakan fasilitas- fasilitas tersebut merupakan hal terpenting dari keberadaan TPS 3R.

Sampah merupakan salah satu isu penting di dunia. Setidaknya 175 ribu ton sampah per hari dihasilkan dari seluruh Indonesia. Pemerintah RI sudah mengumumkan target pengurangan sampah hingga 30% pada tahun 2025, dan selain Bank Sampah, TPS 3R adalah jalan lain untuk pengurangan sampah ke TPA-TPA di Indonesia.

## **2. METODE PENELITIAN**

Waktu dilaksanakannya perencanaan ini selama 4 bulan, dimulai dari bulan Oktober 2022 hingga Januari 2022. Perencanaan dilaksanakan di Desa Sibang Kaja dengan mengambil lokasi eksisting TPST yang telah ada, yaitu di Jl. Pitu No. 99X, Sibang Kaja, Kec. Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara studi lapangan dan studi literatur dikumpulkan dibedakan menjadi dua data yaitu data primer dan data sekunder.

### **1. Data primer**

yaitu data yang diambil dari sumber nya langsung, yaitu Observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lapangan bertujuan untuk memperoleh data dengan studi lapangan secara terbatas. Dengan cara pengambilan dokumentasi menggunakan kamera dan catatan. Kegiatan observasi dilakukan dengan survey langsung ke lokasi TPS Desa Sibang Kaja.

### **2. Data sekunder**

yaitu data yang diambil dari sumber kedua, yaitu studi literatur. Studi literatur adalah teknik pengumpulan data melalui internet dan buku-buku menurut para ahli yang relevan dengan topik pengelolaan sampah berbasis 3R. Data sekunder yang dimaksud antara lain mengenai fasilitas-fasilitas yang harus tersedia pada TPS 3R di Desa Sibang Kaja.

Kerangka Perencanaan dapat dijelaskan melalui (1) mengidentifikasi masalah; (2) melakukan studi literatur; (3) pengumpulan data primer dan sekunder; (4) mengolah data; (5) melakukan desain perencanaan TPS 3R di Desa Sibang Kaja; dan terakhir (6) kesimpulan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Deskripsi Data**

Sibang Kaja merupakan salah satu dari 18 desa yang berada di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Wilayah desa Sibang Kaja terbagi menjadi 3 bagian yaitu persawahan, pemukiman warga dan sungai yang mengalir di sepanjang desa ini. Sebagian besar penduduk bekerja di sektor perkebunan yaitu penjualan bunga cempaka (*Magnolia champaca*) atau bercocok tanam komoditas lain.

Penduduk Desa Sibang Kaja berjumlah 5.846 jiwa. Dengan angka kelahiran pada tahun 2016 sebanyak 65 jiwa dan 53 kematian. Pada tahun 2016 tercatat 66 orang pendatang baru dan 20 novis tercatat sebagai angka migrasi. Desa Sibang Kaja juga merupakan desa dengan segudang keindahan alam yang masih dikelola dan dijaga. Pemilahan sampah sesuai konsep 3R (Reduction, Reuse, Recycle) belum diterapkan di kawasan Sibang Kaja.

### **3.2 Permasalahan Sampah di Desa Sibang Kaja**

Keberadaan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Desa Sibang Kaja awalnya sangat membantu dan memudahkan segala aktivitas. Secara sederhana, kantong plastik paling banyak digunakan sebagai tempat belanja masyarakat di Desa Sibang Kaja. Walau Provinsi Bali telah melarang kantong plastik sekali pakai, sedotan plastik, dan polistirena plastik (*styrofoam*) sejak 1 Juli 2019 melalui Peraturan Gubernur Provinsi Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai[8], yang sebelumnya juga telah ditetapkan dengan Peraturan Bupati Badung No 47 tahun 2018 tentang pengurangan penggunaan kantong plastik[9], namun nyatanya berdasarkan pengamatan di lapangan, sampah terbanyak di Desa Sibang Kaja adalah sampah plastik.

Keterbatasan tempat pengelolaan sementara (TPS), keterbatasan sumber daya manusia (SDM), keterbatasan alat, keterbatasan jaringan dan belum adanya regulasi desa menjadi enam masalah mendasar dalam pengelolaan sampah.

Ketersediaan lahan merupakan salah satu kebutuhan utama. Untuk TPS 3R, paling tidak diperlukan luas lahan 200m<sup>2</sup>[6]. Hal lain adalah sumber daya manusia juga menjadi kendala utama. Jumlah tenaga kerja jauh dari kebutuhan. Selain memiliki pengolahan limbah yang sangat terbatas, TPS 3R juga harus memiliki fasilitas perbaikan. TPS 3R juga merupakan jaringan yang siap menerima hasil sampah. Banyak pengepul yang mau menerima botol dan kaleng bekas atau sejenisnya. Namun, sampah plastik seperti kantong plastik, kemasan sampo, dan lain-lain sangat sedikit, dan harganya sangat murah, sehingga harus segera dicarikan solusi agar pengelolaan sampah berbasis sumber dapat segera dilaksanakan.

Desa Sibang Kaja sebagai salah satu desa di Bali yang dirasa memiliki karakteristik masyarakat yang seragam, sehingga diharapkan dapat menjadi perwakilan perencanaan TPS 3R bagi desa-desa lainnya.

### 3.3 Penyelesaian Sampah dengan Konsep 3R di Desa Sibang Kaja

Pemahaman masyarakat Desa Sibang Kaja mengenai konsep 3R: *reuse* (menggunakan kembali barang yang masih terpakai), *reduce* (mengurangi sampah) dan *recycle* (mendaur ulang sampah agar bisa dimanfaatkan) masih lemah. Akibatnya, produksi sampah yang dihasilkan masyarakat masih tinggi dan menumpuk di TPS. Sampah yang tidak dikelola, membuat TPS menjadi penuh, dan kadang menutup kesempatan untuk masyarakat menitipkan sampahnya. Akibatnya, TPS ilegal banyak bermunculan dan merusak keindahan alam desa. Disini peran serta masyarakat dalam pengelolaan sampah dirasa sangat penting, agar sampah di TPS berkurang secara signifikan dan tidak terjadi penggunungan di lokasi TPS. Selain juga diperlukan fasilitas yang mendukung untuk terbentuknya kebiasaan baru pengelolaan sampah di Desa Sibang Kaja.

Untuk mengatasi penumpukan sampah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) yang sudah kelebihan kapasitas, maka sampah seharusnya dipilah dulu mulai dari rumah tangga. Secara sederhana, sampah minimal terpilah menjadi dua jenis yaitu sampah anorganik (plastik dan kardus) dan organik (sisa-sisa makanan). Agar memudahkan kerja TPS 3R nantinya, pemilihan sampah harus dilakukan dari sumbernya, yaitu dari rumah tangga.

### 3.4 Lokasi Eksisting

Site terpilih terletak di Jl. Pitu No. 99X, Desa Sibang Kaja, Abiasemal, Badung, Bali yang berdekatan dengan perumahan dan warung-warung sederhana milik masyarakat sekitar.



Gambar 1. Eksisting Lokasi TPS Desa Sibang Kaja  
[Sumber: google maps, 2023]

Di site sudah terdapat bangunan TPS awal, yang kemudian akan dirancang ulang dengan konsep:

- Disediakan tempat pengumpulan sampah yang akan berisi beberapa bak sampah besar sebagai pemisah
- Akan menggunakan mesin pengolah limbah khusus plastik

TPS 3R di Desa Sibang Kaja juga dilengkapi dengan Konsep Perencanaan Penggunaan Kembali Sampah Perkotaan Sampah yang bisa didaur ulang/ bisa digunakan kembali akan ditampung di bangunan eksisting yang sudah ada.

### 3.5. Hasil Re-Desain

Perencanaan dimulai dengan menentukan alur sirkulasi sampah yang akan masuk. Sampah dari rumah tangga yang dibawa oleh truk kebersihan akan datang dari sisi Barat Laut Site. Sedangkan akses di Timur Site diperuntukkan untuk sirkulasi kendaraan operasional/ orang.

Sesuai dengan konsep awal, TPS 3R akan berupaya melakukan pengelolaan atas 3 jenis sampah. Sampah organik akan ditampung dan dijadikan kompos dalam 3 bak. Fasilitas juga akan dilengkapi dengan bank sampah dan kantor pengelola TPS.



Gambar 2. Denah Ajuan Redesain TPS 3R di Desa Sibang Kaja  
[Sumber: Analisis Pribadi, 2023]

Lahan terbangun adalah seluas 926m<sup>2</sup> sesuai dengan eksisting TPS Desa Sibang Kaja. Terdapat 13 fasilitas pendukung yang didesain pada lokasi sesuai dengan ditunjukkan pada gambar 2, yaitu

1. Parkir Truk Kebersihan
2. Pemilahan Sampah
3. Penampungan sampah organik
4. Penampungan sampah anorganik
5. Penampungan sampah residu
6. Bank sampah
7. Pengolahan sampah organik bak 1
8. Pengolahan sampah organik bak 2
9. Pengolahan sampah organik bak 3
10. Pengolahan kompos bak 1
11. Pengolahan kompos bak 2
12. Pengolahan kompos bak 3
13. Kantor Pengelola

TPS-3R di Desa Sibang Kaja akan memiliki teknologi pencacah sampah dan pengayak kompos yang efektif dan efisien. Hasil kompos dari TPS-3R akan dijual untuk pupuk tanaman hias atau digunakan di lahan sekitar areal TPS.

Berikut hasil rancangan yang dimaksud:



Gambar 3. Tampak Depan Fasilitas TPS 3R di Desa Sibang Kaja  
[Sumber: Analisis Pribadi, 2023]

Tampilan depan fasilitas dibuat rapi dan modern dengan penataan landscape yang terbuka. Hal ini adalah upaya untuk mengesankan bahwa TPS 3R di Desa Sibang Kaja adalah fasilitas yang siap secara profesional mengelola sampah dan sekaligus menjaga lingkungan desa. Berbeda dengan TPS konvensional yang umumnya berdingding tinggi dan terkesan 'dingin' TPS 3R di Desa Sibang Kaja memberikan kesan penerimaan.

Perencanaan yang baik tidak akan berguna memenuhi tujuan jika juga tidak disertai dengan perubahan perilaku dan etika masyarakat dalam pengelolaan sampah. Hal pertama yang harus dilakukan adalah memberikan pemahaman mengenai pemilahan sampah dari sumber. Sampah harus dibagi menjadi 3: organik, non-organik, dan residu sebelum dibawa ke TPS 3R di Desa Sibang Kaja. Hal ini kemudian juga harus dilengkapi dengan sistem pengangkutan yang tidak mencampur sampah-sampah yang telah terpilah. Hal lainnya yang harus ditanamkan bahwa persoalan sampah bukan tanggung jawab desa semata, tetapi secara bersama-sama.

#### 4. KESIMPULAN

Sampah adalah setiap limbah yang berwujud padat yang dihasilkan dari manusia dan hewan yang tidak bisa digunakan lagi. Sampah rumah yaitu sampah yang dihasilkan seluruh anggota keluarga di tempat sama. Jenis sampah rumah tangga biasanya sisa makanan, sayuran, sampah kering (sampah) dan lain-lain.

Dari penjabaran di atas bahwa konsep redesign di Desa Sibang Kaja memanfaatkan konsep pengolahan sampah 3R (Reduce, Reuse, Recycle) yaitu salah satunya dengan cara memilah sampah anorganik, organik dan residu di area pemilahan sampah. Selain itu dalam penerapan desain menggunakan beberapa konsep perencanaan yaitu, konsep perencanaan pemisahan sampah disediakan tempat pengumpulan sampah yang akan berisi beberapa bak sampah besar sebagai pemisah, akan menggunakan mesin pengolahan limbah khusus plastik dan konsep perencanaan penggunaan kembali sampah perkotaan sampah yang bisa didaur ulang/ bisa digunakan kembali akan ditampung.

Pemilahan sampah yang akan direncanakan yaitu pewadahan tersilah. Pewadahan terpilah terbagai atas sampah dibagi 3 yaitu : organik, anorganik dan residu dengan Tempat Pengolahan Sampah 3R merupakan tempat pengelolaan sampah, mulai dari pengumpulan sampah, pemilahan, penggunaan kembali, daur ulang dan pengolahan.

Maka harus diperhatikan kriteria sebagai berikut agar TPS 3R di Desa Sibang Kaja dapat berkelanjutan:

1. Program yang mendukung tersedianya fasilitas TPS 3 R harus dilaksanakan secara intensif yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, memperkuat sikap dan membentuk perilaku diperlukan untuk membimbing, mengembangkan dan mendorong partisipasi masyarakat.
2. Program pengelolaan sampah diharapkan menghasilkan yang terbaik bagi masyarakat yaitu :
  - a) Masyarakat memahami kondisi dan permasalahan di lingkungan
  - b) pemerintah kota dapat berpartisipasi dalam pelaksanaan membersihkan lingkungan

- c) bersedia mengikuti peraturan masyarakat dalam menjaga kebersihan
- d) pemerintah harus siap melakukan pembiayaan segala yang berhubungan dengan pengurangan dan pengelolaan sampah
- e) seluruh anggota masyarakat harus berpartisipasi aktif dalam mengajarkan perilaku hidup bersih kepada anggota masyarakat lainnya
- f) masyarakat dapat memberikan kontribusi (saran) yang membangun.

Pada penjabaran di atas dapat menjadi strategi pembangunan berkelanjutan nasional limbah padat dengan 3R (reduce, reuse, recycle) sebagai berikut:

1. Setiap individu harus bertanggung jawab atas pembuangan sampahnya di lingkungan
2. Perlu adanya dukungan peraturan yang mengatur partisipasi pemerintah, masyarakat, sektor informal dan swasta dalam menyelenggarakan kegiatan pengelolaan sampah
3. Pemerintah harus berpartisipasi dalam kemungkinan pendanaan yang tersedia dari dana mandiri.

Pengelolaan sampah dimulai dari tingkat sumber sampah dan berakhir pada skala lingkungan mengikuti prinsip 3R. Pemilahan sampah, yang dapat dilakukan berdasarkan sumber dan lokasi sampah dan pengelolaan sampah lebih dekat dengan rumah tangga. Dengan demikian, sampah yang diangkut ke TPS berkurang menjadi nol atau sering disebut dengan *zero waste*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemerintah Republik Indonesia, "Undang Undang Republik Indonesia No. 18 tahun 2018," 2018.
- [2] Badan Standardisasi Nasional, "Standar Nasional Indonesia Tata cara teknik operasional pengelolaan sampah perkotaan," 2002.
- [3] Budhijanto Sarto, Sri Puji Saraswati, Johan Syafri, Mahathir Ahmad, and Lisendra Marbelia, "Draft Laporan Pendampingan Penyusunan Kajian Proyek KPBU Daerah Istimewa Yogyakarta TPA Sampah dan Limbah B3 Piyungan," 2018.
- [4] Kementrian Pekerjaan Umum dan Pekerjaan Rakyat, "Petunjuk Teknis TPS 3R," 2017.
- [5] C. D. Sucipto, "Teknologi pengolahan daur ulang sampah," *Yogyakarta: Gosyen Publishing*, 2012.
- [6] Menteri Pekerjaan Umum Republik Indonesia, "Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Republik Indonesia No. 03/PRT/M/2013," 2013. [Online]. Available: [www.djpp.kemendukham.go.id](http://www.djpp.kemendukham.go.id)
- [7] Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta, "Dokumen Informasi Kinerja Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2019," 2019.
- [8] Pemerintah Provinsi Bali, "Peraturan Gubernur Bali No. 97 tahun 2018," 2018.
- [9] Pemerintah Kabupaten Badung, "Peraturan Bupati Badung No. 47 tahun 2018," 2018.

## PENDEKATAN NEO VERNAKULAR PADA PERANCANGAN HOTEL AREA WISATA DI KOTA BATU (STUDI KASUS: TULIP CAFE & GUEST HOUSE)

Alysia Lynn Tantra<sup>1</sup>, Vanya Alessandra Leonardo<sup>2</sup>

Desain Interior, Desain, Universitas Pelita Harapan  
Jl. MH. Thamrin Boulevard 1100 Lippo Village, Tangerang, Indonesia

e-mail: [alysia.tantra@gmail.com](mailto:alysia.tantra@gmail.com)<sup>1</sup>, [vanya.alessandra@gmail.com](mailto:vanya.alessandra@gmail.com)<sup>2</sup>

Received: March, 2023	Accepted: March, 2023	Published: March, 2023
-----------------------	-----------------------	------------------------

### ABSTRACT

*The increase in population causes a phenomenon called urbanization. Through urbanization a city can develop and expand. Batu City is one example of a city that was developed thoroughly in recent years. Currently, the Batu City government has a program to make Batu a tourist city. With the increasing number of tourists, there are more and more primary industries that accommodate tourism activities. Hotels are one example of industries that accommodate tourism activities. Currently there are many hotels in the Batu area, but the design of these hotels was not integrated with the local values of Batu City. Tulip Café & Guest House case study, as a locally operated hotel that established since 2017, before the city development period, was designed without any specific local values of Batu City. Therefore, hotel redesign needs to be done so that the hotel design could be aligned appropriately with the city tourism development program. Problem analysis was carried out using a descriptive analysis method supported by a qualitative data collection method. Based on thoroughly analysis of the design problem in the Tulip Café & Guest House case study, the design will be carried out using the neo-vernacular method. In the design process, the concepts implemented are intimate, simple, and calming. This method and concepts are considered appropriate because it can accommodate the locality values of Batu City which are then transformed and implemented in hotel interior design.*

**Keywords:** hotel, Batu City, locality, neo-vernacular

### ABSTRAK

*Peningkatan jumlah penduduk menyebabkan terjadinya fenomena bernama urbanisasi. Melalui urbanisasi sebuah kota dapat berkembang dan melakukan pemekaran. Kota Batu merupakan salah satu contoh kota yang mengalami perkembangan di tahun belakangan ini. Saat ini, pemerintah Kota Batu memiliki sebuah program untuk menjadikan Batu sebagai kota wisata. Dengan meningkatnya angka kedatangan turis, maka semakin bertambah banyak industri primer yang mawadahi aktivitas wisata. Hotel merupakan salah satu contoh industry yang mengakomodasi kegiatan yang berhubungan dengan turis. Saat ini terdapat banyak hotel yang beroperasi di area Batu, namun desain hotel tersebut belum tentu terintegrasi dengan nilai lokalitas dari Kota Batu. Pada studi kasus Tulip Café & Guest House, sebagai hotel yang beroperasi secara lokal yang berdiri sejak tahun 2016, yang merupakan periode sebelum proses pengembangan kota Batu berjalan, dirancang tanpa nilai lokalitas dari Kota Batu itu sendiri. Oleh sebab itu, perancangan ulang hotel perlu dilakukan supaya desain hotel berjalan selaras dengan perkembangan industri turisme di Kota Batu. Analisa permasalahan dilakukan dengan metode deskriptif analisis yang didukung dengan metode pengumpulan data kualitatif. Berdasarkan pada analisa mendalam terhadap permasalahan desain pada eksisting dari Tulip Café & Guest House, perancangan akan dilakukan dengan menggunakan metode desain neo-vernakular. Dalam proses perancangan, konsep yang diimplementasikan adalah intimate, simple, dan calming. Metode serta konsep ini dianggap sesuai karena dapat menampung nilai-nilai lokalitas Kota Batu yang kemudian ditransformasikan dan diimplementasikan dalam perancangan interior hotel.*

**Kata Kunci:** hotel, Kota Batu, lokalitas, neo-vernakular

## 1. PENDAHULUAN

Meningkatnya angka kelahiran pada sebuah negara menyebabkan meningkatnya angka kepadatan penduduk pada suatu daerah. Berdasarkan data badan pusat statistik, laju pertumbuhan penduduk di Indonesia per tahun pada periode 2010-2020 adalah sebesar 1,25 persen. Urbanisasi menjadi sebuah fenomena yang terjadi beberapa tahun belakangan. Menurut Ir. Triatno Yudo Harjoko, urbanisasi merupakan suatu proses masyarakat ataupun kawasan pada suatu wilayah non-urban berubah menjadi urban (kota). Perpindahan penduduk ini kebanyakan terjadi di Pulau Jawa. Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi dengan luas daerah terbesar di Pulau Jawa dengan luas wilayah sebesar 47 803,49 km<sup>2</sup>. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang mengalami dampak urbanisasi.

Dampak urbanisasi menyebabkan terjadinya pemekaran daerah seperti Kota Batu yang merupakan bagian dari Kota Malang pada zaman awal kemerdekaan. Perkembangan yang melesat dari Batu menyebabkan statusnya naik dari kecamatan menjadi kota administratif hingga menjadi kota otonom. Hal tersebut menyebabkan Kota Batu mengalami peningkatan secara pesat pada industri pariwisata yang dimilikinya. Merespon potensi tersebut, pemerintah menetapkan Kota Batu menjadi kota wisata. Kebijakan tersebut menyebabkan angka pengunjung yang datang semakin meningkat. Peningkatan ini menyebabkan banyaknya industri pendukung sektor pariwisata yang dibuka. Salah satu industri yang banyak berkembang adalah industri primer seperti perhotelan. Dalam perancangan hotel menurut Per/Kep/Ins/SE Pejabat Eselon I Nomor 14/U/II/88 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel, unsur Indonesia perlu tercermin dalam interior hotel. Sayangnya pada kenyataannya, unsur Indonesia, terlebih Kota Batu kurang tercermin dalam interior hotel-hotel yang ada di area sekitar Kota Batu.

Tulip Café & Guest House merupakan salah satu hotel yang dibuka setelah pemekaran Kota Batu. Tulip Café & Guest House berlokasi di Jl. Hasanudin No. 218 Junrejo, Batu, Malang, Jawa Timur, Indonesia, 65321. Dibangun pada tahun 2016 dan mulai beroperasi pada tahun 2017, Tulip Café & Guest House memiliki motto kekeluargaan dan bekerja dengan sepenuh hati. Tulip Café & Guest House merupakan penginapan dengan standarisasi bintang tiga dengan fasilitas kamar, resepsionis, restoran, dan dapur. Tulip Café & Guest House seringkali didatangi oleh turis dari luar kota yang ingin berlibur di daerah Batu atau para warga lokal yang akan datang ke kafanya.

Dalam perancangan, setiap hotel perlu memiliki desain yang spesifik dan berbeda pada setiap daerah. Menurut Roger Scruton, desain tidak dapat dipisahkan dari tempat dimana bangunan tersebut digagas. Mempertimbangkan kondisi lingkungan dan peninggalan-peninggalan yang dimiliki oleh Kota Batu, maka metode neo-vernakular dinilai sesuai untuk digunakan sebagai metode dalam merancang Tulip Café & Guest House yang merupakan hotel local yang berdiri pada daerah wisata Kota Batu. Neo vernakular merupakan metode melakukan transformasi terhadap nilai-nilai lokalitas. Metode ini dapat menceritakan kebudayaan dan nilai-nilai lokalitas Kota Batu melalui hasil implementasinya dalam desain ruangan.

Berdasarkan penjabaran di atas, terdapat permasalahan dalam desain hotel pada Kota Batu yang berhubungan dengan program pemerintah untuk menjadikan Kota Batu sebagai kota wisata. Oleh sebab itu, perancangan ulang, pada hotel Tulip Café & Guest House sebagai salah satu contoh studi kasus yang akan dibahas, perlu dilakukan sebagai upaya mendukung program pemerintah untuk menjadikan Batu sebagai kota wisata. Perancangan akan dilakukan dengan metode neo-vernakular untuk menyampaikan nilai-nilai lokalitas Batu ke dalam perancangan interior Tulip Café & Guest House sehingga pengunjung yang datang mendapatkan pengalaman ruang terhadap suasana dan karakter Kota Batu.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian akan menggunakan metode deskriptif analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kualitatif guna mendapatkan data yang lebih luas dan tidak terbatas dengan angka. Melalui metode ini, jenis data yang didapatkan berupa pendapat, fakta, hingga saran dari sudut pandang yang beragam. Data yang diperoleh kemudian disusun serta dijelaskan untuk selanjutnya dianalisis dan ditarik kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik, yaitu:

### 1) Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan tanya jawab dengan dua metode. Metode pertama adalah tanya jawab kepada manager Tulip Café & Guest House terkait dengan data primer seperti visi-misi, struktur organisasi, alur operasional, dan data area dan ruangan yang

dibutuhkan dalam perancangan. Metode kedua adalah tanya jawab secara langsung kepada para pengunjung Tulip Café & Guest House untuk mengetahui sudut pandang dari sisi pengunjung.

2) Observasi

Kegiatan observasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Observasi langsung dilakukan dengan mengunjungi Tulip Café & Guest House untuk menganalisa keadaan bangunan dan aktivitas kegiatan para pengunjung dan staff. Observasi tidak langsung dilakukan melalui analisa gambar-gambar dan video dari website Tulip Café & Guest House.

3) Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku, jurnal, dan website yang berhubungan dengan topik perancangan. Hal ini sebagai informasi pelengkap penelitian bagi beberapa hal yang tidak bisa didapatkan dari dua metode sebelumnya. Literatur yang digunakan mencakup beberapa aspek dalam perancangan pada hotel dan standarisasinya berdasar pada beberapa peraturan pemerintah seperti: Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel dan Per/Kep/Ins/SE Pejabat Eselon I Nomor 14/U/II/88 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel. Selanjutnya data-data mengenai Kota Batu didapatkan melalui badan pusat statistik Kota Batu (BPS) dan jurnal studi. Teori neo-vernakular bersumber dari buku berjudul “Arsitektur Nusantara: Pengantar Pemahaman arsitektur tradisional Indonesia” karya Nuryanto. Berikutnya analisa terhadap perancangan bersumber pada buku berjudul “The Aesthetic of Architecture” karya Roger Scruton.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskripsi Data

##### 3.1.1 Pendekatan Neo-Vernakular

Guna mendukung proses perancangan dengan pendekatan neo-vernakular, maka dilakukan pengumpulan data mengenai lokalitas Kota Batu yang bersumber dari website Kota Batu, website Kota Malang, dan jurnal yang berhubungan dengan Kota Batu dan Kota Malang (Fauzy & Purnama Salura, 2011; Intyaswono et al., 2016; Setiawan, 2018; Shofa et al., 2021). Pengambilan data ini juga mencakup Kota Malang dikarenakan Kota Batu merupakan pemekaran dari Kota Malang. Sehingga banyak lokalitas yang berasal dari akar yang sama. Setelah data lokalitas dikumpulkan, kemudian dilakukan pengelompokan kedalam aspek-aspek neo-vernakular. Aspek neo vernakular yang digunakan bersumber dari beberapa jurnal dan buku (Anom, 2021; Nuryanto, 2019; Oliver P, 2006). Pengelompokan ini kemudian disusun kedalam tabel berikut.

Tabel 1: Nilai Lokalitas Batu Dalam Aspek Neo-Vernakular  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2021]

Aspek Neo Vernakular	Nilai Lokalitas Kota Batu
Budaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manuskrip</li> <li>- Tradisi lisan</li> <li>- Adat istiadat</li> <li>- Ritus</li> <li>- Pengetahuan tradisional</li> <li>- Teknologi tradisional</li> <li>- Olahraga tradisional</li> <li>- Bahasa</li> <li>- Permainan rakyat</li> <li>- Seni</li> </ul>
Kehidupan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terjadi perkembangan industri pariwisata, hiburan, dll</li> <li>- Pergeseran cara hidup non-urban menjadi urban</li> <li>- Perubahan pola pikir warga terhadap turis</li> </ul>
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrowisata</li> <li>- Perhotelan</li> <li>- Ekonomi kreatif</li> <li>- Wisata sejarah</li> <li>- Wisata buatan</li> </ul>

Aspek Neo Vernakular	Nilai Lokalitas Kota Batu
	- Perkebunan
Material	- Batu - Tanah liat - Besi - Bambu
Teknologi	- Sistem konstruksi yang merespon kondisi lingkungan alam - Sistem konstruksi yang mengimplementasikan sistem kepercayaan - Sistem konstruksi turun temurun yang senantiasa dimodifikasi sejalan dengan perkembangan zaman

### 3.1.2 Analisa Site Eksisting

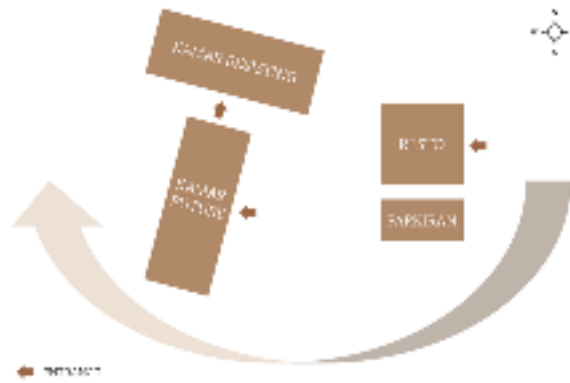
Dilakukan analisa makro pada lokasi Tulip Café & Guest House yang berlokasi di Jl. Hasanudin No. 218 Junrejo, Batu, Malang, Jawa Timur, Indonesia, 65321. Lokasi geografis Kota Batu terletak pada 7°44'–8°26' Lintang Selatan dan 122°17'–122°57' Bujur Timur. Dengan jarak 90 km dari Surabaya dan 15 km dari Malang. Kota Batu memiliki luas wilayah sebesar 199.099 km persegi. Berlokasi di lereng pegunungan dengan ketinggian 700 – 1800 m diatas permukaan laut, Batu memiliki suhu udara yang berkisar 17° hingga 26° celsius sesuai dengan musim. Hal ini menyebabkan Kota Batu memiliki udara yang segar sehingga Kota Batu seringkali mendapatkan julukan Swiss kecil di Pulau Jawa. Selain itu, Kota Batu juga memiliki tanah yang subur dan cocok untuk perkebunan. Salah satu tanaman yang banyak tumbuh adalah tanaman apel, hal ini menjadi ciri khas Kota Batu. Oleh sebab itu, Kota Batu juga sering dikenal dengan kota apel. Sebutan lainnya untuk Kota Batu adalah kota agrowisata. Hal ini dikeranakan Kota Batu kaya akan tempat wisata alam dan juga buatan. Kota Batu juga memiliki hubungan dengan Kerajaan Singasari. Terdapat banyak peninggalan kerajaan tersebut yang dapat ditemukan. Baik peninggalan secara fisik, maupun peninggalan secara lisan yang disebarluaskan secara turun temurun dalam rupa nilai-nilai kepercayaan, kebudayaan, kesenian, dan lain sebagainya.



Gambar 1. Tulip Café & Guest House

[Sumber: Website Tulip Café & Guest House, Akses: 14 Oktober 2021]

Selanjutnya dilakukan analisa lebih lanjut terhadap bangunan existing dari Tulip Café & Guest House. Terdiri dari dua bangunan utama, yaitu bangunan restoran yang berfungsi sebagai fasilitas umum dan bangunan tempat semua kamar berada. Bangunan restoran terletak di pinggir jalan raya dan menghadap ke arah timur. Sedangkan bangunan kamar terletak di lebih dalam dari restoran dan menghadap ke arah barat daya.



Gambar 2. Site Analysis Tulip Café & Guest House  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2022]

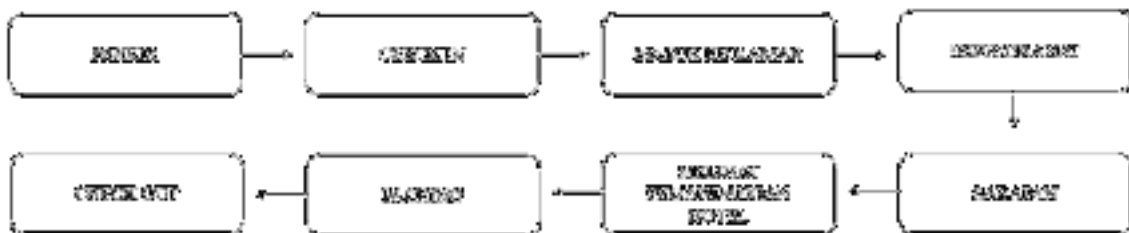
Tabel 2: SWOT site existing  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2022]

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Area strategis dari tempat wisata</li> <li>- Mendapatkan view alam (Gunung Arjuna)</li> <li>- Terletak di pinggir jalan raya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restoran menghadap barat dan timur</li> <li>- Embun pada jam-jam tertentu</li> <li>- Suara bising dari jalan raya</li> </ul>
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemandangan alam yang bagus</li> <li>- Cahaya matahari tidak terlalu panas karena kamar menghadap selatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Panas matahari sore pada resto</li> <li>- Terganggunya pengelihatn karena embun</li> <li>- Terganggunya pengunjung akibat suara kendaraan</li> </ul>

### 3.1.3 Analisa Pengguna

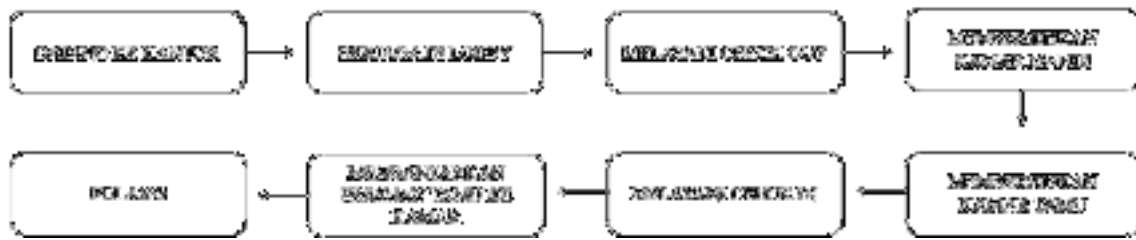
Berikutnya dilakukan pengumpulan data dari pengunjung yang datang sebagai tamu hotel dan para karyawan hotel. Tahapan ini dilakukan dengan teknik observasi lapangan dan wawancara secara langsung dengan beberapa pihak.

Melalui teknik ini, didapatkan data tentang profil para pengunjung. Para pengunjung hotel didominasi oleh keluarga muda yang bertujuan untuk pergi ke tempat wisata pada Kota Batu. Sehingga waktu yang dihabiskan pada area hotel kebanyakan digunakan untuk beristirahat. Secara umum, para pengunjung berasal dari Pulau Jawa, namun pada hari libur dapat ditemui pengunjung dari pulau lainnya.



Gambar 3. Alur Aktivitas Tamu Hotel  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2021]

Dalam proses perancangan, profil karyawan hotel dan alur aktivitasnya merupakan data yang penting untuk dimiliki. Saat ini karyawan Tulip Café & Guest House terdiri dari empat orang dan satu manager. Karyawan bekerja dengan posisi: resepsionis, koki, *gardener*, *housekeeper*, dan manager. Para karyawan berusia 20-30 tahun, mereka bekerja sesuai dengan kebutuhan hotel (tanpa sertifikasi). Jam kerja karyawan dimulai dari pukul 7.00 hingga 21.00. Berikut adalah alur aktivitas karyawan.

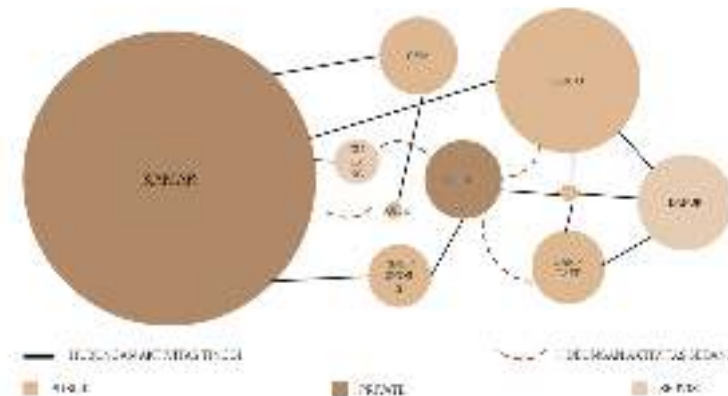


Gambar 4. Alur Aktivitas Karyawan Hotel  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2021]

### 3.2 Pembahasan

#### 3.2.1 Bubble Diagram

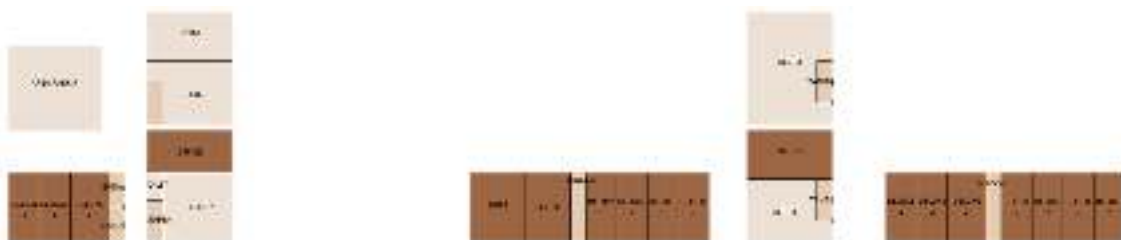
Tahapan perancangan dimulai dengan pembuatan alur sirkulasi antar ruang berdasarkan aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Bubble diagram terdiri dari ruangan-ruangan yang perlu dibuat untuk menjalankan operasional hotel sesuai dengan tabel kebutuhan ruang.



Gambar 5. Bubble Diagram Tulip Café & Guest House  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2022]

#### 3.2.2 Grouping

Bubble diagram yang telah disusun sebelumnya kemudian dikembangkan kedalam susunan zoning. Pada perancangan ini, terdapat tiga zona utama yaitu *public*, *servis*, dan *private*. Zona *public* difungsikan sebagai fasilitas umum. Zona *servis* digunakan sebagai area pendukung operasional hotel. Sedangkan zona *private* digunakan sebagai fasilitas khusus untuk tamu hotel. Susunan zona ini kemudian dianalisa secara lebih spesifik untuk pembagian ruangan di dalamnya. Dalam penyusunannya, terdapat beberapa ruangan yang perlu disusun secara berdekatan dan berjauhan sesuai dengan aktivitas dalam ruangan tersebut. Susunan ruangan ini dinamakan zoning, dengan susunan sebagai berikut.



Gambar 6. Zoning Tulip Café & Guest House  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2022]

#### 3.2.3 Konsep Perancangan

Dalam perancangan interior hotel, konsep desainnya dilatatarbelakangi oleh citra hotel, latar belakang site, pengguna, dan pendekatan neo-vernakular. Selain itu, terdapat beberapa teori yang digunakan sebagai dasar perancangan (Pallasmaa & Holl, 2019; Scruton, 2013). Dari hal-hal tersebut, konsep citra yang akan diangkat adalah *intimate*, *simple*, *calming*.



Gambar 7. Konsep Citra  
[Sumber: Hasil Analisa Pribadi, 2022]

Berdasarkan konsep citra tersebut, sebuah moodboard disusun untuk menggambarkan suasana yang akan dibangun dalam ruangan. Suasana yang akan dibangun didominasi dengan suasana hangat agar para pengunjung dapat merasakan kehangatan di lingkungan yang dingin. Selain itu suasana cozy juga dibangun agar para pengunjung dapat merasa nyaman dan mendukung istirahat mereka.



Gambar 8. Moodboard  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

Secara lebih rinci, konsep citra dan moodboard terdiri dari berbagai konsep. Konsep-konsep tersebut adalah: konsep bentuk, konsep warna, konsep material, konsep pencahayaan, konsep penghawaan, konsep ergonomi, dan konsep furnitur. Konsep-konsep turunan ini disusun sebagai berikut:



Gambar 9. Moodboard  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

- 1) Bentuk-bentuk dengan unsur lingkaran agar ruangan tidak terkesan kaku dan terbatas. Selain itu, unsur lingkaran yang abstrak dapat merepresentasi bentuk-bentuk di alam.
- 2) Warna tanah dapat memberikan efek hangat, keakraban, rasa aman secara psikologis. Hal ini mendukung kegiatan istirahat para pengunjung.

- 3) Material yang digunakan merupakan material-material yang merepresentasikan lingkungan Kota Batu. Selain itu, sifat material yang tahan lama dan mudah dibersihkan akan meningkatkan operasional hotel.
- 4) Pencahayaan yang digunakan merupakan gabungan dari cahaya alami dan cahaya buatan. Hal ini merepresentasikan keseimbangan dan hubungan antara alam (lingkungan) dengan bangunan.
- 5) Penghawaan yang mengintegrasikan alam dan buatan dengan mengadakan ventilasi udara dalam ruangan. Konsep ini memiliki tujuan agar pengunjung dapat merasakan udara Kota Batu yang sejuk.
- 6) Selanjutnya konsep ergonomi yang akan diangkat adalah menghadirkan sirkulasi yang memungkinkan pengguna beraktivitas secara bersama (*intimacy*), pencahayaan yang fleksibel memenuhi kebutuhan aktivitas, penghawaan yang ideal bagi para pengguna dan merespon kondisi alam, kendali bising dalam setiap fasilitas untuk meningkatkan pengalaman ruang (*calming*), dan menghadirkan desain yang berdampak positif bagi psikologi & emosi pengguna
- 7) Berikutnya adalah konsep furnitur dengan desain yang minim namun fungsional, tahan lama, mudah dibersihkan, dan ergonomis. Serta merepresentasikan kekayaan alam dari Kota Batu.

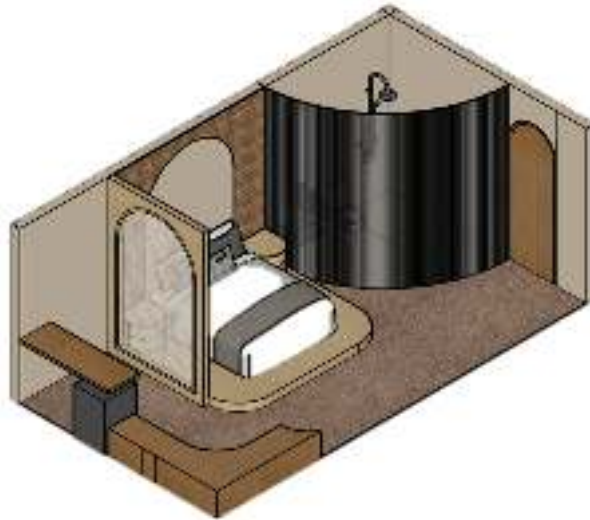
### 3.3.4 Implementasi

Konsep ini kemudian diimplementasikan kedalam perancangan hotel, secara lebih spesifik pada kamar deluxe bagi tamu hotel yang menginap. Dengan ukuran 4x8 meter, area kamar terdiri dari fasilitas istirahat (tempat tidur dan sarana pendukungnya), area kerja, area penyimpanan, area hiburan, dan fasilitas kamar mandi sesuai standarisasi pemerintah. Susunan tersebut kemudian diimplementasikan dalam susunan berikut:



Gambar 10. *Layout* Berwarna Kamar  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

Bentuk pada ruangan bersumber dari kehidupan sosial masyarakat Kota Batu. Kehidupan sosial mereka turut mengalami perubahan seiring dengan perkembangan fenomena yang terjadi. Hal ini menyebabkan terdapat beberapa cara hidup dan aturan-aturan tradisional yang mulai bergeser. Fenomena ini ditransformasikan menjadi sebuah bentuk organik yang berarti sesuatu yang tidak lagi kaku, melainkan terbuka terhadap perubahan yang tidak berujung. Ruangan ini terdiri dari bentuk-bentuk organik dengan tujuan memberikan kesan bebas, tidak terbatas oleh sudut-sudut dalam ruangan. Hal ini juga terintegrasi dengan peletakkan jendela pada area belakang ruangan yang dapat langsung melihat pemandangan Gunung Arjuna. Sehingga kesan bebas ini berkesinambungan dari dalam hingga ke alam. Pemandangan alam ini merupakan sebuah cerita kepada turis bahwa Kota Batu kaya akan potensi alam.



Gambar 11. Axonometri Kamar  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

Ruangan ini didominasi oleh warna-warna hangat, terutama coklat agar memberikan efek psikologis hangat bagi para pengunjung di cuaca yang dingin. Selain itu, warna hangat menyebabkan para pengunjung merasa rileks dan menghasilkan istirahat yang maksimal. Warna abu-abu pada karpet juga digunakan sebagai interpretasi dari warna batu-batuan yang banyak terletak di sekitar Kota Batu.



Gambar 12. Perspektif 1 Kamar  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

Kebudayaan Kota Batu berupa kerajinan dari kayu juga dapat ditemui pada dinding kamar. Secara khusus dinding dengan ukiran motif yang dapat diasosiasikan dengan batik. Hal ini membuat pengunjung menyadari keberadaannya di Kota Batu bersamaan dengan nilai-nilai lokalitas yang berada didalamnya.

Desain pada area langit-langit kamar, terutama di area atas tempat tidur merupakan transformasi teknologi yang diambil dari rumah tradisional Jawa Timur. Pada rumah tradisional, terdapat perbedaan ketinggian langit-langit pada area utama rumah yang ditandai dengan adanya saka guru. Perbedaan ketinggian ini menyebabkan area utama rumah memiliki langit-langit yang tinggi. Teknologi tersebut kemudian diimplementasikan dalam wujud yang berbeda pada ruangan ini. Pada area tempat tidur, langit-langitnya lebih rendah sebagai pertanda tidak banyak aktivitas yang dapat dilakukan pada area ini selain istirahat. Area dengan ketinggian yang lebih rendah juga memberikan efek psikologis teduh, sehingga pengunjungnya merasa aman dan nyaman berada di bawahnya.



Gambar 13. Perspektif 2 Kamar  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

Teknologi lainnya yang diangkat kedalam perancangan adalah konstruksi yang menyesuaikan dengan lingkungannya. Pada zaman dahulu sebuah bangunan dirancang berdasarkan kondisi alam yang ada pada daerah tersebut. Hal tersebut kemudian ditransformasikan kedalam keterbukaan dengan alam. Dimana alam dan bangunan dapat saling merespon satu sama lain. Oleh sebab itu desain dalam ruangan ini memiliki banyak unsur “terbuka” secara langsung maupun tidak langsung. Keterbukaan dengan alam ini diwujudkan dengan adanya jendela besar yang menghadap ke arah gunung. Desain di dalam kamar juga tidak bersekat dan terbuka secara visual. Selain itu adanya partisi yang tidak solid pada area pembatas antara tempat istirahat dengan area kerja. Pada area kamar mandi, dinding pembatas yang digunakan menggunakan material kaca. Hal ini menimbulkan efek tanpa batas dan tidak bersekat dalam ruangan.

Keseluruhan desain kamar memberikan efek psikologis yang tenang dan hangat sehingga sesuai dengan tujuan kamar sebagai tempat istirahat. Selain itu nilai-nilai lokalitas Kota Batu juga dapat disampaikan melalui aspek-aspek interior.



Gambar 14. Perspektif 3 Kamar  
[Sumber: Hasil Perancangan Pribadi, 2022]

#### 4. KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, didapatkan pembahasan perancangan hotel area wisata dengan pendekatan neo-vernakular yang dapat digunakan sebagai sumber referensi. Hal-hal ini dapat berfungsi sebagai contoh dan acuan dalam perancangan hotel area wisata di Kota Batu secara konkret. Selain itu, penelitian ini bermanfaat untuk mempelajari nilai-nilai neo-vernakular Kota Batu dalam konteks interior. Penelitian secara lebih lanjut dapat dilakukan dengan mempelajari nilai lokalitas Kota Batu dari narasumber warga local serta mengulas kembali sejarah perkembangan Kota Batu beserta perkembangan yang terjadi di kotanya.

#### PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulisan ini dapat rampung dengan dukungan dan bantuan dari banyak pihak, oleh sebab itu saya hendak mengucapkan terima kasih. Ungkapan terima kasih saya sampaikan kepada Universitas Pelita Harapan, prodi Desain Interior yang telah memberikan pembelajaran dan kesempatan untuk melakukan penulisan ini. Selain itu saya hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak Tulip Café & Guest House, yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk melakukan riset bagi penulisan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemerintah Kota Batu. Batukota.go.id. <https://batukota.go.id/Portal/profil>, 2022 [Sep. 24, 2022]
- [2] Squad, M. K. Seni Budaya - Pemerintah Kota Malang. Pemerintah Kota Malang. <https://malangkota.go.id/seni-budaya/>, 2022, April 22 [Sep. 24, 2022]
- [3] Fauzy, B., & Purnama Salura, dan. (2011). MEMAHAMI RELASI KONSEP FUNGSI, BENTUK DAN MAKNA ARSITEKTUR RUMAH TINGGAL MASYARAKAT KOTA PESISIR UTARA DI KAWASAN JAWA TIMUR (Kasus Studi Rumah Tinggal di Kampung Karangturi dan Kampung Sumber Girang, Lasem).
- [4] Intyaswono, S., Mukhammad, E. Y., & Mawardi, K. (2016). PERAN STRATEGI CITY BRANDING KOTA BATU DALAM TREND PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* / Vol (Vol. 30, Issue 1).
- [5] Setiawan, A. P. (2018). *MASYARAKAT LOKAL DESA JENGGER, PURWOSARI, MALANG*.
- [6] Shofa, I., Nugroho, D., & Ekonomi dan Sumber Daya Alam Kota Malang, B. (2021). PERTUMBUHAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA MALANG. In *JURNAL PANGRIPTA* (Vol. 1, Issue 1).
- [7] Anom, R. (2021). "Contemporary challenges of the Indonesian vernacular architecture in responding to climate change." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*.
- [8] Nuryanto. (2019). *Arsitektur Nusantara: Pengantar Pemahaman arsitektur tradisional Indonesia*. PT Remaja Rosdakarya.
- [9] Oliver P. (2006). *Built to Meet Needs Cultural Issues in Vernacular Architecture*.
- [10] Pallasmaa, J., & Holl, S. (2019). *The Eyes of The Skin: Architecture and The Senses*. John Wiley-Son Ltd.
- [11] Scruton, R. (2013). *The Aesthetics of Architecture*. Princeton University Press.

## PENDEKATAN MULTISENSORI PADA PERANCANGAN INTERIOR SPA DI JAKARTA (STUDI KASUS: ORIENTAL SPA CHATSWOOD)

Amadea<sup>1</sup>, Vanya Alessandra Leonardo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Interior, Desain, Universitas Pelita Harapan

Jl. MH. Thamrin Boulevard 1100 Lippo Village, Tangerang, Indonesia

e-mail: 01024190003@student.uph.edu<sup>1</sup>, vanya.alessandra@gmail.com<sup>2</sup>

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*Living in the urban city areas such Jakarta, usually consist of series of routine between office working life and private home living which repeated continuously for a long time. Such living condition resulting human in living a high social pressure life which has an impact on increasing human stress levels in the city of Jakarta. Oriental Spa Chatswood is a spa center which goal is for visitors to relax themselves from the stress of living in the urban city areas. By visiting a spa center, visitors can take a break from their busy daily life routine of office working life and private home living. The design is shown to meet the goals of the brand and meet the needs of urban community, especially in Jakarta. The design approach used in this design is a multisensory design approach which using a multisensory design to activate various senses inside the body, the design roles as a stimulus that able to provoke the human senses by experiencing a pleasant atmosphere. The design concept adopts a tropical concept inspired by the spa's location which is in tropical country, from the character of treatment provided and the brand slogan namely 'tropical day spa experience'. There are four specially designed rooms, namely the receptionist area, the lounge for waiting area, single room spa with bathtub and couple room spa with bathtub.*

**Keywords:** Spa center, Urban area, Stress, Multisensory, Tropical.

### ABSTRAK

*Kehidupan manusia di kota besar seperti Jakarta, seringnya berupa rutinitas antara pekerjaan di kantor dan keseharian pribadi di rumah yang diulang terus menerus, untuk jangka waktu panjang menjadikan manusia menjadi merasa memiliki tekanan sosial yang tinggi yang berdampak pada meningkatnya tingkat stress manusia yang hidup di kota besar. Oriental Spa Chatswood merupakan sebuah spa center yang didirikan dengan tujuan agar pengunjung dapat merelaksasikan diri mereka dari tekanan stress di wilayah perkotaan. Dengan mengunjungi spa center, pengunjung dapat melepaskan diri sejenak dari rutinitas kehidupan sehari – hari mereka yang utamanya berlangsung antara pekerjaan di kantor dan kehidupan pribadi di rumah. Perancangan ditunjukkan untuk memenuhi tujuan dari brand dan memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat di perkotaan Jakarta. Pendekatan desain yang digunakan di dalam perancangan adalah pendekatan multisensori dimana dengan adanya pendekatan multisensori, maka desain dibuat agar dapat memanjakan indera manusia melalui rangsangan terhadap berbagai indera dengan menciptakan sebuah pengalaman ruang yang menggugah rasa bagi pengunjung. Konsep perancangan mengangkat konsep tropikal yang didasarkan pada lokasi perancangan di daerah tropis, karakter treatment yang disediakan, dan slogan brand yaitu 'tropical day spa experience'. Perancangan area spa dan treatment akan menitik beratkan pada area receptionist, lounge yang merupakan area tunggu, single room spa with bathtub, dan couple room spa with bathtub.*

**Kata Kunci:** Spa Center, Wilayah perkotaan, Stress, Multisensori, Tropical.

### 1. PENDAHULUAN

Kota Jakarta merupakan ibu kota negara Indonesia. Kawasan kota Jakarta dengan populasi penduduk mencapai 10.64 juta jiwa pada 2022 (Rizaty, 2023), merupakan kota terpadat ke - 29 di dunia. Selain itu,

menurut data dari VAAV "*The Most Stressful Cities*", menyebutkan bahwa kota Jakarta berada di urutan kesembilan dengan skor 41,8 dari 100 (semakin rendah skor semakin tinggi tingkat stres di sebuah kota). Hal ini diakibatkan oleh kondisi yang saat ini dihadapi oleh masyarakat perkotaan (Lam, 2021). Dimana kehidupan masyarakat perkotaan saat ini khususnya di kota Jakarta, tidak dapat terlepas dari tekanan sosial yang sangat tinggi, hal inilah yang menyebabkan efek negatif di dalam kehidupan mereka, dimana mereka menjadi lebih mudah stres. Hal ini juga dapat berimbas negatif pada tingkat produktivitas mereka selama bekerja.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, persentase pekerja wanita di kota Jakarta mencapai 49,99%. Dimana angka tersebut meningkat 2,52% dari persentase tahun 2020. Jika dilihat dalam 10 tahun terakhir, persentase perempuan menjadi tenaga kerja profesional terus meningkat, dimana pada tahun 2011 persentasenya tercatat sebesar 45,75% (Mahdi, 2022). Hal ini selaras dengan *target market* dari sebuah *brand* spa yaitu Oriental Spa Chatswood, dimana *brand* ini menargetkan klien masyarakat perkotaan khususnya wanita karir.

Dari kondisi inilah, perancangan *healing space*, khususnya *spa center* menjadi sangat dibutuhkan. Dengan adanya *spa center*, pengunjung dapat merelaksasikan diri mereka dari tekanan stres yang mereka hadapi sehari – harinya di wilayah perkotaan Jakarta dan beristirahat sejenak dari rutinitas kehidupan sehari – hari mereka yang padat. Selain itu, *spa center* juga dapat mempercantik dan menjaga penampilan fisik mereka.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis memilih *brand* Oriental Spa Chatswood dikarenakan memiliki tujuan yang selaras dengan permasalahan tersebut, yaitu untuk membuat pengunjungnya merasa berada di tempat yang tenang dan jauh dari hiruk pikuk perkotaan dengan adanya musik yang menenangkan diiringi dengan wewangian aromaterapi yang dapat menghilangkan ketegangan.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif khususnya deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berdasarkan pada kualitas dan kedalaman data dan memanfaatkan teori – teori yang sudah ada sebagai pendukung penelitian. Metode ini merupakan metode yang dapat menganalisis, menggambarkan, dan meringkas kondisi dari data yang dikumpulkan berupa hasil dari pengamatan yang dilakukan. Pada awalnya, penulis mengumpulkan berbagai data melalui 3 (tiga) teknik pengumpulan data yang kemudian disusun dan dijabarkan untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) teknik pengumpulan data yaitu:

### a) Studi Literatur

Penulis mengumpulkan literatur hasil penelitian mengenai pendekatan desain multisensori dan dampaknya bagi permasalahan desain yang diangkat. Literatur ini diambil dari berbagai sumber yaitu website, jurnal, dan buku. Salah satu contohnya diambil melalui buku karya Juhani Pallasmaa yang berjudul "*The Eyes of The Skin*", dimana buku ini menjelaskan mengenai seluruh sensori manusia dan dampaknya bagi manusia. Studi literatur digunakan penulis untuk melengkapi berbagai informasi yang dapat membantu didalam proses penelitian.

### b) Observasi

Penulis melakukan observasi secara langsung dan tidak langsung. Penulis melakukan observasi secara tidak langsung melalui penelusuran situs *website* Oriental Spa Chatswood untuk dapat melihat foto – foto, video, dan *3d walkthrough* dari Oriental Spa Chatswood yang berada di Australia. Sedangkan, untuk observasi lokasi *site* baru di Jakarta, penulis melakukan kunjungan langsung ke lokasi dan data hasil observasi dirangkum dalam bentuk video dan foto.

### c) Wawancara

Wawancara dilakukan penulis untuk dapat menggali informasi melalui tanya - jawab mengenai topik tertentu terhadap pemilik Oriental Spa Chatswood. Jenis wawancara yang dilakukan berupa memberi pertanyaan – pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan bersama pendiri dari Oriental Spa Chatswood. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai tujuan didirikannya Oriental Spa Chatswood, identitas brand, jam buka dan tutup, jumlah pegawai, kapasitas pengunjung, aktivitas, fasilitas, dan permasalahan yang terdapat di Oriental Spa Chatswood.

Setelah melalui berbagai metode diatas, penulis mulai menganalisa permasalahan yang ada dan mencari solusi yang akhirnya diterapkan kedalam konsep perancangan desain interior. Didalam perancangan, penulis mengambil pendekatan desain multisensori untuk dapat mengaktifkan indera pengunjung, dimana hal ini dapat merelaksasikan pikiran pengunjung dan menciptakan pengalaman ruang yang akan teringat kedalam memori pengunjung.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Deskripsi Data**

Berdasarkan data hasil penelitian, penulis menemukan beberapa data yang penting bagi penelitian ini, yaitu:

##### **3.1.1. Data Pendekatan Multisensori**

Pendekatan desain multisensori merupakan sebuah pendekatan yang dapat mengaktifkan berbagai indera manusia untuk memanjakan indera dengan menciptakan sebuah pengalaman ruang yang menyenangkan. Seluruh pengalaman yang teringat oleh seseorang merupakan berkat dari aspek multisensorinya, misalnya mengunjungi sebuah pantai menjadi pengalaman yang tak terlupakan karena adanya percikan air yang menyentuh kulit, rasa asin air laut, bau dari air, suara deburan ombak, dan peralihan tekstur pasir kering ke pasir yang basah oleh air laut. Oleh karena hal tersebut, penting untuk merancang interior yang melibatkan semua panca indera digunakan untuk memberikan pengalaman baru dan memberikan ingatan akan sebuah *brand* tertentu (Derval, 2011)

##### **a) Sejarah Singkat mengenai Pendekatan Desain Multisensori**

Pemikiran mengenai multisensori pertama kali muncul pada tahun 1950 – an, dalam karya seni Zero di Eropa dan Gutai di Jepang, pada saat itu para seniman menyadari bahwa penglihatan saja tidak cukup untuk dapat memahami seni, sehingga mulai muncul pemikiran mengenai keberadaan panca indera lainnya. Zero sendiri bekerja tidak hanya menggunakan cahaya, suara, dan ilusi dalam karyanya, namun juga memasukkan metode mengiris dan membakar karyanya. Mereka percaya bahwa sebuah seni juga harus melibatkan partisipasi manusia secara menyeluruh. Mereka juga mulai menggabungkan kinerja, seni, dan lingkungan interaktif untuk menyediakan hubungan antara tubuh dan seni (Subodh, 2022)

##### **b) Manfaat Pendekatan Desain Multisensori**

Pendekatan desain multisensori dapat mengaktifkan / merangsang indera penciuman, sentuhan, pengecap, penglihatan, dan pendengaran untuk dapat memanjakan indera manusia dengan menciptakan sebuah ruang yang menyenangkan bagi mereka. Multisensori sendiri memiliki manfaat seperti meningkatkan produktivitas, meminimalisir stres, menciptakan suasana tenang yang dapat membantu orang dalam berkonsentrasi, dan menciptakan ruang yang mendukung seseorang dalam mengalami kegembiraan dan relaksasi.

##### **c) Indera Manusia**

Pendekatan multisensori melibatkan lima indera manusia, yaitu:

##### **1) Indera penglihatan**

Indera penglihatan disebut juga sebagai fotoreseptor, karena mata sangat peka terhadap rangsangan cahaya. Mata (alat penglihatan) merupakan indera khusus yang dapat menerima gambar visual yang kemudian dibawa ke otak. Indera ini merupakan indera yang sangat dominan untuk digunakan manusia dalam mengamati sebuah ruang, pemandangan, benda, dan lainnya (Pallasma, 2005).

Pada interior ruangan, penglihatan terhadap warna permukaan dan objek memiliki pengaruh kuat untuk mempengaruhi kepuasan, kenyamanan, dan kesehatan pengguna ruang. Contohnya, permukaan yang terbuat dari bahan alami yang memiliki warna hangat seperti kayu dapat memicu efek positif.

##### **2) Sentuhan / Peraba**

Menurut Stanford Encyclopedia of Philosophy, sentuhan terjadi di seluruh tubuh manusia dengan menggunakan berbagai reseptor di kulit manusia. Disaat manusia menyentuh sebuah benda, kulit akan dapat merasakan bentuk maupun tekstur benda yang disentuh, hal ini terjadi karena adanya

rangsangan neuron yang tersalurkan kedalam otak manusia. Fasilitator dari indera ini adalah tangan, dimana tangan digunakan untuk meraba tekstur dari permukaan benda dan juga dapat merasakan suhu benda (Fulkerson, 2015).

Pengalaman melihat *tactile* merupakan sebuah cara untuk mengundang seseorang datang, dimana kulit manusia mampu untuk merasakan tekstur dan akan mempersuasi diri kita untuk mendatangi objek *tactile* tersebut. Dalam interior, pemilihan material pada ruangan hingga furnitur menjadi hal yang perlu diperhitungkan untuk dapat merangsang indera peraba. Pemilihan bahan alami untuk furnitur dapat menciptakan ruang yang lebih menenangkan. Contohnya, furnitur sofa yang memiliki tekstur halus dan empuk akan membuat penggunaanya merasa lebih nyaman dan menenangkan, lalu sentuhan kaki pada berbagai material lantai yang berbeda seperti parket, keramik, dan batu alam akan memberikan pengalaman baru.

### **3) Penciuman**

Indera ini juga merupakan indera yang paling terikat dengan memori, sehingga penggunaan aroma yang khas dapat menciptakan pengalaman multisensori yang tak terlupakan bagi pelanggan. Menurut seorang ahli saraf bernama dr. Fritz Sumantri Usman Sp. S, FINS, Wewangian dapat menyebabkan reaksi intens pada lobus penciuman yang mengontrol indera penciuman dan merupakan bagian dari sistem limbik di area otak yang berhubungan dengan emosi dan memori (Kurnia, 2015).

Menurut Pallasmaa, sebuah aroma ruangan yang khas membuat kita secara tidak sadar ingin masuk kembali kedalamnya, meskipun ruang tersebut tidak kita ingat secara visual (Pallasmaa, 2009). Aroma wewangian memberikan kesan memori yang berbeda di setiap tempat, contohnya adanya aroma panggang roti saat kita mendatangi sebuah toko roti dan adanya aroma khas rumah sakit yang mengingatkan kita terhadap rumah sakit yang higienis. Penggunaan aroma di dalam suatu ruangan sendiri dapat memberikan berbagai macam efek positif terhadap pengguna ruang, seperti wewangian lavender yang membuat manusia tidur lebih nyenyak, aroma peppermint yang dapat meningkatkan energi, dan aroma cendana (*sandalwood*) yang dapat meredakan emosi dan menjadikan perasaan lebih nyaman.

### **4) Pendengaran**

Pendengaran merupakan indera untuk seseorang dapat mengenali suara atau bunyi. Pendengaran menstruktur, mengartikulasikan pengalaman dan menjelaskan ruang. Sebuah ruang dapat dipahami dan diapresiasi melalui bunyi yang timbul dari bentuk visualnya (Pallasmaa, 2005). Pendengaran juga dapat menciptakan suasana yang berbeda – beda, seperti mendengarkan suara musik yang pelan (frekuensi rendah) dapat membuat suasana yang rileks serta memberikan energi yang positif kepada penggunaanya. Melalui studi kolaborasi antara *BBC Natural History Unit, BBC Radio 4, Exeter University, Bristol University, dan Open University*, diungkapkan bahwa dengan mendengar suara alam akan bermanfaat bagi kesehatan mental, seperti dengan mendengar suara ombak dan hujan (BBC, 2022).

### **5) Pengecap**

Pengecap merupakan kemampuan mendeteksi rasa dari suatu zat seperti makanan dan minuman. Makanan dan minuman sendiri memainkan peranan penting, kedua hal tersebut secara universal menimbulkan perasaan menyenangkan dan membantu seseorang dalam bersosialisasi. Bersantai diiringi dengan ritual makan dan minum membantu dalam menciptakan suasana relaksasi.

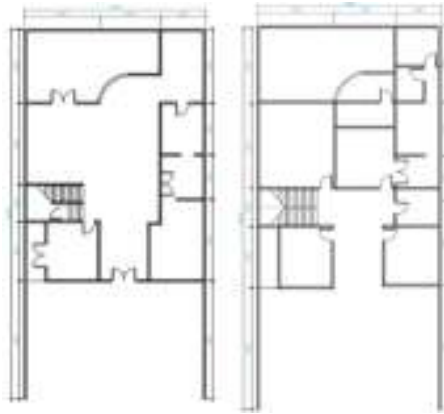
#### **3.1.2 Data Site Perancangan**

Lokasi perancangan akan menggunakan sebuah bangunan di kompleks perumahan Taman alfa indah A18/32, Jakarta barat. Lokasi ini dirasa tepat karena dikelilingi oleh berbagai perkantoran, pertokoan, hingga perumahan lain sehingga dapat sesuai dengan target market dari Oriental Spa Chatswood.

##### **a) Kondisi Sekitar**

Kondisi sekitar cukup ramai karena berada di jalan utama perumahan yang cenderung dilalui oleh masyarakat sekitar, namun tidak terlalu bising karena masih terletak di dalam kompleks perumahan. Masyarakat sekitar juga cukup sesuai dengan target market Oriental Spa Chatswood karena mayoritas merupakan wanita karir.

### b) Denah Eksisting Bangunan



Gambar 1. Denah *Site* Perancangan  
[Sumber: Dokumentasi Pribadi Amadea, 2023]

Denah bangunan untuk perancangan memiliki 2 lantai dengan luas bangunan 440 m<sup>2</sup>. Luasan ini cukup sesuai dengan kebutuhan luas minimum dari perancangan Oriental Spa Chatswood.

### c) Analisis Lokasi Perancangan

Tabel 1. Analisis *Site* Perancangan  
[Sumber: Data Pribadi Amadea, 2022]

Strength	Opportunities
<ul style="list-style-type: none"><li>- Lokasi strategis dimana berada di samping jalan yang memiliki intensitas lalu lalang sedang (4 Jalur).</li><li>- Bangunan menghadap ke arah selatan sehingga bagian depan bangunan cukup sejuk.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dekat dengan berbagai perkantoran dan perumahan lainnya sehingga dapat menarik pengunjung sesuai dengan <i>target market</i>.</li></ul>
Weakness	Threats
<ul style="list-style-type: none"><li>- Berada di jalur utama sehingga memiliki potensi kebisingan dari area depan bangunan.</li><li>- Area belakang bangunan menghadap ke utara sehingga cukup panas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Daerah sekitar yang cukup ramai memiliki potensi polusi suara ke dalam ruangan.</li></ul>

## 3.2 Pembahasan

### 3.2.1 Programming

Berdasarkan data hasil analisis, penulis melakukan perhitungan kebutuhan luas minimal dari masing – masing ruangan untuk mengetahui kebutuhan luas minimal dari setiap ruang yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dari Oriental Spa Chatswood, hasilnya sebagai berikut:

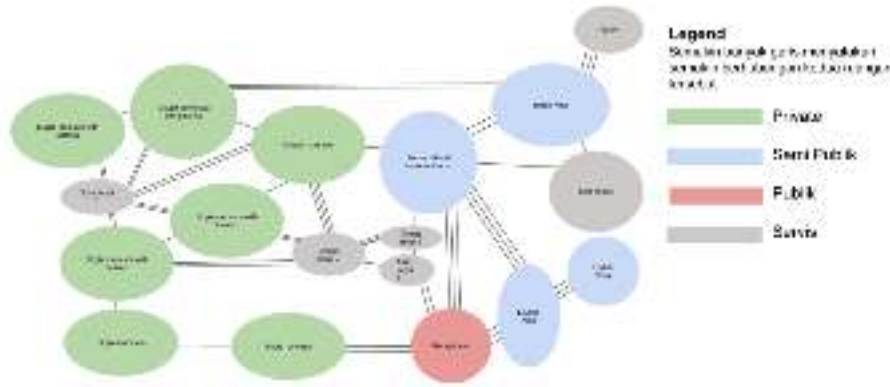
1. Receptionist (5,8%) 14 M<sup>2</sup>
2. Locker room (4,3%) 10,25 M<sup>2</sup>
3. Lounge (8,3%) 20 M<sup>2</sup>
4. Dining Area (6,4%) 15,3 M<sup>2</sup>
5. Foot and hand treatment room (5,4%) 13 M<sup>2</sup>
6. Single room spa (6,4%) 15 M<sup>2</sup>
7. Single room spa (6,4%) 15 M<sup>2</sup>
8. Single room spa with bath tub (8,1%) 19,25 M<sup>2</sup>
9. Single room spa with bath tub (8,1%) 19,25 M<sup>2</sup>
10. Single room spa with bath tub (8,1%) 19,25 M<sup>2</sup>
11. Couple room spa (9,5%) 22,8 M<sup>2</sup>
12. Couple room spa with bath tub (11,4%) 27,5 M<sup>2</sup>
13. Kitchen (2,9%) 7 M<sup>2</sup>

- 14. Toilet (1st floor) (1,2%) 3 M2
- 15. Toilet (2nd floor) (1,2%) 3 M2
- 16. Staff room (6,5%) 15,75 M2

Total luas kebutuhan ruang minimal + Sirkulasi antar ruang (30%) = 239.35 M2 + 71.8M2 = 311.15 M2  
 Luas site = 440 M2

**3.2.2 Bubble Diagram, Zoning, dan Grouping**

Berdasarkan data, maka penulis membuat diagram untuk menunjukkan kedekatan antar ruang, dari diagram ini, penulis mendapatkan acuan untuk pembuatan zoning, dari zoning tersebut penulis membuat grouping untuk mempermudah dalam penentuan letak ruangan yang sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 2. Diagram Kedekatan Antar Ruang  
 [Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]



Gambar 3. Zoning dan Grouping  
 [Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

**3.2.3 Konsep**

Berdasarkan berbagai data diatas, maka keseluruhan spa mengambil konsep ‘Desain spa center dengan menciptakan sebuah pengalaman ruang relaksasi melalui pendekatan multisensori’, dan mengambil tema ‘pengalaman relaksasi yang menyatu dengan alam’. Tema ini diangkat dari tagline Oriental Spa Chatswood yaitu ‘Tropical Day Spa Experience’.

Berdasarkan konsep keseluruhan tersebut, maka konsep citra yang diangkat adalah spa center bernuansa tropical dengan memasukkan alam kedalam ruang untuk menciptakan suasana yang dapat membantu dalam menurunkan tingkat stres. Dari konsep citra ini, diambil tiga kata kunci yang ingin dicapai yaitu *calming, relaxing, and nature*.



Gambar 4. *Moodboard*  
[Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

Konsep *tropical* diangkat karena sesuai dengan branding perusahaan dan juga konsep citra yang diambil. Konsep ini memiliki berbagai ciri khas, beberapa diantaranya adalah penggunaan *tone* warna yang netral, terdapat vegetasi, penggunaan material alami, dan adanya elemen alam seperti air pada ruangan. Ciri khas konsep ini penulis tuangkan secara lebih rinci ke dalam konsep – konsep turunan, sebagai berikut:

**a) Konsep Bentuk**

Konsep bentuk menggunakan bentuk geometris dan organik yang dapat memberikan kesan rileks dan menenangkan, seperti penggunaan bentuk seperempat lingkaran.

**b) Konsep Warna**

Konsep warna menggunakan warna - warna dari warna beberapa bahan yang digunakan pada spa, seperti penggunaan warna coklat yang diambil dari warna pada kayu manis. Warna – warna ini kemudian disesuaikan kembali dengan konsep *tropical* yang diangkat.

**c) Konsep Material dan Konstruksi**

Konsep material menggunakan material yang menunjang konsep alam dan *tropical* seperti material kayu jati, rotan, anyaman, bambu. Serta menggunakan beberapa material yang tahan air serta material dan material konstruksi yang tidak mudah menyebarkan api.

**d) Konsep Pencahayaan**

Konsep pencahayaan menggunakan pencahayaan buatan berupa general lighting dan beberapa accent lighting yang tidak terlalu kontras untuk dapat meningkatkan relaksasi dan membantu menenangkan pikiran, dan menggunakan pencahayaan alami pada ruangan agar dapat membantu mengurangi level stres.

**e) Konsep Penghawaan**

Konsep penghawaan menggunakan penghawaan alami melalui jendela dan penghawaan buatan melalui ac dengan suhu 24 derajat celsius dimana merupakan kenyamanan termal. Lalu menggunakan tanaman agar dapat membuat hawa di dalam ruang terkesan lebih sejuk.

**f) Konsep Ergonomi**

Konsep ergonomi mencakup kemudahan akses saat situasi darurat, penggunaan material tanpa kandungan zat berbahaya, kemudahan dalam menjangkau, kenyamanan dalam ruang gerak, meminimalisir sudut yang sulit dibersihkan dan dapat menjadi tempat mikroorganisme berkembang biak, kontrol kebisingan, dan aspek emosional pengguna ruang.



Gambar 5. *Material Board*  
 [Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

### 3.2.4 Implementasi



Gambar 6. *Layout Berwarna Reception Area*  
 [Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

Bentuk ruangan dibuat dengan lekukan yang mengarah ke area dalam bangunan, hal ini bertujuan untuk menciptakan kesan pertama yang menyambut pengunjung untuk masuk ke area spa. Bentuk pada ruangan ini didominasi dengan bentuk organik untuk menciptakan kesan relaksasi pada pengunjung.



Gambar 7. *Reception Area*  
 [Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

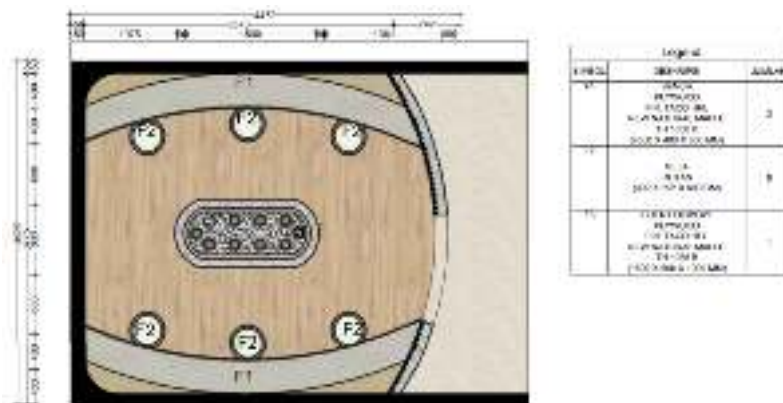
Pada *reception*, berbagai panca indera pengunjung akan digunakan, mulai dari melihat signage spa pada area belakang receptionist, lalu pandangan pengunjung akan dibawa untuk melihat ke arah display produk

di sebelah kiri meja *receptionist*, dimana pengunjung dapat melihat dan memilih - milih berbagai produk kecantikan. Selain itu, indera penciuman dan pendengaran pengunjung juga akan dimanjakan dengan adanya wewangian aromaterapi yang diiringi dengan suara musik yang pelan dan suara gemericik air dari area *lounge*.

Pada area ini memikirkan ergonomi bagi pengguna ruangnya, dimana peletakkan furniture memperhitungkan ketinggian dan jarak jangkauan manusia sesuai dengan standar tinggi orang asia. Hal ini dapat dilihat dari ketinggian meja *receptionist* yang memiliki ketinggian 100 cm sehingga sesuai dengan standar ketinggian untuk orang bekerja dalam keadaan berdiri. Lalu, untuk area display menggunakan ketinggian tertinggi di 180 cm, sehingga masih dapat digapai dengan mudah. Pencahayaan di ruang ini, didistribusikan secara merata dengan adanya general lighting. Sehingga, tidak ada lagi area yang terlalu gelap maupun terlalu terang yang dapat menyakitkan mata.

Pada konstruksi, area lantai dibuatkan detail sambungan antar dua material lantai dengan menggunakan flexible transition strip yang dapat menutup celah antara dua material lantai dan juga dapat dilengkungkan sesuai dengan lengkungan pada floor plan, dengan adanya detail ini maka tidak akan ada celah antar material yang dapat menyimpan debu. Selain itu, pada pintu digunakan pintu sliding berbahan aluminium, sehingga tidak menyulitkan pengguna ruang dalam membuka pintu.

Dalam hal furniture, pada ruang ini memiliki display produk yang cukup banyak untuk menampilkan seluruh produk yang dijual, dan telah dikategorikan sesuai dengan kategori produk yang ada. Hal ini akan mempermudah pengunjung dalam memilih - milih produk. Lalu, untuk meja *receptionist* dibuat dengan beberapa area penyimpanan untuk berbagai dokumen sehingga meja *receptionist* dapat terlihat lebih rapi.



Gambar 8. Layout Berwarna Lounge Area  
[Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

Pada *Lounge Area*, Bentuk dibuat dari lengkungan di kedua sisi yang mengarahkan pengunjung ke arah meja pemilihan wewangian, selain itu juga untuk memberikan kesan menyatu pada ruangan. Warna pada area ini didominasi dengan warna coklat muda dengan tekstur kayu untuk memberikan efek rileks kepada pengunjung, sehingga mereka dapat menikmati ritual meminum *welcome drink* dengan rileks.

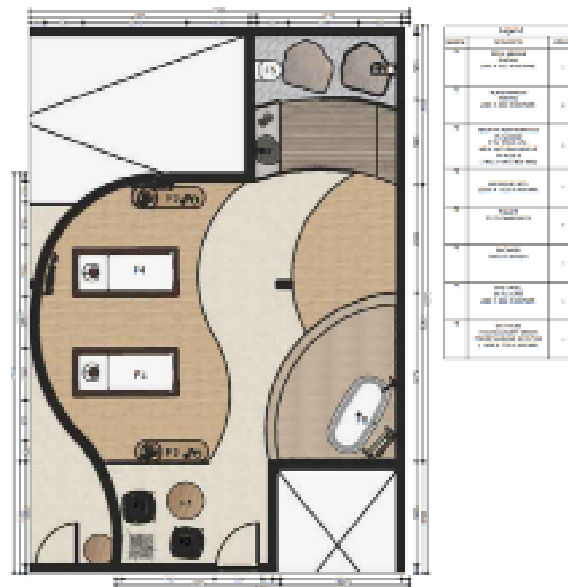
Saat memasuki area lounge, penglihatan pengunjung akan tertuju pada area pemilihan wewangian spa yang terletak pada bagian tengah. Lalu indera pengunjung akan dimanjakan dengan adanya wewangian yang dihasilkan oleh wewangian spa, lalu suara musik pelan dan suara gemericik air. Pada area ini, pengunjung juga akan diberikan *welcome drink* yang akan memanjakan indera pengecap mereka.

Pada area ini, ergonomi diperhatikan dengan memperhatikan dimensi furniture dan menyesuaikan dengan ketinggian dan jarak jangkauan manusia sesuai dengan standar orang asia. Dapat dilihat dari ketinggian meja penyimpanan *scents* yang memiliki tinggi 100 cm sehingga dalam keadaan berdiri, pengguna ruang dapat mengambil wadah dan mencium wewangian dengan nyaman. Lalu jarak jangkauan juga dipertimbangkan, dimana lebar meja hanya 60 cm sehingga pengguna dapat menjangkau seluruh wadah wewangian. Lalu dalam hal furniture, selain mementingkan kenyamanan pengguna dalam menjangkau, juga mempertimbangkan dimensi benda yang akan disimpan, seperti pada meja di area bench yang menggunakan diameter 40 cm sehingga cukup untuk menaruh dua cangkir minuman untuk *welcome drink*.



Gambar 9. Lounge Area  
[Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

Pada ruang ini, pencahayaan didistribusikan secara merata dengan adanya *general lighting*, lalu pencahayaan alami yang berasal dari kaca besar yang mengarah ke air terjun buatan di area samping bangunan sehingga tidak terlalu silau. Material yang digunakan menyesuaikan dengan konsep material tropis, sehingga menggunakan berbagai material kayu, rotan, dan batu alam. Lalu dalam hal konstruksi, dibuatkan beberapa detail konstruksi seperti pada persatuan antara lantai dengan *built in bench* sehingga tidak ada celah yang dapat dipenuhi debu.



Gambar 10. Layout Berwarna Couple Room Spa with bathtub  
[Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

Bentuk lantai pada ruangan dibuat dengan lengkungan, dimana masing – masing lengkungan membingkai satu area, contohnya pada lengkungan di bagian kanan bawah membingkai area *bathtub* sehingga setiap area terlihat masing – masing batasannya meskipun tidak menggunakan dinding maupun partisi.

Pada ruang spa, pencahayaan didistribusikan secara merata dengan adanya *general lighting*. Sehingga, tidak ada lagi area yang terlalu gelap maupun terlalu terang. Lalu, dalam hal pencahayaan alami menggunakan jendela besar yang menghadap ke area belakang, namun menggunakan smart glass agar dapat tetap menjaga privasi. Dalam hal material, menggunakan berbagai material yang tahan air, terutama pada area bathtub yang menggunakan beberapa material seperti *sandstone tiles* dan *terazzo*. Lalu dalam hal konstruksi, dibuat beberapa detail konstruksi seperti pada area bathtub yang dibuat *gutter* agar air dapat terbuang dan tidak mengenai lantai kayu di area spa.



Gambar 11. *Couple Room Spa with bathtub*  
[Sumber: Hasil Perancangan Amadea, 2022]

Dalam hal *furniture*, pada seluruh ruang spa dilengkapi dengan berbagai furniture yang telah disesuaikan dengan kebutuhan yang ada, seperti *massage bed* yang juga dapat menampung peralatan spa di area bawah, lalu terdapat penyimpanan untuk alat spa maupun barang bawaan pengunjung, dan pada area kamar mandi terdapat kabinet yang dapat digunakan untuk menyimpan *bathrobe*.

#### 4. KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, didapatkan hasil perancangan desain multisensori yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada bagian pendahuluan. Pada perancangan ini, pendekatan desain multisensori digunakan untuk mengaktifkan seluruh indera manusia untuk dapat menciptakan kesan relaksasi, seperti untuk indera penciuman diaktifkan dengan penggunaan wewangian relaksasi pada ruangan, lalu indera pendengaran diaktifkan dengan adanya suara gemericik air dari air terjun buatan, dan indera lainnya juga digunakan untuk dapat menikmati suasana ruangan.

Penggunaan pendekatan desain multisensori pada perancangan ini dapat membantu dalam memanjakan indera manusia sehingga dapat meningkatkan produktivitas, meminimalisir stres, menciptakan suasana tenang yang dapat membantu orang dalam berkonsentrasi, dan menciptakan ruang yang mendukung seseorang dalam mengalami kegembiraan dan relaksasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat yaitu dapat membantu memberikan informasi dan edukasi mengenai pentingnya *spa center* bagi kalangan masyarakat modern khususnya masyarakat perkotaan, dan dapat memberi kontribusi bagi desainer interior yaitu menjadi ilmu pengetahuan mengenai perancangan spa center dengan menggunakan pendekatan desain multisensori sehingga dapat merelaksasikan dan memanjakan indera manusia. Selanjutnya juga bagi pemilik spa untuk menjadi sebuah usulan untuk membangun spa center di wilayah Jakarta maupun merenovasi eksisting spa.

#### PERNYATAAN PENGHARGAAN

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik Oriental Spa Chatswood, para dosen Universitas Pelita Harapan, dan semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan penelitian ini, yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] BBC. (2022, March 23). *Research finds nature sounds "benefit mental health."*  
<https://www.bbc.com/news/uk-england-devon-60840759>
- [2] Derval, D. (2011). *The Right Sensory Mix: Targeting Consumer Product Development Scientifically.*

- [3] Fulkerson, M. (2015, November 25). *Touch*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/touch/>
- [4] Kurnia, E. (2015, May 14). *Otak Mampu Kenali Wewangian Kurang Satu Detik*. <https://health.okezone.com/read/2015/04/14/481/1134065/otak-mampu-kenali-wewangian-kurang-satu-detik>
- [5] Lam, D. (2021, June 29). *The World's Most And Least Stressful Cities In 2021*. <https://www.tatlerasia.com/lifestyle/travel/hk-worlds-most-least-stressful-cities-2021>
- [6] Mahdi, I. (2022, April 11). *Makin Banyak Perempuan Indonesia Jadi Pekerja Profesional*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/makin-banyak-perempuan-indonesia-jadi-pekerja-profesional>
- [7] Pallasma, J. (2005). *The Eyes of The Skin*. In *John Wiley-Son Ltd*. John Wiley & SonsInc.
- [8] Pallasma, J. (2009). *The Thinking Hand*. John Wiley & SonsInc.
- [9] Rizaty, A. (2023, January 6). *Jumlah Penduduk Jakarta Capai 10,64 Juta Jiwa pada 2022*. Badan Pusat Statistik. <https://dataindonesia.id/Ragam/detail/jumlah-penduduk-jakarta-capai-1064-juta-jiwa-pada-2022>
- [10] Subodh, M. (2022). *10 Things you did not know about Sensory Design*.

## USULAN PENGEMBANGAN PERANCANGAN INTERIOR SMP SANTO ALBERTUS KETAPANG DENGAN PENDEKATAN GREEN DESIGN

Phebe Valencia<sup>1</sup>, Hanna Theodor<sup>2</sup>, Vanya A. L. Tjioe<sup>3</sup>, Ruth Euselfvita Oppusunggu<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
MH Thamrin Boulevard 1100, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kota Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>2</sup>Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
MH Thamrin Boulevard 1100, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kota Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>3</sup>Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
MH Thamrin Boulevard 1100, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kota Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>4</sup>Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
MH Thamrin Boulevard 1100, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kota Tangerang, Banten, Indonesia

e-mail: [phebe.valencia@uph.edu](mailto:phebe.valencia@uph.edu)<sup>1</sup>, [01024190004@student.uph.edu](mailto:01024190004@student.uph.edu)<sup>2</sup>, [Vanya.tjioe@uph.edu](mailto:Vanya.tjioe@uph.edu)<sup>3</sup>  
[ruth.oppusunggu@lecturer.uph.edu](mailto:ruth.oppusunggu@lecturer.uph.edu)<sup>4</sup>

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*As known, school is a place for teaching and learning activities regarding science, art, and morals are done. Concentration is one thing that is closely related to it. Concentration needed by students to learn and understand what they were taught in their school time. Some things that are important to pay attention are temperature, humidity, noise, and lighting because they will affect students' comfort, which will affect their concentration. Unfortunately, those things are often being ignored, which make a class an uncomfortable setting for teaching and learning activities.*

*SMP (Junior High School) PL Santo Albertus Ketapang, located in Ketapang, West Borneo, served as the research site. This research will begin and focused on the issues that occurred in the interior of the existing school. In addition, air quality has become a major concern since the Covid-19 pandemic, thus a good air circulation in a classroom is necessary to ensure good quality air.*

*From the research, the writer will find some of the issues, especially in some of the rooms that are often used by the students to study and will then provide solutions to address some of those issues that are found in the school interior design.*

*The school design will use the green design as an approach, which is anticipated to lessen the negative affects towards the environment in term of the interior design, material consumption, and building functionality.*

**Keywords:** green design, interior, junior high school

### ABSTRAK

*Seperti yang diketahui, sekolah merupakan tempat kegiatan belajar mengajar mengenai ilmu pengetahuan, seni, hingga moral. Salah satu hal yang terikat kuat dengan hal tersebut adalah konsentrasi. Konsentrasi dibutuhkan oleh pelajar agar dapat mempelajari dan memahami apa yang diajarkan agar waktu yang dihabiskan di sekolah tidak sia-sia. Suhu, kelembapan, suara, dan pencahayaan adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan karena akan mempengaruhi kenyamanan yang berdampak pada konsentrasi pelajar. Sayangnya, hal tersebut kerap dilewatkan sehingga membuat sebuah kelas menjadi tidak nyaman sebagai tempat kegiatan belajar mengajar.*

*Sekolah yang menjadi tempat penelitian adalah SMP PL Santo Albertus Ketapang yang berlokasi di Ketapang, Kalimantan Barat. Penelitian yang dilakukan tentunya akan fokus dan dimulai dari permasalahan interior sekolah existing-nya. Selain itu, sejak pandemi Covid-19 kualitas udara menjadi hal yang sangat diperhatikan, sehingga sirkulasi udara dalam kelas harus baik agar bisa mendapatkan kualitas udara yang baik juga.*

*Melalui penelitian, penulis akan menemukan beberapa permasalahan yang ada terutama pada ruangan yang akan sering digunakan oleh pelajar untuk belajar dan kemudian menawarkan solusi untuk menjawab permasalahan yang ditemukan melalui perancangan interior sekolah tersebut.*

*Perancangan sekolah akan menggunakan pendekatan green design yang diharapkan dapat mengurangi dampak negatif bagi lingkungan dari segi desain interior, penggunaan material, dan fungsi dari bangunannya.*

**Kata Kunci:** desain hijau, interior, sekolah menengah pertama

## **1. PENDAHULUAN**

Bagi kebanyakan orang, sekolah merupakan salah satu tempat di mana mereka menghabiskan sebagian besar waktu di masa mudanya. Di sekolah tentunya para pelajar belajar tentang banyak hal. Karena tujuan mendatangi sekolah adalah untuk belajar, sehingga salah satu hal yang paling penting untuk dimiliki, ditingkatkan oleh pelajarnya adalah konsentrasi. Konsentrasi sangat dibutuhkan agar pelajar dapat mempelajari dan memahami sebuah materi, sehingga pelajar bisa benar-benar mendapatkan ilmu dan tidak menyia-nyaiakan waktu yang dihabiskan di sekolah. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi konsentrasi seorang pelajar seperti suhu ruangan, kelembapan ruangan, kebisingan, atau penerangan dalam kelasnya. Sayangnya terkadang hal-hal tersebut kerap tidak sengaja terlewatkan dan hal tersebut dapat membuat sebuah ruangan menjadi tidak nyaman untuk digunakan sebagai tempat untuk belajar. Terkadang ada seorang pelajar yang tidak dapat berkonsentrasi sehingga pelajar tersebut memilih untuk jalan mengelilingi kelas melihat apa yang dilakukan temannya atau berbicara dengan teman-teman di dekatnya, yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi konsentrasi pelajar lainnya yang awalnya sudah konsentrasi.

Terdapat sebuah sekolah di Ketapang, Kalimantan Barat yaitu SMP Pangudi Luhur Santo Albertus. Sekolah ini memiliki misi untuk menumbuhkan kesadaran warga sekolahnya dengan menciptakan sebuah lingkungan yang bersih, sehat, indah, aman, dan nyaman. Sekolah ini memiliki beberapa kekurangan yang salah satu di antaranya adalah masalah pada kelembapan udara di kelasnya yang mana hal ini dapat mengganggu kenyamanan dari para pelajarnya yang akan berpengaruh juga pada konsentrasi mereka dalam kegiatan belajar mengajar (Di, 2021).

Sejak masa pandemi *Covid-19*, kualitas udara menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh orang-orang karena virus *Covid-19* merupakan jenis virus yang menyebar lewat udara (Pakasi, 2020). Seperti yang diketahui juga, Kalimantan merupakan salah satu paru-paru dunia karena luasnya hutan di Kalimantan yang mencapai 40,8 juta hektar. Tetapi menurut catatan dari *Greenpeace*, pada tahun 2010 hutan di Kalimantan tinggal 25,5 juta hektar saja (Ramadhani, 2022). Oleh karena hal tersebut, kualitas udara dalam sebuah ruangan menjadi faktor yang perlu diperhatikan secara lebih. Kualitas udara dalam ruangan dapat dipengaruhi dari kondisi udara di luar, oleh karena itu perancangan bangunan dengan pendekatan *green design* dapat menjadi salah satu solusinya. Perancangan dengan pendekatan *green design* harus memiliki dampak yang kecil pada lingkungan dari segi produk, material, dan fungsi bangunannya (Afza, 2019). Dengan memberikan dampak yang kecil pada lingkungan, kualitas udara di luar pun bisa menjadi lebih baik.

Perancangan ini dilaksanakan dengan tujuan agar sekolah, terutama SMP Pangudi Luhur Santo Albertus, bisa menjadi tempat dengan lingkungan yang lebih nyaman sehingga para pelajarnya juga dapat belajar dengan nyaman dan konsentrasi mereka juga dapat meningkat dan terjaga agar waktu yang mereka habiskan di sekolah tidak sia-sia. Hal lain yang akan sangat baik jika bisa dicapai adalah untuk menyadarkan sekolah akan pentingnya kenyamanan para pelajarnya dan juga pentingnya lingkungan sekitar. Hasil perancangan ini juga bisa menjadi sebuah masukan yang bisa dipertimbangkan lagi oleh pihak SMP Pangudi Luhur Santo Albertus agar kenyamanan pelajar dan lingkungan sekitar lebih meningkat.

## 2. METODE PENELITIAN

Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melihat lokasi untuk menganalisa kondisi yang terjadi di lokasi tersebut. Objek penelitian yang diambil adalah Sekolah SMP PL Santo Alertus. Objek ini diteliti dengan tahapan kunjungan ke lokasi dan kemudian dilanjutkan dengan wawancara dan angket sebagai data primer, kemudian pencarian data-data sekunder melalui buku dan sumber lainnya. Data-data yang diperoleh akan dikumpulkan untuk diolah dan menghasilkan perancangan interior untuk sekolah ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

*Green design* merupakan perancangan bangunan yang hemat energi, nyaman, fleksibel, dan juga dirancang dengan tujuan untuk penggunaan dalam jangka waktu yang panjang (Kibert, 2008), oleh karena itu hasil dari perancangan *green design* ini harus memiliki dampak positif terhadap lingkungan dari segi produk dan material yang digunakan dalam pembangunannya. Fokus perancangan SMP Santo Albertus ini bertujuan untuk meningkatkan konsentrasi pelajar maka perlu memperhatikan hal-hal berikut ini yang ada dalam kriteria *green design*, yaitu: (GBCI, 2018)

- 1) Pencahayaan, memaksimalkan pencahayaan alami masuk seluas mungkin ke dalam ruang selama waktu belajar, dimana hal ini bisa mengurangi konsumsi energi, yaitu mengurangi penggunaan pencahayaan buatan. Tolak ukurnya adalah cahaya alami bisa masuk ke dalam ruangan minimal 30% dari luas ruangan.
- 2) Penghawaan, mendorong penggunaan ventilasi/bukaan pada ruangan sehingga mengurangi pemakaian penghawaan buatan. Tolak ukurnya adalah dengan memperhatikan bidang yang memungkinkan untuk diberikan ventilasi/bukaan dan mendesain bentuk bukaan yang sesuai.
- 3) Pemilihan material, mendorong penggunaan material yang ramah lingkungan, hal ini dilihat dari daur hidupnya dimana rangkaian proses pembuatan, pengangkutan dan pemasangan memiliki dampak yang minim terhadap kerusakan lingkungan. Tolak ukurnya adalah memperhatikan material fabrikasi, material yang tersertifikasi *green*, material bekas yang masih layak digunakan serta tidak melupakan material lokal.

### 3.1 Deskripsi Data

SMP Pangudi Luhur Santo Albertus merupakan sebuah sekolah yang berlokasi di Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat, tepatnya di jalan Ahmad Yani nomor 88A, Kecamatan Delta Pawan. Sekolah ini terletak di belakang SD Pangudi Luhur Santo Yosef sehingga tidak berhadapan langsung dengan Jalan Ahmad Yani dan untuk mengaksesnya biasanya melalui gang kecil yaitu Gang Usaba I. Pada Gang Usaba I hanya terdapat beberapa rumah warga. Terkadang beberapa siswa dan juga guru mengakses sekolah melalui jalur belakang yang menyambung ke kantin. Jalur ini melalui asrama guru yang berada di belakang sekolah yang diakses melalui jalur yang ada di samping GOR. KT di jalan Dr. Sutomo.



Gambar 1. Gambaran sekitar SMP PL Santo Albertus

[Sumber: <https://www.google.com/maps/place/SMP+PL+Santo+Albertus/@-1.8497477,109.9758583,4532m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x0:0xe4b0b9825b10f9d5!8m2!3d-1.8497477!4d109.9758583>]

Bagian utama dari bangunan existing SMP PL Santo Albertus, ditambah dengan dua lapangan badminton memiliki ukuran sekitar 40,6 x 75.65 meter. Sekolah ini terdiri dari dua lantai dengan yang mana lantai

keduanya dibagi menjadi dua bagian berbeda dan akses yang berbeda juga. Lantai kedua yang merupakan bagian dari fasad juga terdapat ruang kelas VIIA sampai VIID, kemudian untuk lantai kedua yang ada di seberangnya terdapat ruang kesenian dan Gudang angklong. Pada lantai pertama terdapat ruang kelas VIIIA sampai VIID, kemudian juga IXA sampai dengan IXD, dan juga ruangan-ruangan para pekerja, Gudang, dan toilet sekolah.



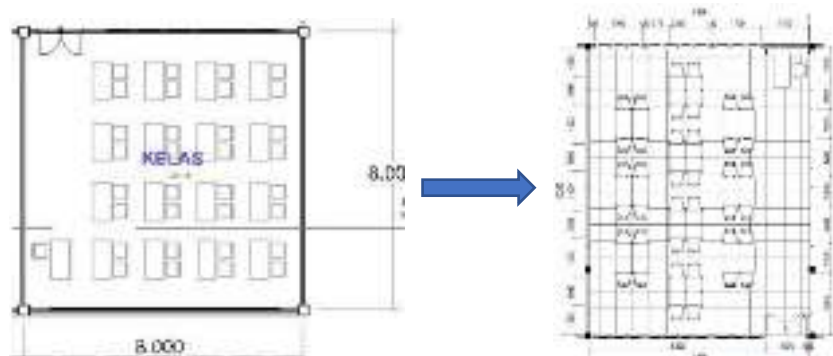
Gambar 2. Diagram *Bubble, Zoning, Grouping*  
[Sumber: Theodore, 2022]

### 3.2 Pembahasan

Berdasarkan dari beberapa narasumber alumni, mereka mengatakan bahwa penggunaan pendekatan *green design* akan sesuai atau cocok dengan SMP PL Santo Albertus karena menurut mereka sebenarnya sekolah ini terlihat sudah berusaha atau mencoba untuk menerapkan *green design* dengan menggunakan pencahayaan dan ventilasi alami, kemudian juga dengan adanya banyak tanaman di sekolah tersebut, hanya saja sayangnya beberapa hal masih kurang maksimal dan juga ada beberapa hal yang masih terlewatkan seperti kenyamanan para pelajar atau juga bahkan para pekerja di sana. Narasumber Yunna mengatakan bahwa, "Sebenarnya dari yang dilihat sepertinya Albertus sudah berusaha menerapkan pendekatan *green design* pada bangunannya, tapi mungkin sayangnya ada beberapa yang kurang optimal seperti jendela kelasnya yang awalnya menggunakan nako sehingga banyak angin yang bisa masuk tetapi diganti menjadi jendela jungkit yang bukaannya kecil sehingga kelas menjadi lebih panas dan sepertinya sirkulasi udaranya juga menjadi kurang baik". Perancangan dengan menggunakan pendekatan *green* tentunya memiliki tujuan yang mana tujuannya adalah untuk membuat sebuah produk (interior atau arsitektur) tetapi memiliki dampak yang kecil terhadap lingkungan dari segi produk, material, dan juga fungsi dari bangunannya (Kibert, 2008).

Ruang kelas sebelumnya dirancang untuk 32 pelajar tetapi tanpa memikirkan lebih jauh untuk kenyamanan pelajarnya, sekolah menggunakan ruangan tersebut untuk 40 pelajar sehingga ruang kelas harus diperbesar dan disesuaikan dengan jumlah pelajarnya, sehingga minimal luas ruang kelasnya adalah 80 m<sup>2</sup>. Setelah diperluas jarak antar meja juga diperluas dengan jarak 70 cm agar pada saat ada pelajar yang lewat, kemungkinan untuk menyenggol meja akan lebih kecil sehingga konsentrasi pelajar yang sedang duduk di meja tersebut tidak terganggu.

Narasumber Sesil mengatakan bahwa ruang kelas terasa tidak leluasa, seperti jarak antar meja masih bisa dibilang sempit dan ini bisa lebih terasa ketika kelas sedang dalam proses mengumpulkan tugas atau juga ketika akan keluar untuk istirahat. Narasumber Sesil merasa bahwa, "Memang jarak antara meja masih cukup untuk lewat, tapi menurut aku kurang luas karena ukurannya benar-benar pas, jadi kadang-kadang tidak sengaja senggol meja teman. Apa lagi saat akan mengumpulkan tugas, istirahat, balik ke kelas, pasti kesempatan jarak antara meja makin terasa. Untuk siswi saja pas-pasan, apa lagi untuk siswa yang badannya lebih besar.". Salah satu hal yang membuat kelas terasa sempit adalah perbandingan ukuran kelas dan jumlah pelajarnya, di mana kelas memiliki luas kurang lebih 64 m<sup>2</sup> karena kelas tersebut sebenarnya dirancang hanya untuk 32 pelajar sedangkan jumlah pelajar di dalam kelas sekarang adalah 40 pelajar. Maka dari itu ruang kelas akan diperlebar ke arah tengah bangunan, hingga luas ruangan menjadi 80 m<sup>2</sup> atau lebih, karena bagian tengah bangunan merupakan lapangan kosong sehingga tidak perlu mengubah perimeter luar bangunan. Setelah diperlebar, jarak antar meja juga diperbesar menjadi 70 cm agar sesuai dengan data antropometri dan agar lebih ergonomis sehingga nyaman bagi para pelajar untuk melewatinya (Chiara, Panero, & Zelnik, 1991).



Gambar 3. Layout ruang kelas sebelumnya dan layout ruang kelas setelah di desain  
[Sumber: Teodor, 2022]

Beberapa hal yang dapat mempengaruhi kenyamanan hingga konsentrasi pelajar adalah suhu, kelembapan, kebisingan, dan pencahayaan. Melalui hasil wawancara terhadap narasumber, diketahui bahwa ruangan kelas tidak panas tetapi lembab, kemudian para narasumber merasa bahwa akan lebih baik jika kelas bisa menjadi lebih terang dengan pencahayaan yang lebih merata di dalam ruang, dan juga akustik antar ruangan tidak terlalu baik, karena suara dari ruangan sebelah selalu terdengar.

Maka dari itu, solusi yang ditawarkan adalah kelas yang awalnya menggunakan jendela jungkit dengan bukaan kecil dan hanya ada pada satu sisi ruangan diubah menjadi jendela pivot dengan bukaan lebih lebar. Kemudian jendela dibuat pada dua sisi ruang kelas agar sirkulasi udaranya juga menjadi lebih baik dan juga cahaya yang masuk lebih banyak. Untuk membantu memantulkan cahaya matahari yang masuk, ruang kelas menggunakan warna putih. Selain itu, partisi yang sebelumnya hanya menggunakan kayu diubah menjadi menggunakan partisi akustik yang dapat digerakkan agar dapat dipindahkan ketika ruangan akan digabungkan. Penggunaan jendela pivot dapat menahan beban kaca lebih baik sehingga menjadi lebih aman juga. Kemudian karena Jenis jendela pivot yang digunakan adalah jendela pivot vertikal maka ketika akan membuka jendela membutuhkan tenaga lebih sedikit dibandingkan Ketika membuka jendela jungkit sehingga menjadi lebih aman juga karena dapat mengurangi risiko terjepit jendela (epicwindow, 2020). Penggunaan partisi akustik dan panel *ceiling* akustik bertujuan untuk membantu meredam suara karena meskipun pencahayaan dan penghawaan alami sudah semakin baik tetapi karena banyaknya bukaan maka menaikkan kemungkinan suara dari luar yang masuk ke dalam kelas juga.



Gambar 4. Ruang kelas eksisting, ide jendela pivot dan 3d hasil desain  
[Sumber: Teodor, 2022]

Selain dapat membantu dalam menghemat energi, peran pencahayaan alami dapat juga memiliki peran dalam proses belajar seorang anak. Kurangnya pencahayaan alami dapat mempengaruhi konsentrasi, depresi, dan tingkat kelelahan seseorang, dan dalam kasus ini adalah para pelajar di sekolah (Dudek & Baumann, 2007). Agar pencahayaan alami di dalam ruangan bisa cukup setidaknya total luas jendela dan pintu kaca jika ada lebih dari atau sama dengan 10% dari luas permukaan lantai (Lipford, 2022). Pada perancangan menggunakan pendekatan *green* luas permukaan lantai adalah 80,4625 m<sup>2</sup> yang mana berarti 10% dari luas tersebut adalah 8,04625 m<sup>2</sup>. Kemudian untuk total luas jendelanya adalah 21 m<sup>2</sup> dan luas pintu kacanya adalah 3.01 m<sup>2</sup>, jika keduanya ditambah menjadi 24,01 m<sup>2</sup>. Dari hasil kalkulasi tersebut, luas jendela Bersama dengan pintu kaca sudah melebihi 10% luas lantai. Jendela ada pada sisi kiri dan

kanan dinding kelas dengan luas jendela masing-masing sisi adalah 10,5 m<sup>2</sup>. Pembagian jendela ada pada sisi kiri dan kanan dikarenakan pada kelas *existing* jendela hanya ada pada satu sisi sehingga penyebaran cahaya yang masuk tidak merata. Selain itu jendela akan menggunakan kaca bening biasa sehingga cahaya matahari akan masuk dengan lebih maksimal dan penerangan akan lebih optimal dikarenakan pada kelas *existing* jendela menggunakan *tinted glass* hitam sehingga kelas harus mengandalkan penerangan dari lampu.

Untuk membantu meredam suara yang keluar melalui jendela terbuka, di luar kelas ditempatkan beberapa tanaman yang dapat membantu meredamkan suara seperti begonia rex, pakis boston, baby tears, ficus, dan bunga peace lily (Pratiwi, 2021).

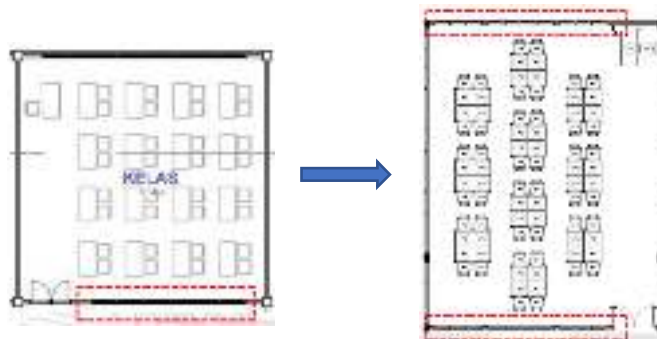
### Penghawaan Alami

Berdasarkan para narasumber dan responden, salah satu permasalahan di kelas *existing* adalah dari segi penghawaannya, dimana penghawaan di kelas tersebut kurang baik sehingga kelas kerap terasa lembap atau pengap meskipun suhu di ruang kelas tersebut tidak panas, dan pernyataan para narasumber tersebut didukung oleh data yang didapatkan dari lapangan. Berikut adalah hasil pengambilan data dari lapangan

Tabel 1: Data suhu dan temperatur di ruang kelas  
[Sumber: Teodor, 2022]

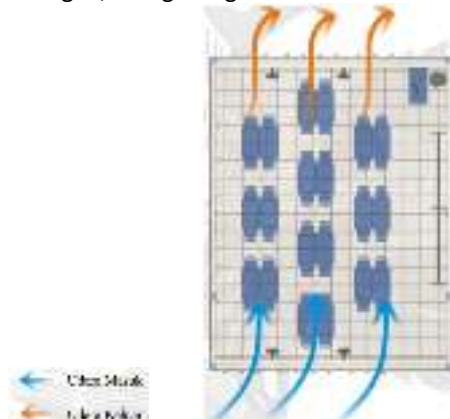
Jam	Temperatur	Kelembaban
7:00	26,6° C	78%
8:00	24,6° C	85%
9:00	25° C	87%
10:00	25,3° C	87%
11:00	25,3° C	89%
12:00	25,3° C	87%
13:00	25,3° C	84%
Rata-rata	25,3° C	85,3%

Berdasarkan KepMenkes No. 829/Menkes/SK/VII/1999, suhu sebuah ruang kelas memiliki standar kenyamanan sekitar 18° C sampai 30° C, yang mana berarti untuk suhu kelas *existing* yang memiliki rata-rata suhu 25,3° C masih berada di dalam standar kenyamanan. Kemudian untuk kelembapan ruang kelas memiliki standar kenyamanan sekitar 40% sampai 70%, sedangkan pada kelas *existing* rata-rata persentase kelembabannya adalah 85,3% yang berarti kelas tersebut terlalu lembab. Salah satu penyebab dari lembabnya ruang tersebut dikarenakan kurangnya ventilasi dan salah satu cara untuk menambahkan ventilasi dalam ruangan tersebut adalah dengan menambahkan bukaan yang mana pada perancangan ini bukaan akan didapatkan dari jendela pivot dan juga ventilasi di atas jendela, yang mana pada kelas *existing* hanya mengandalkan ventilasi atas dan juga jendela jungkit dengan bukaan kecil pada satu sisi ruangan.



Gambar 5. Penambahan posisi peletakan jendela dalam ruang kelas  
[Sumber: Teodor, 2022]

Penggunaan jendela pivot pada dua sisi membantu ruang kelas mendapatkan sirkulasi udara yang lebih baik. Udara mengalir keseluruh ruangan, mengurangi kelembaban di dalam ruang.





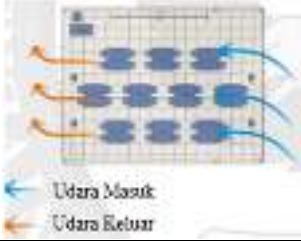

Gambar 6. Sirkulasi udara di dalam ruang  
[Sumber: Teodor, 2022]

Hal lain yang harus diperhatikan juga dalam menerapkan *green design* adalah material bekas. Dalam penelitian ini ada dua material yang harus diperhatikan yaitu kayu bekas partisi lama dan kayu bekas furnitur lama. Furnitur lama yang terbuat dari kayu telah temakan usia dan juga untuk jangka waktu yang cukup lama berada di dalam ruangan yang lembab, sehingga furnitur ini mulai mengeluarkan bau lembab. Furnitur lama ini tidak digunakan kembali, maka rencana sekolah terhadap furnitur ini adalah dijual. Kemudian ada kayu pada partisi ruangan yang lama. Kayu yang digunakan pada partisi lama tidak mengeluarkan bau sehingga masih dapat digunakan kembali. Pada perancangan dengan pendekatan *green* ini, kayu tersebut dapat digunakan sebagai lapisan luar dari partisi akustik, di mana kayu tersebut akan melapisi insulasi akustik yang ada di dalamnya.

Selain barang bekas, harus diperhatikan juga pemilihan material baru yang akan digunakan. Menggunakan material dengan dampak pada lingkungan yang rendah seperti kaca dan aluminium yang dapat didaur ulang. Material ini akan digunakan pada jendela dan pintu. Selain itu juga menggunakan plywood, HPL, dan Rockwool yang memiliki sertifikasi hijau. Material-material ini yang akan digunakan pada furnitur seperti meja dan rak buku. Kemudian juga menggunakan cat dan perekat HPL yang low VOC. Dengan memilih material yang low VOC akan menghindari *sick building syndrome*, dimana ini akan membantu konsentrasi pelajar karena kualitas udara dalam ruangan yang baik.

Tabel 2: Rangkuman pembahasan desain ruang kelas SMP PL Santo Albertus  
[Sumber: Teodor, 2022]

Keterangan	Ruang kelas	Desain
Pencahayaan alami	Terdapat pencahayaan alami melalui jendela pada dua sisi ruang kelas serta pintu kaca yang total memiliki luas kurang lebih 27% dari luas lantai ruangan. Jendela serta pintu kaca menggunakan kaca bening bukan <i>tinted</i> .	

Keterangan	Ruang kelas	Desain
Penghawaan alami	Menggunakan jendela pivot yang dapat dibuka tutup dan terdapat bukaan ventilasi di atas jendela yang selalu terbuka	
<i>Cross ventilation</i>	Jendela pivot memiliki bukaan dengan arah yang berbeda dan jendela terdapat pada dua sisi ruangan yang berhadapan sehingga dapat terjadi <i>cross ventilation</i> di dalam kelas.	
Material hijau	Menggunakan plywood, Rockwool (partisi kelas), dan HPL yang memiliki sertifikasi <i>green</i> . Menggunakan cat dan perekat HPL yang low VOC. Menggunakan kaca dan aluminium, dapat didaur ulang atau digunakan kembali. Menggunakan kayu bekas partisi lama untuk lapisan luar partisi baru	
Ergonomi	Semua meja dibuat dengan ketinggian 75 cm dengan ketinggian ruang di bawah mejanya 60 cm, kursi dengan ketinggian 45 cm, dan permukaan meja 50 x 60 cm. Jarak antar meja 70 cm	

#### 4. KESIMPULAN

Melalui penelitian didapatkan bahwa dengan menerapkan beberapa hal dari *green design* dapat meningkatkan / mempertahankan konsentrasi pelajar. Optimalkan penggunaan pencahayaan alami karena dapat membantu agar pelajar tetap fokus, tidak mengantuk, dan terasa segar, kemudian juga optimalkan penggunaan penghawaan alami dan untuk bisa mendapatkan sirkulasi yang lebih baik gunakan *cross ventilation* agar udara tersirkulasi dengan baik dan ini dapat membantu dalam kelembaban ruangan sehingga pelajar bisa lebih berkonsentrasi dan tidak merasa pengap dan lengket, pemilihan material yang tidak mengeluarkan bau seperti menggunakan cat dan perekat *low VOC* yang tidak mencemarkan udara sehingga dapat memberikan kualitas udara yang baik agar konsentrasi dan kesehatan pelajar tidak terganggu, selain itu menggunakan material *green* seperti *Rockwool* yang bekerja sebagai insulasi yang dapat meredam suara sehingga suara dari kelas sebelah tidak akan terlalu keras hingga mengganggu konsentrasi pelajar.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Ucapan penghargaan sebesar-besarnya dari penulis kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini, yang mendukung dalam segala hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Di, Y. 5 Ways That Indoor Humidity Affects Your Health and Thermal Comfort. Retrieved from delos: <https://delos.com/resources/blog/5-ways-that-indoor-humidity-impacts-your-health/>, 19 Oktober 2021 [Okt. 19, 2021]
- [2] Pakasi, T. Ratusan ilmuwan desak WHO: fakta baru, penyebaran virus Covid-19 bisa melalui udara. Diambil kembali dari the conversation: <https://theconversation.com/ratusan-ilmuwan-desak-who-fakta-baru-penyebaran-virus-covid-19-bisa-melalui-udara-142179>, 11 Juli 2020 [Jul. 11, 2020]
- [3] Ramadhani, S. Hutan Kalimantan: Ciri-ciri, Fakta Menarik dan Permasalahan. Diambil kembali dari lindungi hutan: <https://lindungihutan.com/blog/hutan-kalimantan/>, 10 Maret 2022 [Mar. 10, 2022]
- [4] Afza, F. A. Eco Green: Penerapan Green Design dalam Desain Interior. Diambil kembali dari interior design.id: <https://interiordesign.id/green-design-interior/>, 31 Oktober 2019 [Okt. 31, 2019]
- [5] Kibert, C. J. Sustainable Construction, Green Building Design and Delivery. In C. J. Kibert, Sustainable Construction, Green Building Design and Delivery. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.2007, p. 167.
- [6] GBCI. (2018, Agustus 21). Greenship: Existing Building. Retrieved from bangunanhijau.com: <https://bangunanhijau.com/gb/eb/asd-eb/>. 21 Agustus 2018 [Aug. 21, 2018]
- [5] Kibert, C. J. Sustainable Construction, Green Building Design and Delivery. In C. J. Kibert, Sustainable Construction, Green Building Design and Delivery. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.2007, p. 167.
- [6] Chiara, J. D., Panero, J., & Zelnik, M. (1991). Time-saver Standards for Interior Design and Space Planning. McGraw-Hill. 1991.
- [7] epicwindow. MENGENAL JENDELA PIVOT. Retrieved from Epic Window: <https://epic-window.com/mengenal-jendela-pivot/>, 9 September 2020 [Sep. 9, 2020]
- [8] Dudek, M., & Baumann. Schools and Kindergardens. In M. Dudek, & D. Baumann, Schools and Kindergardens. Berlin: Birkhäuser Basel, 2007,p. 34.
- [9] Lipford, D. (2022, January 30). LIGHT & VENTILATION – RULES & REGULATIONS. Retrieved from Today's Homeowner: <https://todayshomeowner.com/light-ventilation-rules-regulations/#:~:text=For%20Natural%20Light,to%20be%2012%20square%20feet>, 30 Januari 2022 [Jan. 30, 2022]
- [10] Pratiwi, A. 5 Tanaman Ini Dapat Meredam Suara Bising. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/homey/read/2021/12/09/100200476/5-tanaman-ini-dapat-meredam-suara-bising?page=all>, 9 Desember 2021 [Des. 9, 2021]

## PENDEKATAN GREEN DESIGN DALAM PERANCANGAN HEALING SPACE (STUDI KASUS: CAMPHILLS ECO STAY)

Nathania Nadya Junardi<sup>1</sup>, Vanya Alessandra Leonardo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Interior, Desain, Universitas Pelita Harapan

Jl. MH. Thamrin Boulevard 1100 Lippo Village, Tangerang, Indonesia

01024190016@student.uph.edu<sup>1</sup>, vanya.alessandra@gmail.com<sup>2</sup>

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*Healing Space is an area or space or place that functions as a person's psychological recovery, not a hospital, but a quiet area far from noise and one with nature with the aim of helping someone to restore himself who had disappeared due to pressure and stress in everyday life that occurs in urban environments due to noise, lack of privacy and bad air quality. In addition, Healing Space can also be a place for someone to calm themselves and their minds, connecting individuals with nature by providing outdoor views and other natural features. During the COVID-19 Pandemic, people are forced to stay in their homes and avoid crowds to reduce exposure to the virus and protect themselves and others. but being at home for months is not an easy thing, especially those of us who often do activities outside the home. Unknowingly the longer we are at home, everyone's stress level is increasing. Green Architecture is a form of architectural or building interior design method that is able to minimize various bad influences that can be harmful to human health or the environment. By using this approach, it is hoped that buildings can provide more benefits for users, including buildings that can last longer, save energy, minimize building maintenance costs, and make building to be more comfortable and healthier to live in. Camphills Eco Stay is a tourist spot in Bogor located in the tourist area of Mount Salak Endah which has the concept of being one with nature, while proactively preserving the Nature of Mount Salak. Camphills Eco Stay offers attractive facilities and focuses on healing.*

**Keywords:** *Healing Space, Psychological, Green Design, Camphills Eco Stay*

### ABSTRAK

*Healing Space merupakan area atau ruang atau tempat yang difungsikan sebagai pemulihan seseorang secara psikologis, bukan rumah sakit, melainkan suatu area yang tenang jauh dari kebisingan dan menyatu dengan alam dengan tujuan untuk membantu seseorang mengembalikan dirinya sendiri yang tadinya sempat menghilang akibat tekanan dan stress pada kesehariannya yang terjadi di lingkungan perkotaan akibat kebisingan, kurangnya privasi, kualitas udara yang buruk. Selain itu Healing Space juga dapat menjadi tempat seseorang untuk menenangkan diri sendiri dan pikiran, menghubungkan individu dengan alam dengan memberikan pemandangan luar ruangan dan fitur alam lainnya. Selama Pandemi COVID-19 ini masyarakat terpaksa harus berdiam di rumah masing masing dan menghindari kerumunan untuk mengurangi pemaparan virus dan melindungi diri sendiri serta orang lain. namun berada dirumah selama berbulan bulan bukanlah suatu hal yang mudah, apalagi bagi kalangan yang sering beraktifitas diluar rumah. Tanpa disadari semakin lama kita berada dirumah, tingkat stress setiap orang semakin bertambah. Green Architecture adalah suatu wujud metode perancangan arsitektur ataupun interior (bangunan) yang mampu meminimalisir berbagai pengaruh buruk yang dapat membahayakan bagi kesehatan manusia ataupun lingkungan. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan bangunan dapat memberikan manfaat bagi pengguna, antara lain bangunan dapat lebih tahan lama, hemat energi, minimalisasi biaya perawatan bangunan, dan bangunan dapat lebih nyaman dan sehat untuk ditinggali. Camphills Eco stay merupakan satu tempat wisata di Bogor terletak di kawasan wisata Gunung Salak Endah yang memiliki konsep menyatu dengan alam, dan juga secara proaktif menjaga kelestarian Alam*

*Gunung Salak. Camphills Eco Stay menawarkan fasilitas menarik dan berfokus dengan healing. Camphills Eco Stay berkonsep menyatu dengan alam dan bertekad untuk membantu kelestarian alam.*

**Kata Kunci:** *Healing Space, Psychological, Green Design, Camphills Eco Stay*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Perencanaan

Pada era ini kesehatan mental menjadi salah satu topik yang sering dibicarakan. Berbeda dengan keadaan sebelumnya dimana kesehatan mental bukanlah topik yang umum untuk dibicarakan, seiring berjalannya waktu semakin banyak masyarakat yang mulai menyadari pentingnya kesehatan mental dalam kehidupan sehari-hari. [1] Menurut WHO "Kesehatan mental merupakan kondisi dari kesejahteraan yang disadari individu, yang di dalamnya terdapat kemampuan-kemampuan untuk mengelola stres kehidupan yang wajar, untuk bekerja secara produktif dan menghasilkan, serta berperan serta di komunitasnya." Menurut kementerian Kesehatan Indonesia "Kesehatan mental yang baik adalah kondisi ketika batin kita berada dalam keadaan tenang dan damai, sehingga memungkinkan kita untuk menikmati kehidupan sehari-hari dan menghargai orang lain di sekitar." Dengan kesadaran masyarakat dengan kesehatan mental, salah satu hal yang dapat membantu masyarakat dalam kategori Kesehatan mental ini adalah dengan pembuatan area atau ruang yang dapat membantu mereka mengurangi rasa stress atau memberikan area hiburan yang lebih menyatu dengan alam.

Berdasarkan hasil penelitian [2] mengenai ruang terbuka hijau dan hubungannya dengan psikologis, ada beberapa fasilitas di Ruang Terbuka Hijau yang dapat membantu mengurangi depresi pada masyarakat di wilayah perkotaan. Fasilitas tersebut antara lain: a) 32,74% fasilitas duduk di bawah pohon, b) 26,79% fasilitas bermain untuk anak yang dilengkapi dengan wahana bermain, c) 22,92% fasilitas untuk berolahraga, d) 14,29% fasilitas hiburan seperti mini *amphitheatre* untuk kegiatan-kegiatan di ruang terbuka publik, e) dan 3,26% fasilitas sanitasi seperti toilet yang bersih, fasilitas ibadah seperti musholla, fasilitas kuliner yang di desain dengan baik dan tertata rapi, ketersediaan sarana higienis seperti tempat sampah, dan fasilitas internet seperti wi-fi.

Didirikan dengan tujuan sebagai tempat yang menyediakan area hiburan yang menyatu dengan alam, Camphills Eco Stay menyediakan tempat yang mengakomodasikan fasilitas yang berfokus pada healing seperti yoga, tracking, aerobic pagi, put put golf dan masih banyak lagi, secara umum fasilitas yang ditawarkan berfokus dan berhubungan dengan alam, hal ini membuat para pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan alam dan bersenang senang melepas penatnya kehidupan kota.

Camphills Eco Stay sudah memiliki fasilitas yang dibutuhkan untuk menciptakan ruang terbuka hijau yang baik. Namun permasalahan Camphills Eco Stay tidak berhenti disitu. Camphills Eco Stay mengangkat tema alam, dan sustainability, namun hal kurang terlihat pada desain bangunan yang ada, selain itu mereka juga memiliki masalah di identitas mereka. Konsep brand dan identitas brand kurang terlihat pada didalam penerapan desain existing. [3] Ada juga permasalahan dalam desain misalnya pada setiap fasilitas yang ada memiliki konsep yang berbeda beda sehingga tidak menjadi satu kesatuan estetika yang utuh. Mereka juga memiliki permasalahan dalam target market. Meski target market Camphills Eco Stay merupakan masyarakat kelas menengah keatas namun pada desain yang ada kurang terbaca. Maka dari itu perancangan ini memiliki tujuan untuk mendesain atau merancang ulang Camphills Eco Stay yang sesuai dengan visi misi dan branding dari perusahaannya.

## 2. METODE PENELITIAN

### a) Observasi

Observasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung, dikarenakan kondisi pandemic yang sedang berlangsung. Observasi secara langsung dilakukan dengan datang langsung ke Camphills Eco Stay. Penulis berperan pasif dengan berkeliling dengan karyawan yang bekerja disana. Observasi tidak langsung dilakukan penulis dengan mencari data melalui website dan juga review pengunjung yang berada di internet.

### b) Wawancara

Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai Camphills Eco Stay yang tidak ditemukan diwebsite maupun dari hasil observasi seperti permasalahan yang dihadapi, kelebihan dan kekurangan Camphills Eco Stay, sistem yang berlaku di Camphills Eco Stay, visi misi, dan juga sejarah

berdirinya Camphills Eco Stay. Informasi ini didapatkan melalui tanya jawab mengenai topik tertentu terhadap narasumber berdasarkan pertanyaan yang sudah disiapkan penulis sebelumnya. Wawancara dilakukan dengan pengurus Camphills Eco Stay dan juga pemilik Camphills Eco Stay.

### **c) Studi Literatur**

Dalam Studi Literatur pencarian data dilakukan melalui situs website, buku, dan jurnal. Salah satu kajiannya berdasarkan pada karya Christine Nickl-weller yang berjudul "Healing Architecture". Selain itu, penelitian juga diambil melalui jurnal yang berjudul "Pengaruh Ruang Terbuka Hijau Terhadap Psikologis Masyarakat di Kota Bekasi". Studi literatur digunakan untuk melengkapi informasi yang dapat membantu proses penelitian, yang tidak bisa didapatkan melalui metode observasi dan wawancara.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Deskripsi Data**

#### **3.1.1 Mental Health**

Menurut Federasi Kesehatan Mental Dunia (World Federation for Mental Health) membahas bahwa kesehatan mental sebagai suatu kondisi manusia yang memungkinkan adanya perkembangan yang baik secara fisik, intelektual dan emosional. Permasalahan mengenai Mental Health bukanlah masalah yang sederhana, hal ini dikarenakan jika adanya gangguan terhadap mental seseorang yang diabaikan bahkan dibiarkan berlarut memiliki potensi untuk mengancam kondisi psikis maupun fisik yang dapat merugikan sang individu dimasa depan. Berdasarkan hasil survei Populix menunjukkan bahwa 52% atau satu dari dua masyarakat Indonesia merasa bahwa dirinya punya masalah kesehatan mental. Survei ini dilakukan pada 16-17 September 2022 terhadap 1.005 responden berusia 18-54 tahun di seluruh Indonesia. Mayoritas responden adalah pekerja (60,5%) dan pelajar (26%) dengan status lajang (50%) dan 40% menikah.

Menurut Undang-Undang nomor 36 Tahun 2009 yang mengatur mengenai upaya kesehatan dan pelayanan mental perseorangan dan masyarakat, terdapat empat pelayanan kesehatan yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam menangani kasus kesehatan jiwa. Empat pendekatan tersebut ialah pelayanan kesehatan promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif. Mengenai definisi dari tahapan-tahapan tersebut, diuraikan sebagai berikut:

##### **a. Pelayanan kesehatan promotif**

Merupakan suatu kegiatan dan/atau serangkaian kegiatan pelayanan kesehatan yang mengutamakan kegiatan yang lebih cenderung bersifat promosi kesehatan.

##### **b. Pelayanan kesehatan preventif**

Merupakan suatu kegiatan pencegahan terhadap suatu masalah kesehatan/penyakit.

##### **c. Pelayanan kesehatan kuratif**

Merupakan suatu kegiatan dan/atau serangkaian kegiatan pengobatan yang ditujukan untuk penyembuhan suatu penyakit, pengurangan penderitaan akibat penyakit tertentu, pengendalian penyakit, atau pengendalian kecacatan supaya kualitas hidup penderita dapat terjaga seoptimal mungkin.

##### **d. Pelayanan kesehatan rehabilitatif**

Merupakan suatu kegiatan dan/atau serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengembalikan bekas penderita ke dalam masyarakat sehingga dapat berfungsi lagi sebagai anggota masyarakat yang berguna untuk dirinya dan masyarakat semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuannya.

#### **3.1.2 Hotel**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hotel adalah bangunan yang memiliki kamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk bermalam dan tempat untuk makan bagi orang yang sedang dalam perjalanan. Pengertian lain menurut KBBI, hotel adalah bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia Nomor 94 Tahun 1987, hotel adalah wujud dari salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersial. Mengutip dari situs resmi Badan Koordinasi

Penanaman Modal (BKPM), berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, usaha hotel termasuk dalam usaha penyediaan akomodasi.

Menurut [4][5] berapa hal yang diakomodasi oleh hotel adalah sebagai berikut:

**a. Lobby**

Lobby merupakan ruang terbuka yang luas di dekat dan di luar pintu masuk sebuah bangunan untuk umum, seperti di hotel atau di bioskop. Oleh karena itu ukuran sebuah ruang lobby sangat penting. Karena area ini merupakan akses utama menuju fasilitas hotel yang lain. Dengan demikian ukuran lobby hotel sangat penting. Besaran keseluruhan area mengikuti aturan dari ukuran dan jenis hotel, aktivitas dan pola aktivitas dari pengunjung, dan dari jumlah kamar tidur.

**b. Reception**

Reception merupakan area penerima tamu, atau penyambut tamu. Ruang untuk meja resepsionis tergantung dari tipe, kapasitas dan standar serta pola kedatangan dan kepergian pengunjung di hotel.

**c. SPA**

Penggolongan kategori pelayanan SPA, menurut tujuan perawatan, dibedakan menjadi dua kategori, yaitu: Health SPA (Wellness SPA) dan Medical SPA. Health SPA (Wellness SPA) dapat dilihat dari lokasi dan pelayanan, dikenal dengan Day SPA (City SPA), Resort SPA, Destination SPA, Residential SPA, Amenity SPA, Mineral Spring SPA dan sebagainya. Health SPA adalah SPA yang memberikan layanan peningkatan kesehatan, pemeliharaan dan pencegahan yang lebih ditekankan pada relaksasi dan keindahan penampilan. Medical SPA adalah kategori SPA yang memberikan pelayanan secara menyeluruh yakni peningkatan kesehatan, pemeliharaan, pencegahan, dan dengan mengutamakan pada pemulihan (revitalisasi-rehabilitasi).

**d. Kamar**

Kamar berisi tempat tidur, area penyimpanan dan furnitur lainnya seperti laci, meja samping tempat tidur, meja untuk menulis, tempat untuk menaruh koper atau bawaan, serta kursi yang memiliki standar tertentu dimana standar tersebut ditentukan berdasarkan kelas hotelnya, jumlah tamu, serta lamanya tinggal.

### 3.1.3 Healing Space

Healing Space merupakan area atau ruang atau tempat yang difungsikan sebagai pemulihan seseorang secara psikologis. namun healing space bukanlah rumah sakit, melainkan suatu area yang tenang jauh dari kebisingan dan menyatu dengan alam dengan tujuan untuk membantu seseorang mengembalikan dirinya sendiri yang tadinya sempat menghilang akibat tekanan dan stress pada kesehariannya yang terjadi di lingkungan perkotaan akibat kebisingan, kurangnya privasi, kualitas udara yang buruk. Selain itu Healing Space juga dapat menjadi tempat seseorang untuk menenangkan diri sendiri dan pikiran menghubungkan individu dengan alam dengan memberikan pemandangan luar ruangan dan fitur alam lainnya. [6]

### 3.1.4 Green Design

Green Design merupakan suatu konsep untuk memperkenalkan metode perancangan yang ramah lingkungan, serta menerapkan kaedah efisiensi dan efektifitas penggunaan energi serta sumber daya yang digunakan. [7]–[9] Kriteria yang digunakan dalam karya ini diambil dari GreenShip Homes yang merupakan sebuah produk sistem rating yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi non-profit bernama Green Building Council Indonesia [10] dimana sistem ini disiapkan dan disusun oleh GBC Indonesia dengan mempertimbangkan kondisi, karakter alam serta peraturan dan standard yang berlaku di Indonesia. Kriteria yang akan diimplementasikan dalam perancangan Camphills Eco Stay adalah:

- Efisiensi dan Konservasi Energi
- Sumber Daya dan Siklus Material
- Kesehatan dan Kenyamanan Dalam Ruangan

Manfaat metode green desain yang dituju pada karya ini adalah:

- Membantu jawab rumusan masalah
- Membantu mengurangi masalah lingkungan

## **a. Ketentuan yang dapat diterapkan dalam desain berdasarkan GBCI**

### **1) IHC 6 (kenyamanan visual)**

Kenyamanan visual membahas mengenai pengupayakan penyediaan fasilitas pencahayaan yang berkualitas baik untuk meningkatkan produktivitas dan kenyamanan para pengguna ruang. Menggunakan sistem pencahayaan dengan tingkat pencahayaan dalam ruangan sesuai dengan SNI 03- 6197- 2000 tentang Konservasi Energi pada Sistem Pencahayaan. Desain harus menyediakan pengaturan cahaya individual (saklar) yang mudah dijangkau oleh individu dan atau menyediakan sistem pengaturan tata cahaya pada ruang multi penghuni untuk digunakan oleh seluruh penggunanya. Menyediakan pengaturan tirai yang terintegrasi dengan sistem pengaturan cahaya alami secara otomatis.

### **2) IHC 7 (pemandangan ke luar dan cahaya matahari)**

Point ini membahas mengenai menyediakan sarana penghubung antara ruang di dalam dan ruang di luar untuk mendapatkan pemandangan ke arah luar dan cahaya matahari yang menerangi ruang di dalam, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan produktivitas dari pengguna ruang. 75% dari luas lantai yang digunakan sebaiknya menghadap langsung ke pemandangan luar secara horizontal yang dibatasi oleh dinding transparan dan apabila ditarik suatu garis lurus, maka dinding transparan dengan ambang bawah maksimal berjarak 0,90m di atas permukaan lantai. Penggunaan cahaya alami secara optimal hingga mencapai minimal 75% dari luas lantai yang digunakan mendapatkan intensitas cahaya alami minimal 300 lux. Akustik arsitektur & interior (termasuk furniture) harus bisa memberikan rasa nyaman bagi pengguna.

### **3) IHC 9 (Tingkat Kebisingan)**

Pengaturan tingkat kebisingan memiliki tujuan untuk menjaga kebisingan dalam ruangan pada tingkatan yang optimal. Memiliki tolak ukur tingkat kebisingan pada ukuran 90% dari area yang digunakan, tidak lebih dari atau sesuai dengan SNI 03-6386-2000, tentang Spesifikasi Tingkat Bunyi dan Waktu Dengung dalam Bangunan Gedung dan Perumahan (kriteria desain yang direkomendasikan).

## **b. KRITERIA ELEMEN**

### **1) Lantai**

Pemilihan bahan bangunan sebaiknya menggunakan bahan bangunan yang non-synthetic dan nontoxic (tidak mengandung racun). Lantai bisa banyak memanfaatkan penggunaan kayu dan batu-batuan lokal yang mudah ditemukan di lingkungan bangunan itu berada. Bahan yang dapat digunakan untuk lantai antara lain seperti marmer, granit, keramik, teraso, dan parquet. Konsep ramah lingkungan ini dirancang untuk tidak mengotori lingkungan, minim biaya perawatan, tahan korosi, pemasangan mudah dan cepat.

### **2) Dinding**

Bahan dinding dipilih yang mampu menyerap panas matahari dengan baik misalnya menggunakan batu bata alami atau fabrikasi batu bata ringan (campuran pasir, kapur, semen, dan bahan lainnya). Memiliki karakteristik tahan api, kuat terhadap tekanan tinggi, daya serap air rendah, kedap suara, dan menyerap panas matahari secara signifikan. Penggunaan keramik pada dinding yang menggeser penggunaan wallpaper merupakan salah satu bentuk inovasi dalam penerapan green desain. Dinding keramik memberikan kemudahan dalam perawatan, pembersihan dinding (tidak perlu dicat ulang, cukup dilap), motif beragam dengan warna pilihan eksklusif dan elegan, serta menyuguhkan suasana ruang yang bervariasi.

### **3) Plafon**

Bahan atau material yang ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan untuk digunakan pada plafon yaitu salah satunya gipsum karena kandungan TVOC (total volatile organic compound) yang rendah, tidak mengandung radioaktif, serta material ini dapat didaur ulang. Material lain seperti plafon GRC (Glassfibre Reinforced Concrete) dapat dikatakan ramah lingkungan karena menggunakan sedikit semen dan menghasilkan emisi karbon yang jauh lebih rendah. Material ini juga tahan akan cuaca yang ekstrim, serta tahan terhadap air dan api.

### 3.1.5 Camphills Eco Stay Bogor

Camphills Eco Stay berlokasi di Jl. Raya Gn. Salak Endah No.09, RT.02, Gn. Sari, Kec. Pamijahan, Bogor, Jawa Barat 16810. Camphills Eco Stay adalah resort yang terletak di kawasan wisata di Bogor yang memiliki konsep menyatu dengan alam, dan juga secara proaktif menjaga kelestarian Alam Gunung Salak, dengan konsep Camphills Eco Stay yang menyatu dengan alam mereka bertekad untuk membantu kelestarian alam, Oleh sebab itu dalam program acara yang diselenggarakan, para tamu diingatkan untuk senantiasa menjaga kelestarian lingkungan sekaligus menjadi anjang pendidikan bagi anak-anak dan remaja untuk mencintai alam.

### SWOT Analyze

#### STRENGTH:

- Lokasi yang Strategis
- Camphills Eco Stay terletak di kaki gunung salak yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah sehingga memudahkan akses bagi pengunjung.
- Berjarak 90 KM dari kota Jakarta
- Memiliki pemandangan, suasana alam yang sangat memadai dan mendukung.
- Dapat diakses dengan transportasi darat.
- Sistem Keamanan yang baik
- Sebelum masuk ke area wisata ada gerbang yang dikelola oleh pemerintah
- Area yang tersedia sangat luas sekitar 13 hektar sehingga dapat digunakan sesuai dengan keinginan developer
- Area Parkir yang rapih dan luas
- Terdapat tempat makan lokal yang mudah dijangkau

#### WEAKNESS:

- Jalur kendaraan sempit dan berliku sehingga pengendara harus berhati-hati.
- Tenaga Listrik yang kurang, karena berada di kaki gunung tenaga listrik kurang memadai sehingga sering terjadi koslet.
- Jalan yang berliku dan menanjak cenderung membuat pengendara mabuk darat.

#### OPPORTUNITIES:

- Udara yang sejuk dan pemandangan yang indah serta menyatu dengan alam menjadi salah satu alasan mengapa Camphills Eco Stay dapat menjadi tempat healing space yang baik. Karena dapat menawarkan suasana alam yang baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

#### THREATS:

- Karena berada di kaki gunung yang masih ada penduduk lokal yang tinggal Camphills Eco Stay juga harus memperhatikan pedagang-pedagang lokal agar tetap dapat berkembang
- Adanya beberapa Eco Stay di area dekat dengan Camphills Eco Stay yang menawarkan fasilitas yang tidak berbeda jauh sehingga Camphills Eco Stay terus mencoba untuk mengembangkan fasilitasnya.

### 3.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Camphills Eco Stay mengambil tema alam dan sustainability namun pada desain existing mereka kurang mengimplementasikan konsep sustainability. Camphills Eco Stay mengambil tema alam dan sustainability namun pada desain mereka masih ada penggunaan material yang tidak menunjukkan sustainability tempat tersebut seperti penggunaan tenda yang dibangun menggunakan terpal, maka dari itu pesan yang ingin disampaikan oleh desainer tidak dapat tersalurkan dengan baik

### 3.3 PEMBAHASAN

Camphills Eco Stay mengangkat tema alam, dan sustainability dimana user diharapkan penggunaan untuk secara sadar dan proaktif melakukan kegiatan atau menggunakan barang yang berdampak positif bagi harmoni manusia dan bumi. sehingga penggunaan material saat pembangunan seharusnya sangat ter pikirkan dengan baik. selain itu Camphills Eco Stay juga berfokus untuk melestarikan budaya lokal sehingga unsur lokalitas juga diterapkan di area Camphills Eco Stay.

Berdasarkan identitas Camphills Eco Stay dan permasalahan yang telah di analisis, maka Camphills Eco Stay di desain dengan konsep Biophilia. Biophilia didefinisikan sebagai naluri bawaan manusia untuk terhubung dengan alam dan makhluk hidup lainnya. Dengan merancang ruang yang dapat membuat pengunjung merasakan kesinambungan antara diri sendiri dengan alam. Dengan cara mendesain ruang yang menggunakan warna warna earth tone serta mengimplementasikan pendekatan green design pada ruang. Namun, tetap memperhatikan nilai estetika dan juga memperhatikan keamanan lingkungan. Dengan pemilihan keyword “Calming,” mendesain ruang yang dapat membuat pengguna merasa tenang dan nyaman, “Earthy”, mendesain ruang yang dapat menerlibatkan tumbuhan / alam kedalam ruang, “Green”, mengimplementasikan pendekatan green design dalam mendesain ruang. Didasarkan pada visi misi brand dimana mereka memiliki salah satu tujuan untuk membantu sesama dengan mulai dari wisatawan, warga sekitar, dan juga bumi. Konsep ruang cure chamber ini menjadi salah satu jawaban yang dapat membantu mengatasi semua tujuan brand dengan meningkatkan kesinambungan antar manusia alam dan juga ruang. Konsep Furniture dan ergonomic diambil dari Penggunaan furniture yang tepat sasaran dengan pemilihan furniture yang memiliki durabilitas yang tinggi dan juga kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, Menggunakan konsep ergonomi human centered design dimana pengguna/pengunjung menjadi perhatian utama dalam mendesain ruang

#### a. Kajian Material Konstruksi

##### 1) Penggunaan material yang ramah lingkungan

Camphills Eco Stay memiliki merupakan eco stay dimana mereka mengutamakan kelestarian alam dan kesehatan bumi. dengan penggunaan material yang lebih ramah lingkungan membantu Camphills Eco Stay untuk mencapai salah satu misinya. beberapa material yang ramah lingkungan adalah penggunaan Glass Block. sebagai partisi di area restaurant, lobby, dan SPA. Selain Glass block penggunaan material keramik juga merupakan salah satu material yang ramah lingkungan.



Gambar 1. Perancangan Interior Kamar Camphills Eco Stay  
Sumber: Data Pribadi (Nadya, 2023)



Gambar 2. Perancangan Interior Kamar Camphills Eco Stay  
Sumber: Data Pribadi (Nadya, 2023)

### **2) Penggunaan material yang mudah dirawat**

Selain Material yang ramah lingkungan Camphills Eco Stay juga membutuhkan material yang mudah dirawat karena lokasinya yang sangat menyatu dengan alam karena berlokasi tepat di kaki gunung salak membuat Camphills Eco Stay sedikit lebih rumit untuk segi perawatannya. penggunaan material marmer, glass block, keramik, dan concrete sangat mudah untuk di rawat dan di bersihkan. selain karena faktor lokasi, staff Camphills Eco Stay juga tidak terlalu banyak. maka pemilihan material bangunan pada Camphills Eco Stay juga harus di perhatikan

### **3) Durabilitas**

Durabilitas pada pemilihan material juga diperhatikan dengan material yang memiliki durabilitas tinggi sangat membantu para staff.



Gambar 3. Perancangan Interior SPA Camphills Eco Stay  
Sumber: Data Pribadi (Nadya, 2023)



Gambar 4. Perancangan Interior SPA Camphills Eco Stay  
Sumber: Data Pribadi (Nadya, 2023)

## b. Kajian Ergonomi

### 1) PEMILIHAN FURNITURE YANG ERGONOMIS

Pada area restoran, pemilihan kursi sudah mengikuti standard ukuran kursi makan pada umumnya yaitu sekitar 450-500mm lebar dudukan. namun senderan kursi sengaja di desain dengan sudut 90 derajat. hal ini dilakukan agar pengguna tidak terlalu lama duduk di restoran. karena Camphills Eco Stay memiliki banyak aktifitas menarik lainnya yang dapat dikunjungi. Material kursi juga menggunakan material yang cukup ergonomis dengan penggunaan material suede dan juga plywood sehingga mudah dirawat dan juga mudah untuk dibersihkan. Meja makan menggunakan material plywood agar mudah dibersihkan. dibawah meja juga terdapat kaki meja yang dapat menopang lebar meja, meski desain dari kaki meja unik. namun masih ada ruang yang cukup untuk kaki bergerak. 3 kaki dibawah meja ini juga menghalangi bentroknya kaki dengan kaki yang lain.

### 2) PENCAHAYAAN YANG SESUAI SNI

Berdasarkan SNI standard pencahayaan ruang makan adalah 250.lux. Maka untuk ruang restaurant butuh kurang lebih 75 titik lampu. namun karena Camphills Eco Stay memiliki banyak jendela terbuka untuk cahaya masuk maka penggunaan lampu dapat berkurang untuk menyimpan daya listrik yang digunakan sehingga lebih ramah lingkungan. Temperatur cahaya yang digunakan adalah 4500-5000 K untuk menyerupai daylight. Penggunaan Smart Lamp juga diterapkan di Restaurant Camphills Eco Stay agar dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan SNI standard pencahayaan kamar tidur dan ruang spa adalah 150.lux. Maka untuk ruang spa butuh kurang lebih 45 titik lampu. dan untuk kamar tidur membutuhkan kurang lebih 8 titik lampu namun karena Camphills Eco Stay memiliki banyak jendela terbuka untuk cahaya masuk maka penggunaan lampu dapat berkurang untuk menyimpan daya listrik yang digunakan sehingga lebih ramah lingkungan. Temperatur cahaya yang digunakan adalah 4000-4500 K untuk mencapai tone yang lebih warm karena pencahayaan yang lebih warm lebih baik untuk beristirahat karena memberikan efek yang lebih menenangkan dan lebih cozy. Penggunaan Smart Lamp juga diterapkan di kamar Camphills Eco Stay agar dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.



Gambar 5. Perancangan Interior Restaurant Camphills Eco Stay  
 Sumber: Data Pribadi (Nadya, 2023)



Gambar 6. Perancangan Interior Restorany Camphills Eco Stay  
 Sumber: Data Pribadi (Nadya, 2023)

### 3) SISTEM PENGHAWAAN YANG HEMAT ENERGI

Sistem penghawaan yang digunakan restaurant sesuai dengan standard ducting ac pada umumnya namun karena Camphills Eco Stay berlokasi kan dikaki gunung maka temperatur udara yang cukup sejuk membuat penggunaan AC dapat berkurang dengan adanya jendela Hidup. Jendela yang dapat dibuka pada restaurat Camphills Eco Stay sangat membantu meminimalisir penggunaan ac.

### 4) SUARA

Material lantai yang menghindari impact noise. Pada Restaurant Camphills Eco Stay lantai menggunakan material Terazzo tile, yang tidak mematulkan suara yang berlebih. Pada area SPA Camphills Eco Stay lantai menggunakan material carpet, yang tidak mematulkan suara. pada area spa dan juga kamar terdapat partisi yang cukup tebal untuk mengurangi suara bising dari luar.

## 5) PSIKOLOGI WARNA

Pemilihan warna Pada restaurant warna yang dipilih adalah perpaduan warna hijau dan putih. Penerapan warna putih dalam ruang restaurant untuk menciptakan suasana yang bersih dan higienis namun masih nyaman. pemilihan warna putih juga di tujukan untuk mengurangi penggunaan lampu. sedangkan penerapan warna hijau untuk memberikan kesan alam. dan membawa alam kedalam ruang sehingga pengguna merasa nyaman seperti di alam namun tetap bersih Pemilihan warna pada ruang kamar dan juga area SPA warna yang dipilih adalah perpaduan tone coklat dengan sedikit aksentuasi berwarna hijau hal ini diterapkan karena warna coklat dapat membantu menciptakan ruangan yang lebih nyaman dan lebih cozy sehingga saat masuk keruangan pengguna dapat merasakan perasaan yang lebih relax dan aman serta nyaman. perpaduan warna tersebut juga digunakan untuk membawa suasana alam kedalam ruang dengan penggunaan warna hijau

## 4. KESIMPULAN

Camphills Eco Stay yang berlokasi di area wisata Bogor memiliki beberapa permasalahan spesifik seperti permasalahan dalam desain bangunan, Pada setiap fasilitas yang ada, memiliki konsep yang berbeda beda sehingga tidak menjadi satu kesatuan yang utuh. Mereka juga memiliki masalah pada bagian tema dimana Camphills Eco Stay mengangkat tema alam, dan sustainability. Namun hal kurang terlihat pada desain bangunan yang ada. Selain itu, Konsep brand dan identitas brand kurang terlihat pada didalam penerapan desain existing Camphills Eco Stay. Permasalahan terakhir adalah terkait dengan target market meski target market Camphills Eco Stay merupakan rakyat kelas menengah keatas namun pada desain yang ada tidak terlihat. Berdasarkan permasalahan tersebut Camphills Eco Stay mengambil konsep baru yaitu Biophillic yang berarti naluri bawaan manusia untuk terhubung dengan alam dan makhluk hidup lainnya. Konsep ini di implementasikan di setiap ruang yang di desain. Dengan demikian Camphills Eco Stay dapat mengatasi permasalahan yang ada. Dengan mendesain ruang menggunakan earth tone agar sesuai dengan tema dan juga warna pada logo Camphills Eco Stay yaitu hijau dan coklat. Mendesain ruang yang terlihat lebih calming agar pengunjung dapat merasa nyaman, dan juga mendesain ruang dengan mengimplementasikan pendekatan green design agar sesuai dengan konsep dan tema secara utama.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Puji syukur kepada dihaturkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul "PERANCANGAN HEALING SPACE CAMPHILLS ECO STAY DENGAN PENDEKATAN GREEN DESIGN" ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada para dosen pembimbing, Orang Tua, dan teman.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Ildil, V. Yuca, and F. M. Yendi, "Stress and anxiety among late adulthood in Indonesia during COVID-19 outbreak," *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, vol. 6, no. 2, pp. 31–46, Sep. 2020, doi: 10.29210/02020612.
- [2] E. K. Tambunan, U. Siahaan, and M. M. Sudawarni, "Pengaruh Ruang Terbuka Hijau Terhadap Psikologis Masyarakat di Kota Bekasi Khususnya Kecamatan Jatiasih," *ARSITEKTURA*, vol. 19, no. 2, p. 297, Oct. 2021, doi: 10.20961/arst.v19i2.53995.
- [3] H. Yu, G. Bai, and L. Wu, "Application of Perception Theory in Hotel Interior Design," *Open Journal of Applied Sciences*, vol. 08, no. 07, pp. 285–295, 2018, doi: 10.4236/ojapps.2018.87021.
- [4] F. R. Lawson, *Hotels and resorts: planning, design and refurbishment*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd, 1995.
- [5] J. A. Siguaw and C. A. Enz, "Best Practices in Hotel Architecture," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 40, no. 5, pp. 44–49, Oct. 1999, doi: 10.1177/001088049904000508.

- [6] B. Lawson, "Healing architecture," *Arts Health*, vol. 2, no. 2, pp. 95–108, Sep. 2010, doi: 10.1080/17533010903488517.
- [7] D. R. Syahriyah, "Penerapan Aspek Green Material Pada Kriteria Bangunan Rumah Lingkungan Di Indonesia," *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, vol. 6, no. 2, pp. 95–100, Aug. 2017, doi: 10.32315/jlbi.6.2.95.
- [8] T. Simonsen, J. Sturge, and C. Duff, "Healing Architecture in Healthcare: A Scoping Review," *HERD: Health Environments Research & Design Journal*, vol. 15, no. 3, pp. 315–328, Jul. 2022, doi: 10.1177/19375867211072513.
- [9] R. L. Widyawati, "GREEN BUILDING DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN KONSEP HEMAT ENERGI MENUJU GREEN BUILDING DI JAKARTA," *Karya Lintas Ilmu Bidang Rekayasa Arsitektur, Sipil, Industri*, vol. 2, no. 1, pp. 43–59, Mar. 2019.
- [10] Green Building Council Indonesia, "GreenShip Homes," Aug. 2014.

## PENGENALAN TEKNIK PATCHWORK DALAM PEMBUATAN PRODUK BUSANA DENGAN MEMANFAATKAN LIMBAH PAKAIAN BEKAS SEBAGAI IDE BISNIS

Sri Utami, S.Sn., M.Sn<sup>1</sup>, I Gusti Agung Malini, S.Tr.Ds, M.Sn<sup>2</sup>, Ni Kadek Sriadi Emawati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Desain Mode, IDB Bali

Jl. Tukad Batanghari No 29 Denpasar, Bali, Indonesia

<sup>2</sup>Desain Mode, IDB Bali

Jl. Tukad Batanghari No 29 Denpasar, Bali, Indonesia

<sup>3</sup>Desain Mode, IDB Bali

Jl. Tukad Batanghari No 29 Denpasar, Bali, Indonesia

utamifd@idbbali.ac.id<sup>1</sup>, agungmalini@std-bali.ac.id<sup>2</sup>, emawatisri@gmail.com<sup>3</sup>

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*The environmental situation is getting more apprehensive day by day, as we know, one of the reasons is the practices of the fast fashion industry. Fast fashion industry is one of the biggest contributors to waste to the environment, starting from liquid chemical waste which can be cause of water pollution to waste cloth industrial production and used clothing. Therefore, the purpose of this research is to reuse the waste cloth into an attractive business product that has aesthetic value and selling value. The method used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of interviews with experts in the field of patchwork, sewing technique lecturers, majoring in Fashion Design at IDB Bali, interviews with business people who are also patchwork craftsmen, and interviews with rework fashion business people, to get information related to patchwork techniques, then observation data collection techniques by observing the used clothing sales section at Pasar Badung Denpasar to find out the current state of used clothing waste, documentation and internet studies, in order to obtain data and information about patchwork techniques, their advantages, and its application in business. There are two types of patchwork business that have been implemented in the business world, namely the cloth patchwork business with leftover patchwork materials and the reworked clothing business. However, compared to the patchwork business with leftover materials, the rework clothing business by applying patchwork techniques is a new innovation and can be used as a business idea with attractive products, of course by paying attention to color combinations and ongoing fashion trends. Thus, it is expected to reduce waste and increase public awareness of the environment.*

**Keywords:** Patchwork Techniques, Fashion Products, Fashion Industry Waste, Business Ideas

### ABSTRAK

*Keadaan lingkungan semakin hari semakin memprihatinkan, seperti yang kita tahu, salah satu penyebabnya adalah praktik-praktik industri fast fashion. Fast fashion menjadi salah satu penyumbang limbah terhadap lingkungan terbanyak, mulai dari limbah zat kimia cair yang dapat menyebabkan pencemaran terhadap air sampai limbah berupa kain sisa produksi industri serta pakaian bekas. Maka dari itu tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memanfaatkan kembali limbah kain tersebut menjadi sebuah produk bisnis yang menarik serta memiliki nilai estetika serta nilai jual. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara bersama ekspert dibidang patchwork yaitu Dosen teknik Jahit, jurusan Desain Mode IDB Bali, wawancara bersama pembisnis sekaligus pengerajin patchwork kain perca, serta wawancara bersama*

*pembisnis busana reworked , untuk mendapatkan informasi terkait teknik patchwork, kemudian teknik pengumpulan data observasi dengan melakukan observasi pada bagian penjualan pakaian bekas di Pasar Badung, Denpasar, Bali guna mengetahui keadaan limbah pakaian bekas saat ini , dokumentasi serta kajian internet, guna mendapatkan data-data serta informasi seputaran teknik patchwork , keunggulannya, beserta penerapannya dalam bisnis. Ada dua jenis bisnis patchwork yang telah di terapkan dalam dunia bisnis, yaitu bisnis patchwork kain dengan material kain perca sisa produksi dan bisnis pakaian reworked. Namun dibandingkan bisnis patchwork kain perca, bisnis pakaian reworked dengan menerapkan teknik patchwork merupakan sebuah inovasi baru serta dapat dijadikan sebagai sebuah ide bisnis dengan produk yang menarik dengan memperhatikan perpaduan warna dan tren busana yang sedang berlangsung. Maka dengan demikian diharapkan dapat mengurangi limbah serta meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan.*

**Kata Kunci:** Teknik Patchwork, Produk Busana, Limbah Industri Fashion, Ide Bisnis.

## 1. PENDAHULUAN

Pengertian fashion berasal dari Bahasa Inggris yang artinya adalah cara, kebiasaan atau mode.[1] Fashion secara keseluruhan mencakup pakaian, aksesoris, gaya rambut, alas kaki, gaya hidup, riasan wajah dan proporsi tubuh. Selain untuk menutupi bagian tubuh, fashion juga berfungsi untuk menambah nilai estetika dan kepercayaan diri seseorang. Seiring berjalannya waktu, perubahan tren fashion terjadi sangat cepat yang kemudian melahirkan sebuah istilah fast fashion. Fast fashion adalah sebutan untuk menggambarkan sebuah model bisnis mode yang mereplikasi desain (model busana) rancangan industri mode high end yang sedang tren, kemudian memproduksinya secara massal dengan biaya rendah. [2]

Beberapa contoh brand fast fashion adalah H&M, Berskha, Mango, Uniqlo dan lain sebagainya. Hadirnya industri fast fashion ini tentunya turut menyumbangkan limbah, baik dalam bentuk limbah pakaian bekas yang dibuang begitu saja karena trennya yang telah usai, maupun limbah sisa produksi industri yang berbentuk limbah cair sisa pewarnaan kimia, dan salah satu yang paling banyak kita jumpai adalah kain sisa produksi industri.

Dari fenomena tersebut kemudian muncul suatu Gerakan yang disebut dengan sustainable fashion, sustainable fashion adalah praktik dalam dunia fashion untuk mengedepankan nilai-nilai dari berbagai pihak yang terlibat di dalamnya, khususnya kemanusiaan dan lingkungan, agar fashion dalam bentuk apapun, mulai dari gaya hidup pribadi hingga ranah bisnis, dapat memakmurkan dan meninggalkan kerugian seminim mungkin. Gerakan sustainable fashion bertujuan untuk mengajak seluruh pelaku industri fashion, mulai dari designer, produsen, distributor, hingga konsumen bekerjasama demi mengubah cara suatu item fashion, bersumber, diproduksi, dan dikonsumsi kearah yang lebih baik. [3]

Sistem yang dapat di terapkan untuk membantu mengurangi limbah industri mode adalah 3R, yaitu Reduce adalah mengurangi segala sesuatu yang dapat menciptakan limbah atau dapat diartikan sebagai mengurangi sikap konsumtif yang terus-menerus membeli produk fashion bahkan saat tidak diperlukan. Reuse, artinya menggunakan kembali baju-baju yang kita miliki sebelumnya dengan cara mix and match. Recycle, adalah mendaur ulang kembali limbah kain sisa produksi maupun limbah pakaian bekas menjadi produk baru.

Salah satu cara untuk mengurangi limbah industri mode, khususnya limbah kain sisa produksi dan limbah pakaian bekas adalah dengan cara mendaur ulang, yang dimana mendaur ulang dapat dibagi menjadi tiga istilah yang memiliki arti berbeda yaitu, recycle, upcycle dan downcycle. Recycle adalah mendaur ulang suatu barang bekas sehingga menghasilkan produk yang bernilai sama atau setara, Upcycle adalah mendaur ulang suatu barang bekas menjadi suatu produk baru yang memiliki nilai lebih tinggi, sedangkan downcycle adalah mengolah barang bekas yang sudah tak terpakai menjadi suatu produk baru dengan nilai yang lebih rendah.

Dalam khusus ini lebih berfokus pada penerapan system upcycle agar limbah tersebut dapat menjadi produk baru yang memiliki nilai yang lebih tinggi. Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengolah limbah industry fashion, ialah dengan menggunakan teknik patchwork. Teknik patchwork adalah seni menyusun atau menggabungkan potongan kain dengan cara dijahit membentuk pola atau desain yang telah ditentukan. [4]

Seperti yang kita tahu, bahwa masyarakat awam bahkan penjahit hingga saat ini menggunakan teknik patchwork dengan hanya menyambungkan antar potongan kain seperti biasa. Penulis menemukan potensi bisnis dengan menggunakan teknik patchwork, jika teknik ini digunakan dengan lebih bervariasi serta memperhatikan tren fashion saat ini. Karena selain dapat membantu dalam mengurangi limbah sisa kain produksi, juga menambah nilai estetika pada busana, serta dengan memperhatikan hal tersebut dalam pembuatannya akan menambah nilai jual yang lebih tinggi pada produk itu sendiri.

Fenomena melunjaknya jumlah limbah akibat industri fast fashion saat ini, melatarbelakangi penulis untuk mengupas lebih jauh mengenai teknik patchwork sebagai ide bisnis, yang akan membahas mengenai ragam material dalam teknik patchwork, tips dan trik dalam menerapkan teknik patchwork agar dapat menghasilkan suatu produk yang unik dan berkualitas, serta keunggulan ide bisnis dibalik pemanfaatan teknik patchwork tersebut. Sehingga tulisan ini dapat memberikan wawasan tentang kondisi dunia industri mode saat ini serta peluang baru yang bermanfaat bagi masyarakat serta lingkungan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian Kualitatif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah-masalah sosial atau kemanusiaan.[5] Metode penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai sebuah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data yang bersifat deskriptif seperti kata-kata dan gambar. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif karena tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menjelaskan tentang ragam jenis patchwork dalam mengolah limbah industry fashion, yang dapat dijadikan sebuah ide bisnis oleh masyarakat.

Sumber pengumpulan data menggunakan sumber data primer yang didapat melalui beberapa Teknik pengumpulan data yaitu wawancara narasumber dosen mata kuliah jahit, prodi desain mode di IDB Bali, wawancara narasumber seorang pengusaha bisnis fashion reworked (dikerjakan ulang), wawancara narasumber seorang pengerajin patchwork, guna mendapatkan informasi terkait teknik patchwork dan repon pasarnya. Selain itu penulis juga melakukan teknik pengumpulan data berupa observasi mengenai material, guna mengetahui jenis serta sumber material yang digunakan. Sumber pengumpulan data primer terakhir yang digunakan yaitu dengan teknik pengumpulan data dokumentasi.

Penulis juga menggunakan sumber data sekunder yaitu sumber yang didapat melalui teknik pengumpulan data Kajian Internet, diantaranya yaitu melalui jurnal-jurnal pada internet yang memiliki keterkaitan serta mendukung penelitian ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Deskripsi Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data observasi material, yang dilakukan pada bagian penjualan busana bekas (*thrift*), di Pasar Badung, Denpasar.







Gambar 1 Gambar Penjualan Pakaian Bekas, Pasar Badung, Denpasar.  
[ Sumber: Dokumen Penulis, 2/11/2022]

Penulis mendapati sangat banyak pedagang pakaian bekas yang menjual berbagai macam jenis produk pakaian bekas, hal ini telah menunjukkan dampak dari *fast fashion*, yang menyebabkan pelonjakan sifat konsumtif pada para konsumen, yang berlomba-lomba untuk membeli produk pakaian *fast fashion*, kemudian mulai membuangnya ketika trendnya telah usai. Pernyataan tersebut diperkuat oleh ditemukannya produk pakaian dari *brand-brand fast fashion* pada tumpukan pakaian bekas yang dijual di Pasar Badung, Denpasar tersebut.

Dengan melakukan observasi, penulis dapat mengumpulkan data tentang material apa saja yang terdapat pada penjualan pakaian bekas yang dapat dimanfaatkan kembali menjadi produk baru yang memiliki nilai tinggi (*upcycle*). Material yang ditemukan antara lain, mulai dari cardingan berbahan *knit*, kemeja flannel dan polos, *sweater, hoodie*, baju kaos, dan bahan denim.

Dari hasil observasi yang dilakukan di Pasar Badung, Denpasar, Bali tersebut, menunjukkan bahwa masih sangat banyaknya limbah pakaian bekas yang disebabkan oleh industry *fast fashion*, hal ini membutuhkan suatu inovasi baru dalam penanggulangannya, penganggungan terhadap limbah pakaian bekas membutuhkan kemampuan serta penguasaan tentang suatu tehnik yang dapat mengubah limbah tersebut menjadi suatu produk baru yang memiliki nilai lebih tinggi, dalam penelitian ini berfokus dalam membahas tehnik *patchwork* sebagai solusi penanggungan limbah pakaian bekas tersebut.

**Tabel 1: Gambar Pakaian Bekas**  
**[Sumber: Dokumen Penulis]**

NO	Gambar	Merek / Brand
1		Forever21
2		Uniqlo
3		Fila
4		HnM

Kemudian data mengenai teknik patchwork yang penulis dapat rangkum melalui riset internet adalah sebagai berikut:

Teknik patchwork adalah seni menyusun atau menggabungkan kain perca atau potongan kain dengan cara dijahit membentuk pola atau desain yang telah ditentukan.

Untuk dapat menghasilkan suatu karya atau produk dengan teknik patchwork, tentu kita harus mengetahui urutan proses menggunakan teknik patchwork sebagai berikut: Membuat template (Pola), Mencetak Template pada baha kain, Memotong bahan kain, Menyambung Potongan Kain.

Adapun jenis motif yang digunakan dalam teknik patchwork yaitu, motif diamond (permata), shell (kerang), square (kotak), crazy patchwork (tidak beraturan baik dalam bentuk maupun warna).

Prinsip dalam menerapkan teknik patchwork adalah:

- a. Membuat desain dengan perencanaan awal, benda tersebut (yang akan dihasilkan) memiliki fungsi sebagai benda hias atau benda pakai, atau memiliki fungsi keduanya.
- b. Bahan tekstil dengan motif dan warna sesuai dengan desain yang akan dibuat.
- c. Kain yang bercorak yang digabungkan memiliki komposisi yang harmonis.
- d. Saat proses pembuatan potongan- potongan kain, sertakan kain pelapis (visline) kemudian disetrika agar terlihat rapi. [6]

Penerapan teknik patchwork tentu menghasilkan suatu karya, suatu karya memiliki keterkaitan yang erat dengan teori warna. Khususnya karya busana sudah seharusnya memperhatikan aturan dalam teori warna agar dapat menghasilkan karya yang harmoni. Adapun penjelasan mengenai teori warna sebagai berikut:



Gambar 02. Gambar Color Wheel  
[Sumber : <https://favpng.com>, 6/11/2022]

Dasar dari teori warna yaitu color wheel. Color wheel adalah sebuah bagan yang memetakan segala warna yang ada. Dalam color wheel tersebut dapat dilihat warna yang berhubungan satu dengan yang lain secara harmonis.

Jenis-jenis warna berdasarkan penempatannya dalam color wheel antara lain, warna primer, warna sekunder, warna tersier, warna hangat dan warna dingin serta warna natural. Kemudian jenis-jenis warna berdasarkan keharmonisannya yaitu, warna komplementer, warna analogous, warna triadic, warna split komplementer dan warna tetradic.

Warna Komplementer adalah perpaduan dua warna yang letaknya bersebrangan pada color wheel, contohnya: warna merah dan warna hijau, warna biru dan warna oranye, warna warna ungu dan warna kuning. Warna analogous adalah warna yang letaknya berdekatan satu sama lain dalam color wheel, contohnya:

- a. Warna kuning, hijau dan warna kuning kehijauan.
- b. Warna biru, warna violet dan warna violet kebiruan.
- c. Warna jingga, warna merah dan warna jingga kemerahan.
- d. Warna hijau, warna biru dan warna hijau kebiruan.
- e. Warna merah, warna violet dan warna violet kemerahan.
- f. Warna jingga, warna kuning dan warna jingga kekuningan.

Kemudian warna triadic adalah warna yang terbentuk dari sebuah segitiga sama sisi ditarik diatas roda warna, sudut segitiga yang menyentuh roda warna itulah yang disebut warna triadic, contohnya: tiga warna primer, warna merah, warna biru dan warna kuning atau tiga warna skunder, warna hijau, warna ungu dan jingga. Warna komplementer adalah sebuah warna dengan warnayang ada di dekat warna komplementernya, contoh warna kuning berbias dengan ungu-biru ataupun ungu- merah. Warna tetradic adalah perpaduan dua warna komplementer yang digunakan secara bersamaan.

Adapun penerapannya dalam berbusana adalah, warna aksen dalam busana, warna monocromatic dan warna netral. Warna aksen adalah penambahan suatu warna yang berbeda dari paduan-paduan warna, tetapi tidak merusak kesatuan warna. Warna monocromatic adalah perpaduan beberapa warna warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda, contohnya: warna hijau dengan warna hijau dengan nilai intensitas yang berbeda. Terakhir, Warna netral pada busana adalah warna hitam, putih, abu-abu dan termasuk didalamnya adalah warna cokelat, warna perak dan warna emas.

Selanjutnya ada penggunaan color wheel dalam padu padan busana yaitu, kombinasi warna komplementer, kombinasi warna analogous, kombinasi warna triadic, kombinasi warna split komplementer, dan kombinasi warna tetradic. [7]

Dalam membuat busana patchwork sangat penting mengetahui serta menerapkan warna dengan panduan teori warna tersebut agar saat menyambung warna kain satu dan kain lainnya menghasilkan warna yang harmonis dan menarik.

Setelah terori warna, Hal yang harus diperhatikan adalah trend busana. Tren busana atau trend fashion adalah style atau gaya berbusana yang berada dalam posisi puncak dan paling digemari oleh masyarakat pada waktu tertentu,Penerimaan style tergantung pada factor pengeluaran di waktu yang tepat. [8]

Menurut hasil wawancara bersama Pande Putu Wiweka Ari Dewanti, S.Tr.Ds.,M.Sn. selaku Dosen mata kuliah jahit, jurusan Desain Mode, Institut Desain dan Bisnis Bali. Teknik patchwork adalah teknik menempel dan menjahit kain, dengan melalui proses perca kain dibentuk terlebih dahulu sesuai dengan design yang diinginkan lalu di sambung atau ditempel dengan kain lain. Adapun keunggulan dari teknik patchwork ini adalah salah satu solusi dalam mengurangi limbah tekstil (penerapan eco fashion) serta hasil (patchwork jenis tempel) masih bisa dimodifikasi lagi. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penerapan teknik patchwork antara lain, menyesuaikan tone warna,motif serta jenis kain yang akan disambungkan atau ditimpa. Selain itu juga, memperhatikan serta menyesuaikan trend fashion sangat penting dalam menciptakan busana dengan teknik patchwork agar dapat menyesuaikan target pasar dan mendapatkan target pasar yang lebih luas.

Dalam menciptakan suatu produk pakaian, bukan hanya teknik pembuatannya saja yang harus diperhatikan, namun juga perpaduan warna dan trend yang sangat penting untuk diperhatikan agar produk yang diciptakan dapat memenuhi kebutuhan pasar. Adapun beberapa penerapan teknik patchwork dalam usaha bisnis.

Dari hasil wawancara bersama Pak Eva selaku pengerajin sekaligus pembisnis patchwork dengan bahan kain perca.



Gambar 03. Gambar Produk Pachtwork Kain Perca.  
[Sumber : Dokument Penulis, 28/10/2022]

Bisnis ini telah berjalan sejak tahun 1995, dengan latar belakang memanfaatkan kain batik bekas sebagai bahan pembuatannya. Kemudian mulai beralih menggunakan kain perca berbahan rayon yang merupakan sisa hasil produksi pabrik atau industri busana yang terletak di daerah Denpasar.

Cara pembuatannya adalah sebagai berikut, pertama, sisa kain (kain perca) yang baru diambil dari pabrik dibasahi dengan air, proses ini dimaksudkan agar kain tidak berkerut-kerut, selanjutnya kain dijemur, kemudian masuk ke tahap pemotongan kain, kain dipotong sesuai keinginan atau sesuai bentuk yang telah direncanakan, kemudian tahap terakhir yaitu masuk ke dalam proses penjahitan.

Jenis produk yang diproduksi berupa kemeja, celana, jumpsuit, dan rok dengan kisaran harga mulai dari Rp.40.000 hingga Rp.80.000. Penjualan dari produk ini yaitu diserahkan langsung kepada pedagang art shop di daerah Kuta, Bali, dengan tourist sebagai target marketnya. Kini memang sudah banyak pengerajin patchwork kain perca khususnya di Bali.

Dengan banyaknya pengerajin patchwork seperti ini, merupakan sebuah bukti bahwa telah berjalannya penerapan system upcycle sebagai salah satu bentuk penanggulangan terhadap limbah sisa produksi industry busana.

Selanjutnya hasil wawancara bersama pengusaha busana reworked/upcycle, Theresia, dengan nama usaha Aeswaer.id.



Gambar 04. Gambar Produk Reworked Pakaian Bekas dengan Penerapan Teknik Patchwork.

[Sumber : <https://instagram.com, @aeswear.id>, 2/11/2022]

[Sumber : Dokument Penulis, 28/10/2022]

Usaha bisnis Aeswear.id ini telah berjalan mulai dari tahun 2021 yang mana artinya, usaha bisnis ini baru berusia 1 tahun. Pembuatan produknya menggunakan material/ bahan dari pakaian bekas yang kemudian di reworked (dikerjakan ulang). Bisnis ini dibangun dengan latar belakang pemilik yang menyukai suatu produk pakaian yang memiliki style yang berbeda serta unik dan tidak banyak dikembari oleh orang kebanyakan. Beberapa produknya di reworked (dikerjakan ulang) dengan menerapkan teknik patchwork. Pemasaran dilakukan via media social, Instagram. Dari yang penulis amati melalui akun instargram Aeswear.id, harga jual produk mulai dari Rp.150.000 hingga Rp.300.000 tergantung model desain dan jenis produk itu sendiri. Dengan total keuntungan secara umum Rp. 1.000.000/bulan dan repon pasar yang sangat baik hingga saat ini.

Ketika penulis menelusuri jenis bisnis seperti ini melalui Instagram, penulis hanya menemukan beberapa diantaranya termasuk Aeswear.id ini, hal tersebut menjukan bahwa, bisnis seperti ini merupakan jenis bisnis yang baru dan hanya sedikit orang yang mulai menjalankannya.

### 3.2 Pembahasan

Dari Analisa tersebut, dapat menunjukkan bahwa pernyataan mengenai banyaknya limbah yang dihasilkan industry fashion, akibat dari praktik-praktik fast fashion, memang benar adanya. Fakta bahwa produk dengan label fast fahion mendominasi pada penjualan pakaian bekas.



Gambar 05. Gambar Penjualan Pakaian Bekas di Pasar Badung, Denpasar, Bali.  
[Sumber: Dokumen Penulis 2022]

Hal tersebut merupakan suatu masalah dalam dunia fashion, pelonjakan limbah pakaian bekas memerlukan sebuah solusi dalam penanggulangannya. Dalam kasus ini, Upcycle dapat menjadi sebuah solusi yang dapat diterapkan dalam mengatasi permasalahan tersebut.

Upcycle merupakan cara yang menarik dalam mengolah limbah pakaian bekas namun, dalam penerapannya diperlukan kemampuan atau penguasaan terhadap suatu teknik tertentu agar dapat menciptakan suatu barang baru yang memiliki nilai seni, nilai guna dan nilai jual yang lebih tinggi. Salah satu teknik jahit yang dapat diterapkan dalam hal ini adalah teknik patchwork.



Gambar 06. Gambar Teknik Patchwork  
[Sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com) download, 16/11/2022]

Teknik patchwork adalah suatu teknik jahit dengan menempel dan menyambung-nyambungkan kain/pecahan kain. Terlebih lagi teknik patchwork ini dikenal sebagai teknik dengan keunggulan yang penerapannya sering kali dalam pembuatan eco fashion. Teknik patchwork sudah mulai diterapkan oleh pegiat bisnis mulai dari memanfaatkan kain perca sisa produksi hingga dengan reworked (mengerjakan ulang) pakaian bekas.

Model bisnis dengan pemanfaatan kain perca sisa produksi telah berjalan dari tahun 90 an.





Gambar 07. Gambar Produk Patchwork Kain Perca  
[Sumber : Dokumen Penulis, 28/10/2022]

Yang mana hingga kini telah banyak pengerajin hingga pengusaha bisnis patchwork kain perca ini yang masih tetap eksis, hal tersebut telah menunjukkan bahwa penanggulangan terhadap limbah kain perca sisa produksi industri fashion, telah dilakukan dan masih berlangsung hingga saat ini oleh para pegiat bisnis patchwork kain perca.

Kemudian kehadiran bisnis reworked pakaian bekas dengan menerapkan teknik patchwork, baru-baru ini, yang merupakan sebuah inovasi baru dalam penanggulangan limbah pakaian bekas. Bisnis reworked ini menggunakan material berupa limbah pakaian bekas, yang kemudian melalui proses reworked (dikerjakan ulang) agar dapat menciptakan suatu produk baru. Reworked pakaian merupakan salah satu gerakan yang termasuk ke dalam system upcycle. Adapun produk yang dipasarkan seperti outer, top, sweater dll.



Gambar 08. Gambar Contoh Produk Reworked Limbah Pakaian Bekas.  
[Sumber: [www.pinterest.com](https://www.pinterest.com) download, 16/11/2022]

Memainkan kreatifitas dalam penciptaan produknya membuat, produk bisnis reworked dapat dijual dengan harga yang lumayan mahal, disamping peminat dari produk reworked ini memang sangat banyak serta respon pasar yang terbilang baik hingga saat ini. Namun bisnis reworked ini tidak banyak ditemukan, karena merupakan suatu konsep bisnis baru. Hal tersebut dapat dijadikan peluang ide bisnis, khususnya oleh kalangan anak muda karena selain dapat menjadi ide usaha, menciptakan produk reworked merupakan sebuah bentuk kepedulian terhadap lingkungan dimana hal tersebut telah membantu penanggulangan limbah pakaian bekas.

Adapun hal-hal yang harus diperhatikan dalam menerapkan teknik patchwork dalam menciptakan suatu produk, antara lain, pemahaman terhadap teknik patchwork itu sendiri, mulai dari pengertian, cara atau tahapan pembuatan produk dengan teknik patchwork, ragam motif, serta prinsip yang diterapkan dalam proses pembuatannya. Selain itu, memperhatikan serta menerapkan teori warna, seperti yang telah dijelaskan pada bagian deskripsi data, yang mana teori warna sangat penting dalam penerapan teknik patchwork, mengingat teknik patchwork ini adalah teknik menyambung-nyambungkan kain, yang mana ketika memperhatikan warna dalam pembuatannya dimaksudkan agar warna antar kain yang disambungkan menghasilkan perpaduan warna yang harmonis.



Gambar 09. Gambar Contoh perpaduan warna harmonis pada Patchwork.  
[Sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com) download,  
16/11/2022]

Kemudian hal terakhir yang paling penting untuk diperhatikan adalah trend fashion. Dalam menciptakan suatu produk fashion, tentu harus memperhatikan trend fashion, agar produk yang diciptakan dapat memenuhi kebutuhan pasar serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Adapun sumber material yang dapat digunakan adalah pada penjualan pakaian bekas dengan jenis material yang dapat digunakan seperti cardigan berbahan knit, kemeja flannel dan polos, sweater, hoodie, baju kaos, dan bahan denim bekas.

Bisnis reworked dengan menerapkan teknik patchwork dalam menciptakan produknya, merupakan sebuah konsep bisnis baru yang hadir dalam dunia fashion, hal tersebut, menjadi sebuah peluang dalam dunia bisnis yang dapat dijadikan ide bisnis, namun dalam penerapannya, tetap dengan memperhatikan dan mengerti dasar-dasar dari teknik patchwork tersebut, memperhatikan teori warna serta trend fashion yang sedang berlangsung.

#### 4. KESIMPULAN

Limbah yang dihasilkan oleh praktik-praktik industri fast fashion saat ini menjadi salah satu bentuk pencemaran yang besar terhadap lingkungan hidup, yang mana jika hal tersebut tidak segera diatasi, maka akan menimbulkan permasalahan yang besar.

Menerapkan system upcycle dengan mengenal teknik patchwork serta menerapkannya dalam pembuatan suatu produk busana akan dapat membantu mengurangi limbah industri fashion berupa kain dan pakaian bekas, karena selain merupakan sebuah solusi terhadap permasalahan limbah industri fashion, penerapan system upcycle dengan menggunakan teknik patchwork tersebut dapat menciptakan suatu produk yang memiliki nilai estetika, serta nilai jual yang lebih tinggi, selain bermanfaat bagi lingkungan, juga dapat menjadi sebuah ide bisnis yang dapat memberikan penghasilan bagi para pegiatnya, dengan hal itu, maka penerapan system upcycle dengan teknik patchwork ini akan dapat berjalan secara berkelanjutan, karena bersifat saling menguntungkan.

Adapun hasil dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- 1) Teknik patchwork adalah seni menyusun atau menggabungkan kain perca atau potongan kain dengan cara dijahit membentuk pola atau desain yang telah ditentukan. (Fitline, 2015).

- 2) Ragam Material Teknik Patchwork. yang sering dimanfaatkan dalam penerapan teknik patchwork, yaitu, material berupa kain perca sisa produksi industry fashion dan material berupa limbah pakain bekas.
- 3) Tips dan Trik dalam menerapkan teknik patchwork yaitu memperhatikan warna serta trend fashion yang sedang berlangsung.
- 4) Penerapan teknik patchwork terutama pada bisnis reworked pakaian bekas dapat dijadikan sebuah ide bisnis, dibandingkan patchwork kain perca, karena merupakan sebuah inovasi baru.
- 5) Keunggulan penerapan teknik patchwork, selain dapat menghasilkan sebuah produk busana, teknik ini merupakan solusi untuk menciptakan eco fashion.

Dengan adanya permasalahan tersebut, penulis berharap pengenalan teknik patchwork dalam pembuatan produk busana dengan memanfaatkan limbah industri fashion sebagai ide bisnis ini dapat memberikan pemahaman dan mengajak masyarakat untuk lebih peduli dan peka terhadap keadaan lingkungan. Selain itu penulis juga berharap agar pengenalan teknik patchwork ini dapat bermanfaat bagi para pembaca serta dapat menjadikan system upcycle limbah industri fashion ini sebagai sebuah ide bisnis terutama bisnis reworked pakaian bekas dengan menggunakan teknik patchwork yang merupakan suatu peluang bisnis yang sangat menguntungkan untuk saat ini, karena merupakan sebuah trobosan baru dan menarik dalam dunia bisnis fashion, terlebih lagi belum banyak yang menjalankannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Tyaswara, R. Rizkina Taufik, M. Suhadi, and R. Danyati, "Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja di Bandung," *J. Komun.*, vol. 3, no. September, pp. 2579–3292, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ikom/article/view/3281>
- [2] Fitinline, "Fenomena Fast Fashion, Dampak Yang Ditimbulkan dan Cara Mengatasinya," Jul. 26, 2022. <https://fitinline.com/article/read/fenomena-fast-fashion-dampak-yang-ditimbulkan-dan-cara-mengatasinya/> (accessed Dec. 28, 2022).
- [3] S. F. Utami, "Apa Itu Sustainable Brand? - Zero Waste Indonesia," *Zero Waste Indonesia*, 2019. <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/apa-itu-sustainable-brand/> (accessed Dec. 28, 2022).
- [4] Fitinline, "Tutorial Membuat Kreasi Patchwork Dari Bahan Sisa Kain Perca," *Fitinline*, Feb. 25, 2019. <https://fitinline.com/article/read/tutorial-membuat-kreasi-patchwork-dari-bahan-sisa-kain-perca/> (accessed Dec. 28, 2022).
- [5] F. Nugrahani, "METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa," vol. 1, no. 1, p. 305, 2008, [Online]. Available: <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jdpdp/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- [6] F. M. Jofatma, "PELATIHAN KAIN PERCA / PATCHWORK UNTUK ELEMEN INTERIOR BERDAYA JUAL TINGGI," p. 155, 2015, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/144966885.pdf>
- [7] Meilani, "TEORI WARNA: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana Meilani," *Humaniora*, vol. 4, pp. 326–338, 2013, doi: 10.32409/jikstik.19.1.160.
- [8] S. Lestari, "Fashion Style Melaju Pesat, Bagaimana Cara Membaca Trend Fashion di Masa Depan? | kumparan.com," May 19, 2022. <https://kumparan.com/sri-lestari-1650095514565621530/fashion-style-melaju-pesat-bagaimana-cara-membaca-trend-fashion-di-masa-depan-1xtYbgjIldH> (accessed Dec. 28, 2022).

## MEDIA PROMOSI BUKU “PETUALANGAN DI DUNIA NUTRISI” UNTUK ANAK USIA 7-12 TAHUN

Masnuna<sup>1</sup>, Mochammad Al Hadad Firmansyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional  
“Veteran” Jawa Timur  
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*Indonesia is a country with a relatively low level of health globally, which is ranked 117 out of 180 countries. As many as 11.2% of children aged 5-12 years' experience malnutrition. Milk consumption in Indonesia is 16.27 kg/capita/year, which is lower than other ASEAN countries. This phenomenon is caused by a lack of education about the importance of the benefits of milk, especially for children aged 7-12 years. The Adventures in the World of Nutrition book is a book for children aged 7-12 years which contains information about the benefits of each nutrient contained in milk. Besides that, it also explains the various kinds of differences in milk on the market. To make children aged 7-12 years aware of this book, media promotion is needed. The method used is Customer Journey and analyzed using Point of Contact. The aim of the book promotion is for children aged 7-12 years to find out about the book "Adventures in the World of Nutrition" so that they have knowledge about the benefits of milk and can judge which milk is suitable for them to drink.*

**Keywords:** media, promotion, book, nutrition, children

### ABSTRAK

*Indonesia adalah negara dengan tingkat kesehatan yang tergolong rendah secara global, yaitu berada pada peringkat 117 dari 180 negara. Sebanyak 11,2 % anak berusia 5-12 tahun mengalami kekurangan gizi. Konsumsi susu di Indonesia sebanyak 16,27 kg/kapita/tahun, tergolong lebih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Fenomena tersebut disebabkan kurangnya edukasi tentang pentingnya manfaat susu, terutama bagi anak usia 7-12 tahun. Buku Petualangan di Dunia Nutrisi adalah buku untuk anak usia 7-12 tahun yang berisi informasi tentang manfaat setiap nutrisi yang terkandung dalam susu, selain itu juga dijelaskan mengenai berbagai macam perbedaan susu yang ada di pasaran. Agar anak usia 7-12 tahun mengetahui adanya buku ini maka dibutuhkan media promosi. Metode yang digunakan Customer Journey dan dianalisis menggunakan Point of Contact. Tujuan dari promosi buku adalah agar anak usia 7-12 tahun mengetahui adanya buku “Petualangan di Dunia Nutrisi” sehingga mereka memiliki pengetahuan tentang manfaat susu dan dapat menilai susu manakah yang sesuai untuk mereka minum.*

**Kata Kunci:** media, promosi, buku, nutrisi, anak

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di Asia Tenggara dengan jumlah penduduk mencapai 272.229.372 jiwa berdasarkan data Administrasi Kependudukan per Juni 2021 [1]. Persentase usia non produktif 15-64 tahun sebesar 70.72%, sedangkan usia produktif 0-14 tahun sebesar 23,33% dan penduduk lanjut usia 65 tahun keatas sebesar 5,95% di tahun 2020. Indonesia menjadi negara yang memiliki bonus demografi yang tinggi, sehingga berpotensi menciptakan generasi unggul [2]. Bonus demografi atau bisa disebut ledakan penduduk adalah fenomena yang dicirikan dengan jumlah populasi

penduduk usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan usia non produktif [3]. Bonus demografi dapat memberikan keuntungan bagi negara Indonesia jika dipersiapkan dengan baik, Indonesia dapat berubah menjadi negara yang sejahtera dan maju. Namun ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan bonus demografi yaitu kualitas pendidikan, kualitas kesehatan, ketersediaan lapangan kerja dan konsistensi penurunan angka kelahiran. Faktor kesehatan adalah salah satu faktor yang harus dicapai agar bonus demografi dapat dimanfaatkan dengan baik. Menurut Kebijakan Kesehatan Indonesia kesehatan adalah faktor terpenting dalam membangun bangsa dan memajukan ekonomi suatu negara. Tanpa kesehatan, manusia tidak akan bisa menjadi sumber daya yang produktif dan berkualitas [4].

Untuk meningkatkan pertumbuhan dan gizi anak ada banyak hal yang harus diperhatikan. Menurut [5]. berdasarkan AKG (Angka Kecukupan Gizi), anak usia 7 tahun membutuhkan kecukupan gizi mikro dan makro. Gizi makro meliputi energi 1650 kkal, protein 40gr, karbohidrat 250gr, lemak 55gr, serat 23gr, dan air 1650ml. Sedangkan untuk gizi mikro meliputi Vitamin A 500mcg, D 15 mcg, E 8mg, K 25mcg, B12 2,0 mcg, C 45mg, dan mineral seperti kalsium 1000mg, fosfor 500mg, natrium 1000mg, kalium 3200 mg, besi 10mg, iodium 120mcg, dan seng 5mg. Dari sekian banyak kebutuhan yang harus dikonsumsi oleh anak diatas, susu formula bisa menjadi solusi untuk anak karena pada saat ini susu formula sudah banyak memiliki kandungan yang dibutuhkan oleh anak-anak usia 7 tahun.

Menurut Badan Pusat Statistik dalam [6] mencatat rata-rata konsumsi susu di Indonesia hanya sebesar 16,27 kg/kapita/tahun, dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya yang sudah mencapai angka yang cukup tinggi seperti Malaysia 36,2 kg/kapita/tahun, Myanmar 26,7 kg/kapita/tahun, dan Thailand 22,2 kg/kapita/tahun. Dalam hal ini rendahnya konsumsi susu di Indonesia menjadi perhatian tersendiri karena banyaknya kasus kurang gizi di Indonesia. Pada tahun 2018, dalam buku laporan Riset Data Nasional mencatat bahwa prevalensi status gizi anak usia 5-12 tahun di Indonesia mencapai 2,4% sangat kurus dan 6,8% kurus dibandingkan dengan 70,8% anak yang memiliki gizi normal.

Fenomena yang dijabarkan diatas membutuhkan solusi melalui media yang tepat agar anak usia 7-12 tahun tercukupi kebutuhan gizinya. Media yang sesuai untuk anak usia 7-12 tahun yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan solusi untuk permasalahan yang ada adalah Buku Ilustrasi. ilustrasi digunakan untuk membantu mempermudah proses berpikir anak tersebut, karena terdapat visual yang dapat menerjemahkan tulisan/informasi yang ada. Dengan begitu anak akan lebih mudah dalam memahami kata dan gambar dengan jelas dan akan lebih mudah mengingat informasi yang didapatkan secara abstrak di otaknya. Menurut Bujuri [7] mengatakan bahwa perkembangan kognitif anak berbeda-beda, salah satu hal yang menyebabkan perbedaan tersebut adalah asupan gizi. Dalam sebuah penelitian menyebutkan bahwa anak yang kurang gizi memiliki poin IQ lebih rendah 22,6 poin daripada anak lain yang memiliki gizi baik. Dalam hal ini maka bisa disimpulkan bahwa kebutuhan gizi sangatlah penting untuk pertumbuhan anak, tidak hanya pertumbuhan tulang atau kesehatan tubuh saja namun juga perkembangan otak.

Buku "Petualangan di Dunia Nutrisi" adalah buku yang bermanfaat untuk memberikan kesadaran kepada anak usia 7-12 tahun akan pentingnya asupan nutrisi dari susu untuk kesehatan tubuh bagi anak-anak usia 7-12 tahun. Konten yang dimuat adalah tentang manfaat dari tiap kandungan nutrisi dari segelas susu, menggunakan ilustrasi dan karakter-karakter unik yang berperan sebagai elemen pendukung penyampaian materi. Disusun mulai dari pengenalan terhadap susu, manfaat susu, kandungan gizi susu, hingga tips mengkonsumsi susu. Setelah membaca buku ini anak-anak dapat memahami manfaat dari susu dan menjadi rajin dalam mengkonsumsinya.



Gambar 1. Buku Petualangan di Dunia Nutrisi  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

Kelebihan dari buku ini adalah:

- 1) Terdapat jadwal khusus yang dapat digunakan anak untuk mencatat jumlah minum susu dalam sehari.
- 2) Terdapat karakter unik yang menjelaskan isi buku.
- 3) Terdapat stiker berbentuk karakter yang isinya berkaitan dengan susu dan bisa ditempelkan/dikoleksi.
- 4) Terdapat bonus halaman teka-teki silang untuk menguji pemahaman target audience tentang manfaat susu.
- 5) Terdapat tips bagaimana minum susu yang enak dan tidak membosankan, contohnya seperti dibuat kreasi makanan atau minuman dengan bahan dasar susu.



Gambar 2. Isi Buku Petualangan di Dunia Nutrisi  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

Sebelum buku Petualangan di Dunia Nutrisi diluncurkan, maka perlu adanya upaya promosi buku agar keberadaan buku ini diketahui oleh target audiens. Menurut Valentino [8] menyatakan bahwa yang dimaksud promosi adalah suatu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar produk yang mereka tawarkan dapat dikenal luas dengan melalui usaha yang dilakukan oleh marketer. Sedangkan menurut Kusrianto [9] bahwa media promosi memiliki bentuk-bentuk yang beragam diantaranya adalah:

- 1) Booklet: Bahan cetak yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku. Biasanya booklet berukuran lebih kecil daripada buku pada umumnya.
- 2) Katalog: Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang - kadang dilengkapi dengan gambar-gambar.
- 3) Poster: Lembaran kertas yang tercetak, berbentuk dua dimensi dan biasanya dipasang di tempat-tempat strategis atau pusat keramaian.
- 4) Self-Talker: Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkan secara langsung di rak.
- 5) Folder: Lembaran bahan cetak yang dilipat menjadi dua, seperti map atau buku agar mudah dibawa.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah *Customer Journey*. Setelah melakukan *Customer Journey* kemudian data dianalisis menggunakan *Point of Contact*. Dalam Sampoerna University [10] *Customer Journey* adalah perjalanan pelanggan. Dalam dunia bisnis, perjalanan ini adalah interaksi yang dilewati pelanggan terhadap sebuah perusahaan, produk, maupun layanan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perjalanan artinya kepergian (perihal bepergian) dari suatu tempat ke tempat yang lain, sedangkan pelanggan berarti orang yang membeli (menggunakan dan sebagainya) barang (surat kabar dan sebagainya) secara tetap. Dalam hal ini, *Customer Journey* berfungsi untuk mengamati perjalanan seorang pelanggan dalam 1 (satu) hari. Pelanggan yang dipilih adalah yang berada dalam rentan usia 7-12 tahun. Tujuan pengamatan adalah untuk mengetahui interaksi antara pelanggan dengan benda-benda yang sering digunakan dalam keseharian. Hasil pengamatan kemudian dianalisis menggunakan *Point of Contact* mengenai benda-benda hasil pengamatan dan selanjutnya dijadikan media promosi. *Point of Contact* memiliki makna persinggungan. Dalam hal ini persinggungan yang dimaksud adalah benda - benda yang bersinggungan langsung dengan anak usia 7-12 tahun. Sehingga dalam tahap analisis dilakukan penyaringan benda-benda yang sering bersinggungan langsung dengan anak usia 7-12 tahun.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Deskripsi Data

*Customer Journey* dilakukan untuk mengamati secara mendalam terkait kegiatan yang dilakukan oleh anak usia 7- 12 tahun dalam kehidupan sehari-harinya. Anak yang akan menjadi *sampel* adalah usia 9 tahun dengan data sebagai berikut:

- 1) Nama : Pranaja Nathan Rizqullah
- 2) Usia : 9 tahun
- 3) Nama Ibu : Enilia Kuswatin
- 4) Kartun kesukaan : Bola Kampung X
- 5) Hobi : Main Badminton
- 6) Kota : Surabaya

**Tabel 1: Tabel *Customer Journey***  
[Sumber: M. Alhadad Firmansyah]

Pukul	Aktifitas	Media
05.00 - 05.30	Shalat Shubuh	Sajadah, Sarung
05.30 - 05.45	Sarapan sambil menonton TV	Piring, Sendok, Gelas, TV
05.45 - 06.00	Mandi	Gayung, Sikat gigi, Pasta gigi, Handuk, Tempat sabun
06.00 - 07.00	Menonton TV sambil menunggu berangkat sekolah	TV, Remot TV, Seragam
07.00 - 07.05	Berangkat sekolah	Seragam, Tas, Sepatu, Alat tulis, dan Buku
07.05 - 11.30	Mengikuti kegiatan belajar di Sekolah	Buku tulis, alat tulis, buku LKS
11.30 - 12.00	Pulang sekolah dan beristirahat lalu makan siang	Kaos, Celana pendek, Piring, Sendok, Gelas

Pukul	Aktifitas	Media
12.00 - 12.10	Shalat Dhuhur	Sajadah, Sarung, Baju koko
12.10 - 12.30	Bermain HP	HP
12.30 - 14.30	Menonton TV Spongebob	TV, Kaos, Celana Pendek
14.30 - 14.40	Mandi untuk berangkat mengaji	Gayung, Sikat gigi, Pasta gigi, Handuk, Tempat sabun
14.40 - 14.45	Persiapan berangkat mengaji	Tas ngaji, Baju Koko, Peci, Al-Quran
14.45 - 14.50	Shalat Ashar	Sajadah, Sarung, Baju koko
14.50 - 16.30	Pergi mengaji	Tas ngaji, Baju Koko, Peci, Al-Quran
16.30 - 17.30	Ganti baju lalu menonton TV	TV, Remot TV, Seragam
17.30 - 18.00	Shalat Maghrib	Sajadah, Sarung
18.00 - 19.30	Bermain HP	HP
19.30 - 20.00	Menonton TV Bola Kampung X	TV, Remot TV, Kaos, Celana pendek
20.00 - selesai	Tidur	Bantal, Guling, Kasur, Kaos, Celana pendek

Setelah melakukan data *Customer Journey* kemudian data tersebut dianalisis menggunakan *Point of Contact*. *Point of Contact* merupakan kegiatan menganalisis terhadap objek media yang bersinggungan langsung atau melakukan kontak dengan target audiens. Hasil dari analisis *point of contact* dijadikan acuan untuk menentukan media promosi.

- 1) Rumah: Televisi, Piring, Sendok, Gelas, HP, Kaos, Celana Pendek, Bantal, Guling, Tempat Tidur, Sajadah, Sarung.
- 2) Sekolah: Buku tulis, Pensil, Penghapus, Tas, Sepatu.

Dari poin-poin yang sudah disebutkan diatas, dibuatlah pertimbangan untuk menentukan media-media yang dinilai dekat dengan target audiens dan paling sering digunakan. Media tersebut diantaranya:

- 1) Gelas mug: Gelas bisa digunakan untuk minum susu dan juga diberikan gambar pada gelas yang berupa pengingat bertuliskan "Jangan Lupa Minum Susu", selain itu juga ada gambar mililiter dibagian depan gelas untuk menarik air minum atau susu yang diminum.
- 2) Gantungan dan Pin: Gantungan dan pin bisa dimanfaatkan anak untuk kunci dan tas. Sedangkan pin untuk hiasan baju atau tas sekolah.
- 3) Kalender: Kalender ini tidak hanya digunakan untuk menghitung hari saja, namun juga bisa digunakan sebagai jadwal minum susu dengan diberikan dua kolom kosong yang bertuliskan pagi dan malam di setiap tanggal, sehingga anak-anak dapat mencentang pada kolom kosong tersebut setelah minum susu.
- 4) Stiker: Stiker bermanfaat untuk promosi buku dengan target yang tidak terbatas.
- 5) Buku tulis: Buku tulis juga merupakan media yang cukup dekat dengan target audiens, dimana mereka menggunakannya di sekolah untuk mencatat pelajaran. Sehingga buku tulis akan menjadi media promosi yang efektif karena pada cover belakang diberikan kalimat ajakan untuk membeli buku dan diberikan kontak akun Instagram Dunia Nutrisi.
- 6) Kaos: akan menjadi media promosi yang efektif karena desainnya yang akan terlihat dengan jelas dan dapat menarik perhatian pada bagian depan kaos.
- 7) Instagram: Media sosial Instagram digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan penjualan buku. Akun Instagramnya adalah @dunianutrisi2022

### 3.2 Pembahasan

Setelah dianalisis menggunakan *point of contact* kemudian menyusun konsep visual untuk media promosi. Konsep visual disusun dari sebuah kata kunci. Kata kuncinya memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah promosi sehingga sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Kata kuncinya adalah "Senang Belajar Manfaat Susu" yang memiliki makna denotasi :

- 1) "Senang": puas dan lega, tanpa rasa susah dan kecewa.
- 2) "Belajar": berusaha memperoleh kepandaian atau ilmu.

- 3) “Manfaat”: guna, faedah.
- 4) “Minum”: memasukkan air (atau benda cair) ke dalam mulut dan meneguknya.
- 5) “Susu” memiliki arti air yang keluar dari buah dada, susu binatang atau bahan minuman, berupa cairan atau bubuk.

Sedangkan makna konotasi dari “Senang Belajar Manfaat Susu” adalah memberikan edukasi mengenai manfaat susu. Pesan disampaikan menggunakan bantuan ilustrasi bergaya kartun yang dapat memberikan kesan menyenangkan.

Ilustrasi yang digunakan adalah menggunakan gaya ilustrasi digital painting kartun. Penggunaan ilustrasi dalam media promosi dalam bentuk gambar kartun agar lebih mudah dalam menarik perhatian anak-anak.

Kemudian kata kunci “Senang Belajar Manfaat Susu” diturunkan dalam bentuk visual berupa karakter. Terdapat 4 karakter yang dibuat dalam media promosi, yaitu 3 karakter nutrisi dan 1 karakter anak. Karakter nutrisi yang dipilih yaitu Kalsium, Vitamin, dan Omega, satu karakter anak kecil berusia 10 tahun yang bernama Ari. Keempat karakter tersebut memiliki sifat yang berbeda-beda.

- 1) Kalsium, bernama Kal (Kuat dan Pemimpin)
- 2) Vitamin, bernama Vit (Periang dan Suportif)
- 3) Omega, bernama Ega (Pintar dan Suka melindungi)
- 4) Anak kecil, bernama Ari (Baik, Suka bertanya, dan Antusias).

Sifat dari masing-masing karakter nutrisi yang ditentukan mengacu pada manfaat yang dimiliki oleh nutrisi tersebut. Kalsium yang memiliki manfaat menguatkan tulang dan gigi diberikan sifat yang kuat, Vitamin yang memiliki banyak jenis dan memiliki manfaat yang berbeda untuk tubuh diberikan sifat yang suportif, Omega yang bermanfaat untuk pengembangan otak diberikan sifat pintar. Anak kecil diberikan sifat baik, suka bertanya, dan antusias.



Gambar 3. Desain Karakter  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

Desain karakter tersebut akan diimplementasikan di media promosi yang telah terpilih dari hasil analisis *Point of Contact*. Media promosi tersebut diantaranya:

#### 1) Kalender

Kalender merupakan salah satu media promosi untuk buku “Petualangan di Dunia Nutrisi. Kalender ini tidak hanya digunakan untuk menghitung hari saja, namun juga bisa digunakan sebagai jadwal minum susu dengan diberikan dua kolom kosong yang bertuliskan pagi dan malam di setiap tanggal, sehingga anak-anak dapat mencentang pada kolom kosong tersebut setelah minum susu.



Gambar 4. Desain Kalender  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

## 2) Gelas

Gelas menjadi media promosi yang sesuai dengan topik yang diangkat yaitu susu. Gelas bisa digunakan untuk minum susu dan juga diberikan gambar pada gelas yang berupa pengingat bertuliskan “Jangan Lupa Minum Susu”, selain itu juga ada gambar mililiter dibagian depan gelas untuk menakar air minum atau susu yang diminum.



Gambar 5. Desain Gelas  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

## 3) Stiker

Sticker berupa gambar ajakan untuk minum susu dan menjaga kesehatan. Stiker bermanfaat untuk promosi buku dengan target yang tidak terbatas.



Gambar 6. Desain Stiker  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

## 4) Gantungan dan Pin

Gantungan dan pin bisa dimanfaatkan anak untuk kunci dan tas. Sedangkan pin untuk hiasan baju atau tas sekolah.



Gambar 7. Desain Gantungan dan Pin  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

#### 5) Kaos

Kaos merupakan media yang cukup dekat dengan target audiens sehingga akan menjadi media promosi yang efektif karena desainnya yang akan terlihat dengan jelas dan dapat menarik perhatian pada bagian depan kaos.



Gambar 8. Desain Kaos  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

#### 6) Buku Tulis

Buku tulis juga merupakan media yang cukup dekat dengan target audiens, dimana mereka menggunakannya di sekolah untuk mencatat pelajaran. Sehingga buku tulis akan menjadi media promosi yang efektif karena pada cover belakang diberikan kalimat ajakan untuk membeli buku dan diberikan kontak akun Instagram Dunia Nutrisi.



Gambar 9. Desain Buku Tulis  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

#### 7) Feed Instagram

Media sosial Instagram digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan penjualan buku. Akun Instagramnya adalah @dunianutrisi2022



Gambar 10. Feed Instagram @dunianutrisi2022  
[Sumber: M. Al Hadad F.]

#### 4. KESIMPULAN

Susu memiliki kandungan nutrisi yang beragam dan manfaat yang diberikan juga berbeda-beda untuk tubuh, karena itu selain dari makanan susu sangat efektif untuk mendukung kebutuhan nutrisi anak setiap harinya. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu adanya media promosi untuk buku “Petualangan di Dunia Nutrisi” agar manfaat susu yang sangat penting tersebut bisa dikenal oleh anak-anak. Seluruh media promosi menggunakan visual berupa ilustrasi sehingga mudah dipahami oleh target audiens. Dengan begitu, anak-anak dapat memperoleh edukasi mengenai manfaat minum susu dan diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada anak-anak akan pentingnya kesehatan tubuh. Secara visual, media promosi ini menggunakan ilustrasi yang mengacu pada buku “Petualangan di Dunia Nutrisi”, agar calon pembeli mudah dalam mencari buku di toko buku.

Setelah adanya desain promosi ini maka perlu adanya media pendukung yang desainnya terintegrasi dengan desain buku “Petualangan di Dunia Nutrisi” dan media promosinya. Media pendukung tersebut sebagai penyemangat bagi target audiens agar rajin membaca buku dan tidak putus dalam minum susu.

#### PERNYATAAN PENGHARGAAN

Terimakasih saya ucapkan kepada Mochammad Al Hadad Firmansyah selaku penulis dan desainer buku “Petualangan di Dunia Nutrisi”, narasumber Pranaja Nathan Rizqullah, dr. Nadia Nurotul Fuadah, dr. Irma Noor Budianti, dan dr. Velika Devina. Serta Prodi DKV – UPN “Veteran” Jatim sebagai penyandang dana.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Referensi dari buku
  - [4] Indonesia, M. K. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Angka Kecukupan*. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2019, p.7
  - [5] Permenkes, R. *Angka Kecukupan Gizi Yang Dianjurkan Untuk Masyarakat Indonesia*. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2019, p.28
  - [9] A. Kusrianto. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: CV Andi Offset, 2007, p. 32
- Referensi dari artikel jurnal
  - [3] Sutikno, A. N. “Bonus demografi di indonesia”. *Visioner: Jurnal Pemerintahan Daerah di Indonesia*, vol. 12, No. 2, pp. 421-439. 2020.
  - [7] Bujuri, D. A. “Analisis Perkembangan Kognitif Anak Usia Dasar dan Implikasinya dalam Kegiatan Belajar Mengajar.” *LITERASI: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 9, No.1, pp. 37-50. 2018
  - [8] D. E. Valentino. “Perancangan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Pada Novena Hotel Bandung,” *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi*, vol. 7, no. 2, pp. 213–215. 2021

- Referensi dari Websites

- [1] Kemendagri. Dukcapil. “Distribusi Penduduk Indonesia Per Juni 2021: Jabar Terbanyak, Kaltara Paling Sedikit”. Internet: [https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/809/distribusi-penduduk-indonesia-per-juni-2021-jabar-terbanyak-kaltara-paling-sedikit#:~:text=“Berdasarkan%20data%20Administrasi,7 Agustus, 2021 \[Feb, 16, 2023\]](https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/809/distribusi-penduduk-indonesia-per-juni-2021-jabar-terbanyak-kaltara-paling-sedikit#:~:text=“Berdasarkan%20data%20Administrasi,7 Agustus, 2021 [Feb, 16, 2023])
- [2] Novrizaldi. “Hasil Survei Penduduk 2020 Peluang Indonesia Maksimalkan Bonus Demografi”. Internet: <https://www.kemendagri.go.id/hasil-survei-penduduk-2020-peluang-indonesia-maksimalkan-bonus-demografi>, 4 Februari, 2021 [Feb. 16, 2023].
- [6] CNN, Indonesia. “BKKBN Tekankan Susu Penting untuk Siapkan Generasi Unggul.” Internet: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210609185952-25-652373/bkkbn-tekankan-susu-penting-untuk-siapkan-generasi-unggul>, 9 Juni, 2021 [Feb. 16, 2023]
- [10] Sampoerna University. “Customer Journey: Arti, Tahapan, Map, dan Jenisnya”. Internet: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/customer-journey-arti-tahapan-map-dan-jenisnya/>, 19 September, 2022 [Feb. 15, 2023]

## STANDAR PRESENTASI PRODUK FESYEN UNTUK E-COMMERCE

Susi Hartanto<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: susi.fdt@uph.edu<sup>1</sup>

Received: March, 2023	Accepted: March, 2023	Published: March, 2023
-----------------------	-----------------------	------------------------

### ABSTRACT

*The majority of fashion products nowadays are traded online, making it important to showcase professional product presentations. This study employs a qualitative descriptive analysis method, which is constructed from Zalora's internal data from 2021-2023, personal studies of various prominent retailers and fashion brands, and interviews with fashion industry businessmen with at least 10 years of experience. This article aims to provide information on the standard fashion product presentations that are acceptable on e-commerce platforms. Some of the discussed standards include: 1) Catalogue clothing photos; 2) Editorial/Campaign photos; 3) Unisex clothing photos; 4) Baby, children's and underwear clothing photos; 5) Photo styling options; 6) Product-on-model photos; 7) Video photos; 8) Background photos; 9) Infographics; 10) Retouched photos; 11) Content writing; and 12) Content translation. The hope is that this article can provide insight into effective and efficient ways of presenting fashion products for fashion industry players.*

**Key words:** fashion, presentation, standard, e-commerce

### ABSTRAK

Mayoritas produk fesyen saat ini diperdagangkan secara daring, sehingga penting menampilkan presentasi produk yang profesional. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang disusun dari data internal Zalora 2021-2023, studi pribadi atas berbagai peritel dan *brand* fesyen terkemuka, dan wawancara dengan pebisnis fesyen dengan pengalaman minimal 10 tahun di industri. Artikel ini bertujuan memberikan informasi standar presentasi produk fesyen yang bisa diterima di *platform e-commerce*. Adapun beberapa standar presentasi produk fesyen yang dibahas meliputi: 1) Foto Katalog pakaian; 2) Foto Editorial/ Kampanye; 3) Foto Pakaian Unisex; 4) Foto Pakaian Bayi, anak-anak, dan pakaian dalam; 5) Opsi Styling Fotol; 6) Foto POM (*product-on-model*); 7) Foto video; 8) Latar Foto; 9) Infografik; 10) *Retouch* Foto; 11) Penulisan Konten; dan 12) Penerjemahan Konten. Harapannya, artikel ini bisa memberikan wawasan cara presentasi produk fesyen yang tepat guna dan efisien bagi para pelaku fesyen.

**Kata Kunci:** fesyen, presentasi, standar, e-commerce

### 1. PENDAHULUAN

Data menunjukkan gambar dengan latar belakang polos dan minimalis, pencahayaan yang baik, serta gambar dan konten yang berkualitas lebih baik, mendorong tingkat klik yang lebih tinggi - sangat penting untuk konversi penjualan. Peningkatan CTR sebesar +2,09%. Perbandingan ini didasarkan pada merek yang sama. Adapun perbedaan ada pada pilihan model, riasan dan tatanan rambut, teknik fotografi, dan detail konten produk (Zalora, 2023).

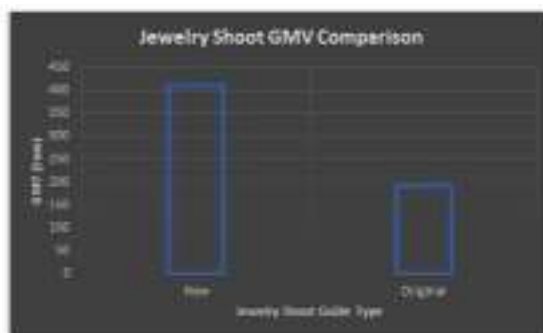


Gambar 1. Perbandingan Foto Sebelum & Sesudah Brand A  
[Sumber: Zalora, 2023]

Studi Perbandingan: Dampak Kualitas Gambar pada GMV dengan mengambil sampel barang dari *brand* yang sama dengan menggunakan cara foto perhiasan yang berbeda (baru & lama). Hasilnya, 61% dari barang yang terjual dari ukuran sampel dalam tes diambil dengan cara foto baru yang berfokus pada kualitas gambar yang lebih baik, memiliki rata-rata GMV 40% lebih tinggi dibandingkan dengan barang yang difoto dengan cara foto perhiasan lama yang gambarnya sedikit terlalu terpapar cahaya (blur) dan tanpa bayangan alami (Zalora, 2023).



Gambar 2. Perbandingan Kualitas Foto Sebelum & Sesudah Brand A  
[Sumber: Zalora, 2023]



Gambar 3. GMV Foto Baru vs Lama  
[Sumber: Zalora, 2023]

## 2. METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang disusun dari data internal Zalora 2021-2023, studi pribadi atas berbagai peritel dan *brand* fesyen terkemuka, dan wawancara dengan pebisnis fesyen dengan pengalaman minimal 10 tahun di industri.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa standar presentasi produk fesyen yang dibahas disini meliputi: 1) Foto Katalog pakaian; 2) Foto Editorial/ Kampanye; 3) Foto Pakaian Unisex; 4) Foto Pakaian Bayi, anak-anak, dan pakaian dalam; 5) Opsi Styling Foto, 6) Foto POM (*product-on-model*); 7) Foto video; 8) Latar Foto; 9) Infografik; 10) *Retouch* Foto; 11) Penulisan Konten; dan 12) Penerjemahan Konten

### Foto Katalog Pakaian

Standar foto katalog biasanya terdiri dari 4-5 foto (depan, belakang, samping, seluruh badan, dan *close up*). Kekurangan salah satu dari standar foto ini cenderung mengakibatkan produk ditolak oleh QC platform fesyen (Lovadova, 2023).



Gambar 4. Contoh Foto Katalog Standar  
[Sumber: Lovadova, 2023]

### Editorial (Foto Kampanye)

Foto editorial atau kampanye biasanya berfungsi untuk tampilan utama toko (*storefront*), atau untuk *banner* kampanye promosi.



Gambar 5. Contoh Foto Editorial  
[Sumber: Dokumen pribadi, 2023]

### Foto Pakaian *Unisex*

Foto pakaian *unisex* ada baiknya menampilkan model pria dan wanita, atau ada *thumbnail* mini yang memperlihatkan bahwa produk tersebut bisa dipakai kedua *gender*. Produk yang paling umum ditampilkan adalah T-shirt.



Gambar 6. Contoh Foto Pakaian *Unisex*  
[Sumber: Klozet Kuala Lumpur & Obey, 2023]

### Foto Pakaian Bayi, Anak-anak & Pakaian Dalam

Jenis pakaian untuk ketiga kategori ini lebih umum ditampilkan hanya dengan *ghost mannequin* atau *flatlay*, terutama untuk produk *lingerie* yang tembus pandang. Hal ini karena umumnya tipe pakaian ini terlalu terbuka bagi model katalog. Namun, tidak berlaku sama bagi semua *brand* atau negara. Untuk *e-commerce* luar, model dengan tampilan *lingerie sheer* apa adanya cukup wajar dan bisa diterima. Harga foto katalog untuk kategori *sports* and *lingerie* biasanya lebih tinggi apabila ingin dipakaikan langsung oleh model.



Gambar 7. *Ghost Mannequin*  
[Sumber: Mothercare & Calvin Klein, 2023]

Untuk kategori bayi dan anak-anak, alasan terutama karena model bayi atau anak-anak sulit dikoordinasikan untuk foto katalog yang biasanya berdurasi panjang. Foto yang menampilkan model bayi atau anak-anak biasanya hanya pada foto editorial. Foto dengan model asli lebih cenderung ada untuk pakaian anak.



Gambar 8. *Flatlays* Pakaian Bayi  
[Sumber: Mothercare, 2023]



Gambar 9. Foto Katalog Pakaian Anak  
[Sumber: Zalora, 2023]

### Opsi *Styling* Foto

Gaya klasik cenderung identik dengan pose sederhana, sudut foto 90 derajat, dan tanpa menggunakan *props*. Gaya ini sudah lama menjadi standar untuk foto katalog di berbagai peritel di seluruh dunia.



Gambar 10. Contoh Gaya Foto Klasik  
[Sumber: Zalora, 2023]

Gaya modern cenderung identik dengan pose yang lebih dinamis, sudut foto yang beragam, bisa menggunakan *props* sederhana (kursi, blok dan papan kayu, atau *props* lainnya yang berwarna netral). Gaya seperti ini sudah lebih populer belakangan dan lebih banyak diaplikasikan pada berbagai peritel baik di Indonesia maupun di luar negeri.



Gambar 11. Contoh Gaya Foto Modern  
[Sumber: Lovadova, 2023]

### Foto POM (*Product-on-Model*)

Representasi ukuran yang lebih akurat dengan model asli dapat meminimalkan retur produk. Data menunjukkan gambar produk pada model meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam hal ukuran produk dan secara keseluruhan, membantu meningkatkan tingkat konversi hingga 25% dibandingkan dengan gambar yang tidak menampilkan produk pada model (Zalora, 2023).



Gambar 12. Contoh Foto POM  
[Sumber: Dokumen pribadi, 2023]

### Foto Video

Beberapa pembeli butuh seakan-akan untuk merasakan atau mencoba produk, sehingga dibandingkan dengan gambar *still life*, menunjukkan video berkualitas tinggi adalah cara terdekat yang efektif untuk mengatasi kesenjangan tersebut. Data menunjukkan bahwa secara keseluruhan, video pakaian membantu meningkatkan tingkat konversi hingga 20% dibandingkan dengan yang tidak memiliki video. Pengunjung lebih mungkin membeli produk di situs ritel online setelah menonton video, yaitu sebesar 64-85% (Wyzowl, 2023). *Customer* lebih memilih format yang lebih interaktif (video 360 derajat, atau *product-on-model*) saat berbelanja di *e-commerce* (Moya & Garcia, 2022; Bug & Helwig, 2020).



Gambar 13. Foto video (dengan model)  
[Sumber: Dokumen pribadi, 2023]

Video membuat pelanggan merasa seolah-olah berada di sisi lain video dan secara fisik memeriksa produk.



Gambar 14. Foto video (tanpa model)  
[Sumber: Dokumen pribadi, 2023]

### Latar Foto

Dengan gaya foto yang semakin modern, latar foto juga membantu meningkatkan kualitas foto agar lebih beragam.



Gambar 15. Contoh Latar Foto dan *Mood* yang Ingin Ditampilkan  
 [Sumber: Zalora, 2023]



Gambar 16. Contoh Hasil Foto dengan Latar  
 [Sumber: Zalora, 2023]

**Infografik**

Foto yang dihasilkan dari katalog sangat bisa dipakai untuk keperluan membuat konten infografik media sosial.



Gambar 17. Contoh Infografik untuk IG Story  
 [Sumber: Yuna & Co, 2023]

**Retouch Foto**

Ada beberapa peritel yang mewajibkan latar bersih (warna putih keabu-abuan) sehingga memerlukan *retouch* bila latar kurang bersih.



Gambar 18. Contoh *Retouch* – Hapus Latar Foto  
[Sumber: Dokumen pribadi, 2023]

Foto katalog harus menampilkan fokus utama dari produk. Misalkan, produk yang dijual adalah atasan, maka *brand* harus melakukan *crop* tampak depan, belakang, samping, atau detail untuk produk atasan tersebut. Cukup 1 foto *full* badan yang ditampilkan. Hal ini agar jelas di *thumbnail* produk bahwa yang dijual adalah atasan, tidak ambigu.



Gambar 19. Contoh *Retouch* – *Crop* dan *Resize*  
[Sumber: dokumen pribadi, 2023]

Bagi *brand* yang memiliki produk *multicolor* dan ingin menghemat budget foto, ada baiknya melakukan 1 *photoshoot* saja, dan untuk sisa warna lainnya bisa diedit warnanya.



Gambar 20. Contoh *Retouch* – Ganti Warna  
[Sumber: Dokumen pribadi, 2023]

### Penulisan Konten

Penulisan konten yang baik bertujuan memastikan pelanggan mendapatkan informasi yang jelas sehubungan dengan produk yang sedang dicari. Deskripsi bahasa fesyen (*jargon*) yang spesifik juga sangat membuat deskripsi produk terasa lebih profesional. Ada baiknya membiarkan beberapa istilah fesyen tetap dalam bahasa aslinya (Bahasa Inggris), karena bila diterjemahkan akan terasa aneh dan justru membuat *customer* tidak mengerti maksudnya.



Gambar 21. Contoh Penulisan Konten  
[Sumber: Love Bonito, 2023]

### Penerjemahan Konten

Data menunjukkan deskripsi produk dalam bahasa lokal pelanggan meningkatkan inklusivitas serta pengalaman berbelanja. Secara keseluruhan, konten dalam bahasa Mandarin membantu meningkatkan rata-rata tingkat klik hingga 20-40% dan tingkat konversi sebesar 15-30% dibandingkan dengan yang hanya memiliki konten bahasa Inggris di HongKong dan Taiwan (Zalora, 2023).



Gambar 22. Informasi Rating Penjual  
[Sumber: Zalora HK, 2023]

## 4. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan ringkasan singkat mengenai cara presentasi produk fesyen agar bisa diterima di platform khusus fesyen pada umumnya (Zalora, Bobobobo, Pomelo, Yuna & co, dan sebagainya) yang memiliki standar lebih spesifik dibandingkan platform umum seperti Tokopedia dan Shopee.

1. Foto video lebih *engaging* saat ini (dibandingkan hanya foto katalog saja) mengingat cara penjualan yang *multichannel*, serta untuk kebutuhan konten media sosial.
2. Foto *flatlay* lebih berguna untuk produk bayi dengan harga ritel murah – menengah, mengingat natur bayi yang sulit diarahkan untuk foto katalog. Foto katalog juga cenderung murah, sehingga kurang sepadan dengan usaha yang harus dilakukan. Foto dengan model bayi cenderung hanya dipakai cukup untuk foto editorial atau kampanye saja.
3. Penulisan konten sangat bisa dilakukan dengan 2 bahasa, misalkan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, berhubung banyak istilah fesyen yang sulit, aneh, atau justru tidak dikenali bila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia.
4. Untuk lebih menghemat budget foto katalog, brand tidak perlu melakukan foto *ghost mannequin*. Survei singkat dari 10 *brand* pakaian secara acak per 17 Februari 2023, tidak ada lagi yang menggunakan *ghost mannequin*. Foto model saja cukup merepresentasikan detail produk.
5. *Brand* yang memiliki koleksi multiwarna, bisa cukup melakukan *retouch* warna agar lebih hemat budget. Cara lain adalah menampilkan foto model untuk warna A, namun cukup foto produk untuk warna lainnya. Cara ini cukup sering dilakukan Uniqlo dalam presentasi produknya di *online store*.
6. Kesan foto katalog yang lebih santai dan modern sangat bisa dilakukan dengan penambahan latar dan *props* sederhana tanpa meningkatkan budget foto yang berlebihan.
7. Agar model lebih leluasa berpose dan lebih hemat budget, model juga bisa melakukan swafoto tanpa fotografer. Cara ini juga sudah lama dipopulerkan di Taiwan (lewat brand Mayuki dan Candybox), namun kurang populer di Indonesia.
8. Alangkah baiknya untuk menyimpan foto asli apabila brand berjualan secara *multichannel* karena standar ukuran foto setiap platform penjualan bisa berbeda-beda. Misalkan, platform A mewajibkan

ukuran 762 x 1100-pixel untuk setiap foto produk, sedangkan platform lain mewajibkan ukuran 900 x 1400 pixel.

9. *Brand* yang memiliki produk yang *slow moving* bisa melakukan foto ulang model atau *styling* yang berbeda. Cara ini cukup sering dilakukan brand Asos dan H&M. Hal ini dilakukan agar produk terlihat baru.

## PENGHARGAAN

Terima kasih kepada LPPM UPH yang mendukung artikel ini sebagai bagian dari salah satu luaran PKM (PM-001-SoD/II/2021).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bug, P., & Helwig, J. (2020). Current use of moving images for product presentation in fashion e-commerce. *Fashion and film: moving images and consumer behavior*, 243-267.
- [2] Bug, P., & Helwig, J. (2020). Overview of product presentation with moving images in fashion e-commerce. *Fashion and film: moving images and consumer behavior*, 217-241.
- [3] Moya, I., & García-Madariaga, J. (2022, June). Is a video worth more than a thousand images? A neurophysiological study on the impact of different types of product display on consumer behaviour in E-commerce. In *Advances in Digital Marketing and eCommerce: Third International Conference, 2022* (pp. 300-306). Cham: Springer International Publishing.
- [4] <https://www.asos.com/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [5] <https://www.calvinklein.us/en>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [6] <https://candybox.com.tw/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [7] [https://www2.hm.com/en\\_us/index.html](https://www2.hm.com/en_us/index.html), 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [8] <https://www.instagram.com/yunaandco/?hl=en>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [9] <https://laperla.com/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [10] <https://www.lovebonito.com/id>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [11] [https://www.mothercare.co.id/?gclid=Cj0KCQiArsefBhCbARIsAP98hXQv7y-xtVkX2NzXUfxXIOWsiJ-y9dnOjNV8YmBBGUg-jlm4SpwqMaAj-fEALw\\_wcB](https://www.mothercare.co.id/?gclid=Cj0KCQiArsefBhCbARIsAP98hXQv7y-xtVkX2NzXUfxXIOWsiJ-y9dnOjNV8YmBBGUg-jlm4SpwqMaAj-fEALw_wcB), 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [12] <https://obeyclothing.asia/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [13] <https://www.uniqlo.com/id/id/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [14] <https://www.wyzowl.com/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [15] <https://www.yoco.com.tw/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [16] <https://www.zalora.com.hk/women/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [17] <https://www.zalora.com.my/klozet-kuala-lumpur/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [18] <https://www.zalora.co.id/lovadova-indonesia/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [19] <https://www.zalora.co.id/women/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]
- [20] <https://www.zalora.com.tw/>, 17 Februari 2023, [17 Februari 2023]

## PERAN BUDAYA *HANDCRAFT* MASYARAKAT NTT DALAM MENGGANGKAT NILAI KEBAHARUAN DESAIN YANG BERDAMPAK TERHADAP EKONOMI KREATIF

Boike Janus Anshory<sup>1</sup>  
Oktavianus Marti Nangoy<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Departemen Desain Interior, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Pradita  
Scientia Business Park, Jl. Gading Serpong Boulevard No.1, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten  
Tangerang, Banten 15810, Indonesia

<sup>2</sup>Departemen Desain Interior, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Pradita  
Scientia Business Park, Jl. Gading Serpong Boulevard No.1, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten  
Tangerang, Banten 15810, Indonesia

e-mail: [boike.janus@pradita.ac.id](mailto:boike.janus@pradita.ac.id)<sup>1</sup> [oktavianus.nangoy@pradita.ac.id](mailto:oktavianus.nangoy@pradita.ac.id)<sup>2</sup>

Received: February, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*This paper aims to explain the contribution of creative economy development to weaving skills in an effort to promote local cultural diversity in Indonesia, especially in the NTT area which is studied from a creative economy perspective. In general, women in the area are conditioned to work in fields that are usually planted with palm leaves. From the point of view of local indigenous peoples, palm fronds have not provided significant benefits, but in 2014 there was input from the creative thinking of young people in Jakarta who saw the economic potential in palm fronds which could be used as a creative product in authentic skills with the weaving process. , which culturally can be seen from generation to generation for women in NTT. This activity can provide creative solutions to provide alternative income from the choice of ways of thinking, acting locally and thinking globally. With an abundance of lontar raw material plants that can increase the potential for weaving crafts, it will be able to change the pattern of global strategy starting from market potential to being able to distribute to international markets. There is a Du'Anyam brand that appears as a social enterprise initiated by a group of creative young people, has provided creative solutions that have the concept of strategies to preserve local culture as an alternative source of income for people in NTT, especially creative women, which can be done with gradual training in imparting knowledge with the ability to work with hands that have been trained through the original woven process. The impact strategy will produce creative products with the types produced in the form of handicraft products for life and lifestyle as well as souvenir products.*

**Keywords:** weaving, local culture, creative economy

### ABSTRAK

*Tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan kontribusi pengembangan ekonomi kreatif terhadap keterampilan mengayam dalam upaya mengangkat keragaman budaya lokal di Indonesia khususnya di daerah NTT yang dikaji dari perspektif ekonomi kreatif. Secara umum, perempuan di daerah tersebut dikondisikan untuk bekerja di ladang yang biasa ditanami daun lontar. Jika dilihat dari sisi masyarakat adat daerah, tanaman pelepah aren belum memberikan manfaat yang signifikan, namun pada tahun 2014 ada masukan pemikiran kreatif anak muda di Jakarta yang melihat potensi ekonomi pada tanaman batang pelepah aren yang dapat dijadikan sebagai produk kreatif dalam keterampilan autentik dengan proses mengayam, yang secara kultural dapat dilihat secara turun temurun bagi perempuan di NTT.*

*Kegiatan ini dapat memberikan solusi kreatif untuk memberikan penghasilan alternatif dari pilihan cara berpikir, bertindak local dan berpikir global. Dengan melimpahnya tanaman bahan baku lontar yang dapat menambah potensi kerajinan menganyam, akan dapat mengubah pola strategi global mulai dari potensi pasar hingga mampu mendistribusikan ke pasar internasional. Terdapat brand Du'Anyam muncul sebagai sebuah social enterprise yang digagas oleh sekelompok anak muda kreatif, telah memberikan solusi kreatif yang memiliki konsep strategi melestarikan budaya lokal sebagai alternatif pendapatan bagi masyarakat di NTT, khususnya perempuan kreatif, yang dapat dilakukan dengan pelatihan bertahap dalam memberikan pengetahuan yang baik dengan kemampuan kerja tangan yang sudah terlatih melalui proses anyaman asli. Impact strategy akan menghasilkan produk kreatif dengan jenis yang dihasilkan berupa produk kerajinan untuk kehidupan dan gaya hidup serta produk souvenir.*

**Kata Kunci:** keterampilan menganyam, budaya lokal, kreatif ekonomi

## 1. PENDAHULUAN

Pohon lontar adalah sejenis tanaman palem yang tumbuh dan berkembang di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), dengan sebaran di beberapa pulau Timor, Sumba, Sabu, Rote, dan beberapa tempat lainnya. Sumber daya alam ini menciptakan potensi baru bagi pengrajin daun lontar di NTT. Pohon lontar atau lontar memiliki batang yang kuat dan tingginya bisa mencapai 15 - 30 meter. Sedangkan daunnya sebagian besar terkumpul di ujung batang membentuk mahkota membulat dan daunnya berbentuk kipas bulat berwarna putih. Pohon aren ini banyak ditemukan di wilayah NTT sehingga masyarakat NTT memanfaatkannya sebagai bahan dasar kerajinan anyaman seperti souvenir, tikar, kipas angin, tas, topi, dompet, keranjang, dan kerajinan lainnya serta alat musik tradisional NTT alat musik sasando. Sebaran tanaman lontar umumnya tumbuh di wilayah terluas dari kelompok area tanaman Palma, dari Arab Saudi hingga Irian. Di Indonesia, tanaman lontar banyak ditemukan di daerah pesisir yang beriklim kering, misalnya di Jawa Tengah (Brebek, Pekalongan, dan Semarang), Jawa Timur (Tuban, Gresik, dan Lamongan), Madura, Bali (Karangasem dan Buleleng), Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Selatan, dan Maluku Tenggara. Dari seluruh wilayah sebaran tanaman lontar, jumlah atau populasi lontar tertinggi terdapat di Nusa Tenggara Timur dan Sulawesi Selatan. Di Nusa Tenggara Timur, pohon palem dapat ditemukan di pantai utara selatan pulau Flores dan pulau Timor, pantai timur dan selatan pulau Sumba dan di pulau-pulau kecil. Konsentrasi tanaman lontar terbesar terdapat di Kabupaten Kupang (Pulau Timor Barat, Pulau Rote, dan Pulau Sabu), Kabupaten Sumba Timur (Kecamatan Rindi Umalulu dan Kabupaten Pahungalodu), Kabupaten Timor Tengah Selatan, Belu (Selatan dan Utara), dan Flores Timur.

Potensi tanaman lontar dari jumlah atau populasi lontar agak sulit diperkirakan karena populasinya besar dan persebarannya sangat luas atau tersebar dan belum ada perhatian untuk menghitungnya. Selain itu, karena usianya yang bervariasi, dari yang baru tumbuh hingga yang sudah tua, bahkan bisa mencapai ratusan tahun. Di Nusa Tenggara Timur, Dinas Perkebunan memperkirakan jumlah atau populasi lontar adalah 4.000.000 pohon yang terdiri dari tanaman muda (< 10 tahun) sebanyak 950.000 pohon dan tanaman dewasa (> 10 tahun) sebanyak 3.050.000 pohon. Hasil pengolahan sumber daya alam yang dapat diolah dari bahan batang lontar berupa produk usaha kerajinan tangan, seperti: bakul atau bakul, topi, keset, kuas, keset dan alat musik tradisional. Bagian tanaman yang dapat digunakan untuk produk kreatif adalah bagian akar dimana pohon aren memiliki akar serabut yang panjang dan besar yang juga dapat digunakan sebagai obat penyakit tertentu, bahan bakar atau sebagai produk pupuk. Batangnya dapat digunakan untuk bahan bangunan dan batang muda yang lunak dapat menghasilkan makanan sagu sebagai makanan alternatif yang sangat lezat. Selain itu, pelepah daun yang sudah tua dapat digunakan untuk dinding rumah, pagar, dan kayu bakar. Daun mudanya digunakan untuk kuas, kuas, tangga dan peralatan rumah tangga lainnya. Kemudian daunnya digunakan untuk alat tulis (kertas), bahan anyaman, alat musik sasando. Pada tulang daun (tongkat), merupakan bahan tali untuk berbagai peralatan rumah tangga. Terdapat juga hasil buah, bagian muda sebagai makanan penyegar dan buah yang sudah tua atau memiliki kondisi matang berserat mengandung cairan kental manis dan aromatik yang merupakan bahan makanan yang lezat.

Dengan demikian, potensi nyata yang terlihat pada tanaman lontar adalah keunggulan komparatifnya dibandingkan tanaman lain, tanaman yang serba guna dan bernilai ekonomis tinggi serta berdampak luas sebagai sumber usaha. Dalam konteks awal terkait handcraft sebagai kearifan budaya lokal pada suatu masyarakat tertentu, maka akan melihat dan mengidentifikasi pergerakan fenomena budaya pada sekelompok masyarakat di wilayah NTT, implementasinya sebagai bentuk manifestasi yang dapat dibagi menjadi tiga, yaitu: (1) budaya fisik (material) berupa benda-benda hasil kerajinan tangan.

manusia, misalnya peralatan dan alat kerja, (2) sistem sosial, (3) sistem nilai budaya atau adat istiadat sebagai bagian dari budaya abstrak. Jika dilihat dari perspektif sosiologi seni, maka akan terlihat bahwa objek materialnya adalah kehidupan sosial yang telah terjadi beberapa waktu sampai sekarang, faktor-faktor yang dilihat dari gejala perubahan sistem sosial masyarakat akibat dari kondisi tersebut. sumber daya alam di sekitar masyarakat dan proses komunikasi antar manusia. masyarakat yang dapat menghasilkan masyarakat budaya sehingga hasil budaya manusia terbentuk di wilayah NTT. Untuk objek formal lebih ditekankan pada posisi manusia sebagai makhluk sosial atau manusia yang memiliki kesamaan budaya dan alam. Dengan demikian, objek formal untuk membentuk tatanan kearifan lokal berbasis kreativitas adalah hubungan antar manusia yang telah disepakati dalam kelompok masyarakat yang akan menghasilkan proses budaya kreatif hubungan manusia dalam masyarakat.

## **2. METODE**

Metode yang akan digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan studi etnografi. Etnografi adalah disiplin ilmu yang secara khusus mempelajari hubungan antara manusia dan alam dalam upaya mendeskripsikan atau mendeskripsikan budaya atau aspek-aspek budaya (Meleong, 1990:13). Produk kreatif akan berkaitan dengan proses penggandaan produk dalam konsep duplikasi yang nantinya akan diproduksi secara massal dan nantinya berguna untuk menjembatani kepentingan ekonomi masyarakat luas di daerah yang masih memegang teguh tradisi budaya dan oleh pihak lain yang akan memasuki daerah tersebut melalui pendekatan ekonomi kreatif. Dalam konsep penelitian ini diarahkan untuk melihat, memahami, dan mendeskripsikan secara mendalam sebuah fenomena kearifan budaya lokal pada masyarakat yang masih tertinggal dari sudut akulturasi budaya dengan fokus permasalahan yaitu eksistensi kearifan lokal dengan potensi di bidang kerajinan tradisional yang masih belum dimanfaatkan secara maksimal, dan juga dikaitkan dengan hasil sumber daya alam berupa daun lontar sebagai bagian dari kearifan lokal sumber daya alam masyarakat NTT.

Mengingat proses menganyam kerajinan tangan merupakan warisan budaya yang merupakan sumber daya yang tidak terbarukan, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pengelolaan sumber daya budaya di masyarakat daerah NTT. Objek penelitian ini adalah proses dan strategi pewarisan budaya menganyam tradisional di daerah NTT. Dalam proses pengelolaan kerajinan handcraft anyaman akan menjadi objek penelitian utama untuk dikaitkan dengan potensi pariwisata sumber daya manusia sebagai aset wisata budaya, atraksi budaya menganyam tradisional akan diamati secara langsung menggunakan pendekatan sosial budaya, mampu memahami keberadaan dan memiliki makna filosofis keahlian menganyam di mata masyarakat. publik. Proses ini menjadikan menganyam sebagai warisan budaya terlihat, didokumentasikan dan dianalisis secara mendalam dengan melibatkan aktor budaya sebagai pengamat utama sekaligus subjek penelitian.

## **3. PEMBAHASAN**

Dalam melakukan proses pengkajian ini, ada sekelompok orang yang mengetahui dan memahami proses perkembangan handcraft anyaman tradisional di wilayah Nusa Tenggara Timur, khususnya yang sedang dilakukan dan dikembangkan di daerah Flores. Ada beberapa unsur kearifan budaya lokal yang dapat ditemukan dan memiliki kapasitas yang kompleks untuk dapat menjelaskan ekosistem budaya tak benda berupa anyaman tradisional. Provinsi NTT merupakan salah satu provinsi tertinggal dengan peringkat kematian ibu dan anak tertinggi dan jumlah masalah kasus gizi buruk di Indonesia. Dalam proses pemberdayaan masyarakat yang tercatat oleh Pemerintah Daerah, terdapat lebih dari 600 perempuan penganyam di 23 desa di Kabupaten Flores Timur yang dapat melakukan proses kerajinan dengan pola kerja dengan latar belakang kekerabatan turun temurun. Budaya nonbendawi berupa kerajinan anyaman di NTT merupakan aset yang harus dilestarikan dan dapat diberikan otonomi khusus agar hasilnya dapat menjadi kegiatan mata pencaharian utama. Berbagai pihak harus bersinergi untuk melestarikan budaya anyaman ini. Dalam hal ini, brand Du'Anyam muncul sebagai social enterprise atau wirausaha sosial yang berdiri sejak tahun 2014 yang digawangi oleh Azalea Ayuningtyas bersama kedua temannya, Melia Winata dan Hanna. Du'Anyam memulai proyek pertamanya di kota Larantuka, Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Provinsi ini merupakan salah satu provinsi termiskin dengan angka kematian ibu dan bayi baru lahir tertinggi di Indonesia. Du'Anyam melihat ini sebagai peluang untuk mengatasi masalah kesehatan ibu dan bayi baru lahir dengan memanfaatkan tradisi menganyam yang ada, serta menyediakan pekerjaan alternatif bagi ibu hamil. Ada sekitar 70 perempuan di kawasan Duntana dan kawasan Leowingu yang telah melaksanakan program pelatihan kerajinan anyaman yang dimulai saat Du'Anyam melaksanakan program wirausaha sosial. Program ini juga membantu

melestarikan keterampilan menganyam yang mulai hilang pada generasi muda. Tak hanya itu, beberapa jenis hasil kerajinan tangan yang lucu, seperti keranjang sobe yang mulai punah, juga berhasil diselamatkan.

Produk anyaman berbasis kearifan lokal ini mulai ditata oleh masyarakat. Salah satu bentuk arahan dari masyarakat adalah membantu mereka dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi para penganyam sekaligus untuk menambah nilai khas daerah Nusa Tenggara Timur itu sendiri. Dengan proses menganyam kearifan lokal ini, masyarakat bisa memanfaatkannya untuk memperluas jaringan mereka. tidak hanya dari Indonesia tetapi juga dari luar negeri. Bahkan kerajinan tangan dari anyaman daun lontar ini pernah digunakan oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo, saat berkunjung ke Nusa Tenggara Timur. Ada rasa bangga dari masyarakat Nusa Tenggara Timur karena hasil kegiatan dari menganyam sering diikutsertakan dalam beberapa acara seremonial di pemerintahan. Sebuah produk anyaman dari batang daun lontar akan menjadi kebanggaan tersendiri bagi mereka yang berasal dari pulau Nusa Tenggara Timur dan bisa naik ke kancah nasional dan internasional. Kebanggaan masyarakat Nusa Tenggara Timur dalam memperkenalkan nilai-nilai budaya melalui sebuah karya yang dapat dinikmati masyarakat tentunya mengandung nilai dan kualitas yang sangat tinggi karena setiap jengkal anyaman dibuat secara manual, bahkan pewarna yang digunakan adalah pewarna alami. Motif yang menjadi ciri khas anyaman pelepah daun lontar ini berasal dari kreativitas ibu-ibu itu sendiri. Kegiatan menganyam yang sudah berlangsung lama sebenarnya sangat layak untuk diangkat sebagai destinasi wisata budaya. Dengan kondisi geografis Pulau Nusa Tenggara Timur yang sangat indah dan menarik, wisatawan akan dapat menikmati keindahan alam sambil menikmati wisata budaya berupa ekosistem anyaman tradisional. Namun potensi alam dan budaya yang ada di Pulau Nusa Tenggara Timur masih belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat dan pemerintah setempat. Bahkan beberapa rumah adat Nusa Tenggara Timur terbengkalai dan rusak berat, padahal rumah adat tersebut juga memiliki nilai budaya dan sejarah yang sangat tinggi. Perpaduan atraksi budaya anyaman tradisional dengan rumah adat NTT akan menjadi salah satu destinasi wisata yang bernilai ekonomi jika dikemas dan dipasarkan dengan baik. Keberadaan penganyam di Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu komunitas penganyam yang berkualitas karena di tempat lain penganyam biasanya tersebar di beberapa desa.

Melalui perspektif peneliti Person-Centred, mereka memiliki pendapat yang lebih luas dalam melihat proses kreativitas dalam domain individu pada sekelompok orang tertentu, dengan melihatnya dari perspektif yang berbeda, mereka sering mengadopsi perspektif individualistis (Montuori & Purser, 1995; Simonton, 2000). Perspektif yang akan diamati dari proses dinamis ini perlu diperhatikan dalam aspek studi kreativitas, hal ini dapat menjadi acuan untuk meyakinkan pembaca dengan tidak mengabaikan dukungan dari aspek psikologis budaya kreatif dalam pendekatan sosiologis (Csikszentmihalyi, 1999). Ditinjau dari aspek lingkungan sosial budaya juga akan menjadi ukuran dari produk kreativitas yang dihasilkan. Konteks kreativitas itu adalah proses kerja yang dihasilkan dari interaksi antara tiga kekuatan utama, (1) budaya, yang menyimpan dan mentransmisikan ide, nilai, dan keyakinan kepada generasi berikutnya; (2) sistem sosial yang mengandung unsur perilaku, nilai, dan informasi (meme) yang akan dilestarikan; (3) individu, sebagai satu kesatuan yang membawa transformasi ke dalam ranah sosial dan budaya. Perlu disadari bahwa unsur kreativitas merupakan produk interaksi individu, sistem sosial dan budaya yang muncul sebagai fenomena yang kompleks, tidak hanya digambarkan dalam perspektif individualistis. Pembahasan tentang budaya erat kaitannya dengan berbagai variabel dan keragaman sosial. Sikap bijaksana tidak menyederhanakan konsep budaya dalam kehidupan masyarakat. Dalam perspektif tertentu, aspek budaya dapat diartikan sebagai cara hidup seseorang atau sekelompok orang (McLeod, 2013: 287-288). Budaya dapat dipahami sebagai pola makna yang tertanam dalam simbol dan diwariskan secara historis, sebagai sistem konsepsi yang diwariskan yang diekspresikan dalam bentuk simbolik dan digunakan untuk berkomunikasi, bertahan, dan mengembangkan pengetahuan tentang kehidupan dan sikap terhadap kehidupan.

Lebih lanjut ditegaskan bahwa budaya merupakan gabungan dari semua tradisi dan nilai, kepercayaan, perilaku, kebiasaan dan aturan serta kekuatan ekonomi, politik dan teknologi yang beroperasi dalam suatu kelompok tertentu pada waktu tertentu di tempat tertentu (Ludwig, 1992). Masyarakat NTT yang hidup di suatu daerah tertentu yang memiliki kekuatan sumber daya alam dan sumber daya manusia berperan penting dalam mendorong munculnya kreativitas. Sebagai salah satu faktor eksternal yang secara fundamental akan mempengaruhi kreativitas adalah pendidikan dan pembelajaran. Pendidikan dan pembelajaran memainkan peran mendasar dalam membentuk lingkungan yang kreatif. Budaya memiliki kemampuan untuk merangsang imajinasi dan kreativitas masyarakat. Kreativitas dalam belajar diwujudkan dengan menumbuhkan keluwesan, keterbukaan terhadap sesuatu

yang baru, kemampuan beradaptasi, dan keberanian menghadapi risiko. Imajinasi, pemikiran divergen dan intuisi perlu dipertimbangkan sebagai karakteristik penting pendidikan. (A. Cropley & Cropley, 2011; A. J. Cropley, 1997; Direktorat Jenderal Pendidikan dan Kebudayaan, 2009).

Pelestarian budaya yang dilakukan secara turun temurun harus dijaga agar pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia tidak punah. Warisan seni menganyam dari nenek moyang hingga anak cucu kita saat ini dapat dihentikan jika tidak ada proses penyatuan dan revitalisasi handcraft anyaman. Proses pewarisan artefak budaya tak benda berupa anyaman dapat terhambat jika melihat minat generasi muda yang tidak tertarik untuk belajar mengayam. Dengan kekayaan alam dan keindahannya yang luar biasa, Pulau Nusa Tenggara Timur berpotensi menjadi kawasan wisata berbasis alam dan budaya. Kegiatan menganyam dapat dipelajari dan dilakukan secara turun temurun.

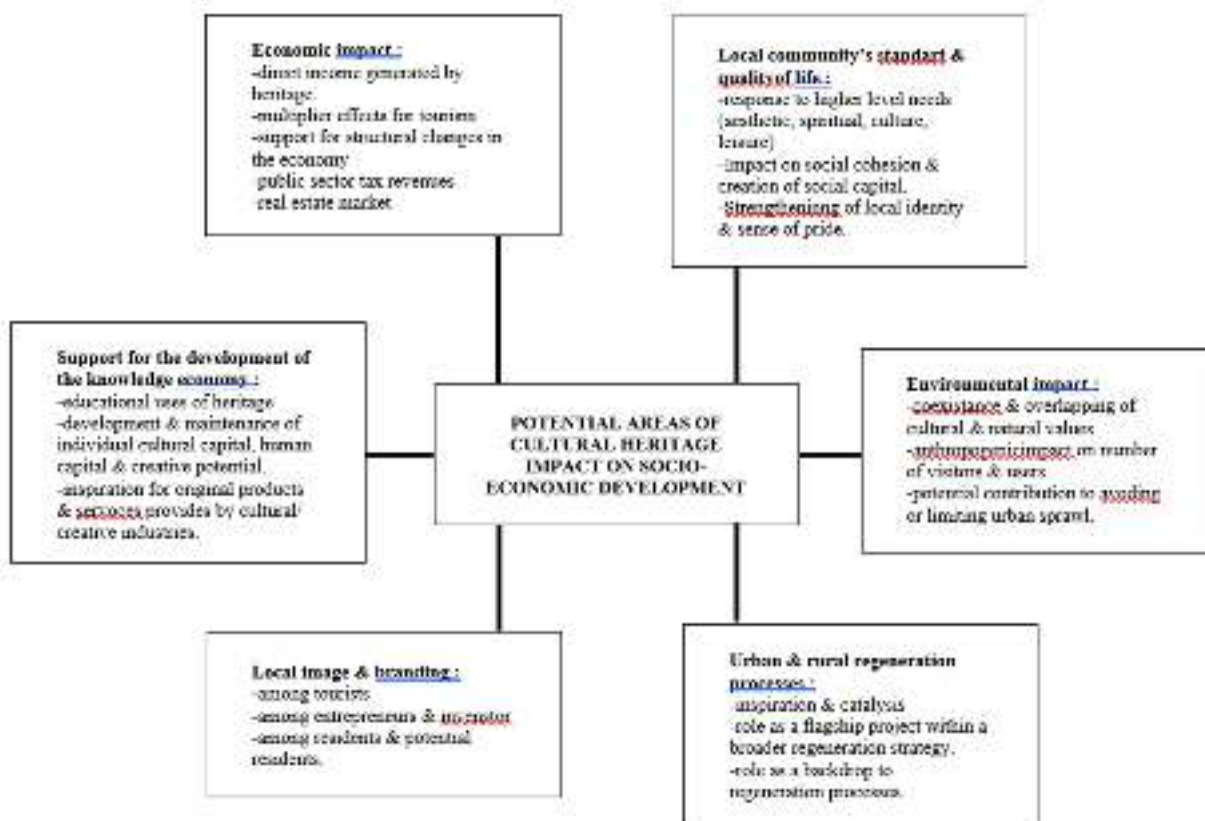


Gambar 1. Ragam produk kreatif yang berbasis kepada kearifan budaya local masyarakat NTT.  
[Sumber: <https://duanyam.com/>]

Gambar di atas memberikan informasi tentang kegiatan masyarakat NTT khususnya ibu-ibu yang melakukan pembuatan produk anyaman dari batang daun lontar dengan beberapa komunitas yang sudah terbentuk dari masing-masing daerah. Hasil karyanya berupa produk sederhana yang menunjukkan aspek fungsional dan kualitas yang baik dalam konstruksi jenis anyaman daun lontar dan bagi wisatawan produk ini merupakan produk kreatif yang sangat menarik untuk melengkapi kebutuhan fungsional dan gaya hidup. Produk anyaman sering diproduksi dalam bentuk keranjang, tas kecil, topi, keranjang, dompet dan hiasan dinding.

Dampak dari warisan budaya daerah ini dapat menjadi destinasi wisata budaya takbenda dan secara khusus akan bergulir ke aspek ekonomi kreatif yang dilakukan secara dinamis melalui pendampingan komunitas kreatif dan pemerintah daerah yang dapat meningkatkan daya tarik wilayah untuk menumbuhkan kekayaan budaya dan investasi. Pada saat yang sama, peran budaya dalam memacu inovasi dan mendukung kesejahteraan, kesehatan, pembelajaran sepanjang hayat dan penciptaan modal sosial semakin kuat dalam bentuk branding berbasis ekonomi kreatif.

Potensi kearifan budaya lokal yang berdampak pada pembangunan sosial ekonomi :



Gambar 2. Analisa potensi kearifan budaya lokal.  
[Sumber : data pribadi]

Dengan misi pemberdayaan ekonomi dan peningkatan kesehatan bagi perempuan di pedesaan di seluruh Indonesia, brand Du Anyam dibangun di atas nilai-nilai pendirinya yang diwujudkan dalam tiga pilar: Memberdayakan Perempuan, Memajukan Budaya, dan Meningkatkan Kesejahteraan. Budaya masyarakat dalam melakukan kerajinan anyam bukan merupakan kegiatan budaya yang tidak bisa dianggap inferior, melainkan merupakan aset kekayaan budaya yang tidak dikaji dari unsur materilnya saja, melainkan karena kerajinan menganyam merupakan ekosistem budaya yang harus dilestarikan. Selain itu juga merupakan warisan budaya tak benda, menganyam juga dapat menjadi penggerak perekonomian masyarakat. Sejak diperkenalkannya budaya menganyam yang menggunakan pelepah daun lontar, produk anyaman menjadi lebih bernilai ekonomis dan dapat membantu perekonomian masyarakat. Selain itu, dengan adanya komunitas Unit Kegiatan Masyarakat (UKM), proses kegiatan menganyam diharapkan menjadi salah satu atraksi budaya masyarakat yang dapat menarik perhatian wisatawan lokal maupun mancanegara.

Selain itu juga dapat menjadi kegiatan workshop yang dilakukan oleh para penganyam di Nusa Tenggara Timur agar kegiatan ini lebih dikenal masyarakat luas. Produk anyaman berbasis kearifan lokal ini mulai ditata oleh masyarakat. Salah satu bentuk arahan dari masyarakat adalah membantu mereka dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi para penganyam sekaligus untuk menambah nilai khas daerah Nusa Tenggara Timur itu sendiri. Dengan proses menganyam kearifan lokal ini, masyarakat bisa memanfaatkannya untuk memperluas jaringan mereka. tidak hanya dari Indonesia tetapi juga dari luar negeri. Bahkan kerajinan tangan dari anyaman daun lontar ini pernah digunakan oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, saat berkunjung ke Nusa Tenggara Timur.

Ada rasa kebanggaan dari masyarakat Nusa Tenggara Timur karena hasil kegiatan budaya dari menganyam sering diikutsertakan dalam beberapa acara seremonial di pemerintahan. Sebuah produk anyaman batang daun lontar akan menjadi kebanggaan tersendiri bagi mereka yang berasal dari pulau Nusa Tenggara Timur dan bisa naik ke kancah nasional dan internasional. Kebanggaan masyarakat Nusa Tenggara Timur dalam memperkenalkan nilai-nilai budaya melalui sebuah karya yang dapat dinikmati masyarakat tentunya mengandung nilai dan kualitas yang sangat tinggi karena setiap jengkal anyaman dibuat secara manual, bahkan pewarna yang digunakan adalah pewarna alami. Motif yang menjadi ciri khas anyaman pelepah daun lontar ini berasal dari kreativitas ibu-ibu itu sendiri. Pengembangan dan

pelestarian budaya menganyam, meski masih dalam tahap percontohan, terus dilakukan oleh warga sekitar, khususnya penganyam pemula. Anyaman tradisional berasal dari nenek moyang yang diturunkan dari generasi ke generasi yang juga merupakan tradisi. Tujuan dari para penganyam ini adalah untuk melestarikan budaya, mereka juga mencari mata pencaharian dan peningkatan ekonomi dari menganyam. Kolaborasi antara penganyam dan desainer lokal untuk menciptakan desain produk anyaman berbasis kearifan budaya lokal sudah mulai terjalin dengan baik. Hal ini dapat bermanfaat dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di daerah Nusa Tenggara Timur dan desainer pada khususnya.

#### **4. SIMPULAN**

Penjelasan berdasarkan aspek perilaku & budaya manusia memastikan bahwa peluang yang akan terjadi dalam komunitas tersebut dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Proses pewarisan dan pelestarian ekosistem budaya anyaman tradisional di pulau NTT sudah mulai menunjukkan proses pendampingan masyarakat dari pihak swasta. Namun karena sistem pewarisan budaya anyaman tradisional belum mampu berjalan secara turun-temurun secara sistemik dan berkelanjutan, maka hanya sekelompok ibu-ibu tertentu saja yang mau belajar mengayam dan mewarisi budaya anyaman tradisional di NTT. Peran pemerintah perlu dimaksimalkan untuk membantu masyarakat penganyam agar mampu berkembang dan berkelanjutan serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan wisata budaya.

2. Proses anyaman tradisional di NTT belum terkelola dengan baik walaupun sudah ada masyarakat yang menginisiasi pendirian sentra wisata anyaman dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi industri pariwisata berbasis budaya di NTT. Proses produksi anyaman tradisional yang semata-mata untuk memenuhi permintaan pembeli atau tauke tidak dijadikan sebagai daya tarik wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan nasional maupun internasional, untuk melengkapi wisata alam daerah NTT.

3. Diperlukan pembangunan yang lebih baik dan berkelanjutan dari berbagai pihak yang peduli dengan pelestarian anyaman tradisional di NTT, sehingga dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar. Selain itu, diperlukan campur tangan pemerintah daerah untuk memfasilitasi pendirian sanggar budaya anyaman tradisional di NTT agar kelestarian warisan budaya leluhur ini dapat terjaga.

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan telah menyelesaikan penulisan ini, kami mengucapkan terima kasih atas bantuan manajemen Duanyam yang telah membantu dalam menyediakan waktu untuk melakukan audiensi dalam merekap data dan informasi yang diharapkan hasilnya dapat bermanfaat untuk masyarakat. Dan juga untuk rekan Dosen Desain Interior yang telah mendukung proses penulisan ini dan hasilnya dapat memberikan tambahan informasi dalam proses edukasi di bidang ekonomi kreatif.

#### **6. DAFTAR PUSTAKA**

Atmosudiro, Sumijati, D.S. Nugrahani, Chr. Wisma Nugraha Rich., Sektiadi, aqw234 .(2003). Cultural Tourism Model Based On Weaving In Lombok. Gadjah Mada University, Departement of Anthropology.

Buttler, Richar W., 1997. "The Destination Life Cycle: Implication for Heritage Site Management and Attractivity". Dalam Wiendu Nuryanti (ed.), 1997. Tourism and Heritage Management. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hlm 44-53.

Cavallaro, Dani (2001) Critical and Cultural Theory. London: The Athlone Press.

Cropley, A., & Cropley, D. (2011). Creativity and Lawbreaking. Creativity Research Journal, 23(4), 313-320.

Csikszentmihalyi, M. (1999). 16 Implications of a Systems Perspective for the Study of Creativity. Handbook of creativity, 313.

Fletcher, John, 1997. "Heritage Tourism: Enhancing the Net Benefits of Tourism". dlm Wiendu Nuryanti (ed.), *Tourism and Heritage Management*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hlm 134-46.

Ludwig, A. M. (1992). Culture and creativity. *American Journal of Psychotherapy*, 46(3), 454-469.

Murzyn-Kupisz, M. (2012). Cultural, economic and social sustainability of heritage tourism: Issues and challenges. *Economic and Environmental Studies*, 12(2), 113–133

Tambunan Parlindungan. 2010. *Potensi dan Kebijakan Pengembangan Lontar Untuk Menambah Pendapatan Penduduk*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hutan Tanaman. Bogor, Jawa Barat.

## PENERAPAN YOGA SURYA NAMASKAR PADA BUSANA READY TO WEAR DELUXE

Pande Putu Wiweka Ari Dewanti, S.Tr.Ds., M.Sn<sup>1</sup>, Vita Wulansari, S.Tr.Ds., M.Sn<sup>2</sup>,  
Made Dwi Cahya Laksmi<sup>3</sup>, I Gede Jaya Putra, S.Sn., M.Sn<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Institut Desain dan Bisnis Bali, Desain Mode,  
Jln. Tukad Batanghari No. 29 Panjer, Denpasar, Indonesia

e-mail: [wiwekaari@std-bali.ac.id](mailto:wiwekaari@std-bali.ac.id)<sup>1</sup>, [Vitawulans@gmail.com](mailto:Vitawulans@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[amilaksmi99@gmail.com](mailto:amilaksmi99@gmail.com)<sup>3</sup>, [igedejayaputra@gmail.com](mailto:igedejayaputra@gmail.com)<sup>4</sup>

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

### ABSTRACT

*This article discusses the sun salutation's attire of 12 yoga movements that make up a major part of the training process and the awareness of self - awareness. The 12 yoga movements have distinct symbols, signs, and gestures that suggest a meaning. Awareness of yoga has become one new trend in society since the covid pandemic 19. The consciousness had emerged in areas of Bali, such as the city park, the campus including the village indigenous. Based on the observations in the field with the customary seoil village as its domain of observation, it was found a spirit positive interest of the people in getting busy and taking yoga. The creation of the work focuses on the 12 yoga movements that is Pranamasana, Hasta Uttanasana, Padahastasana, Ashwa Sanchalanasana, Parvatasana, Ashtanga Namaskara, Bhujangasana, Parvatasana, Ashwa Sanchalanasana, Padahastasana, Hasta Uttanasana, Pranamasana Implies a meaningful expression of gratitude to the creator and the process of understanding and tolerance of others. The creation of the work employed Alma m Hawkins theory with the use of the three steps: exploration, experimentation and forming. The material creation of ready to wear deluxe clothing with printing symbols and orange harnessing of energy and positive spirits. The purpose of the creation of works to voice and help raise awareness of the importance of exercise, especially yoga and reexamine the significance of the 12 yoga movements.*

**Keyword:** Fashion, Ready to Wear Deluxe, Sun Salutation, Yoga

### ABSTRAK

Artikel ini membahas tentang busana yang terinspirasi dari *Sun Salutation* yaitu 12 gerakan yoga yang menjadi bagian penting dalam proses pelatihan dan penyadaran diri. Dalam 12 gerakan yoga tersebut memiliki simbol, tanda, dan *gesture* tersendiri yang menyiratkan sebuah makna. Kesadaran akan yoga menjadi satu tren baru di kalangan masyarakat semenjak pandemi covid 19. Kesadaran itu muncul diberbagai wilayah di Bali, seperti taman kota, kampus termasuk Desa adat. Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan dengan Desa adat Seminyak sebagai ranah observasinya, ditemukan spirit positive minat masyarakat dalam memaknai dan melakoni yoga. Penciptaan karya berfokus pada 12 gerakan yoga yakni *Pranamasana, Hasta Uttanasana, Padahastasana, Ashwa Sanchalanasana, Parvatasana, Ashtanga Namaskara, Bhujangasana, Parvatasana, Ashwa Sanchalanasana, Padahastasana, Hasta Uttanasana, Pranamasana* yang menyiratkan makna tentang ungkapan puji syukur pada pencipta serta proses pemahaman dan toleransi sesama. Penciptaan karya menggunakan teori Alma M Hawkins dengan menggunakan tiga langkah yaitu : eksplorasi, eksperimentasi dan forming. Hasil penciptaan berwujud karya busana *Ready to Wear Deluxe* dengan memunculkan simbol-simbol yang di dukung dengan teknik printing serta pemanfaatan warna *orange* yang menunjukkan energi dan spirit positif. Tujuan penciptaan karya untuk menyuarakan dan turut menumbuhkan kesadaran akan

pentingnya berolah raga, terutama yoga serta mengkaji kembali makna-makna yang tersirat dalam 12 gerakan yoga.

**Kata Kunci:** *Busana, Ready to Wear Deluxe, Sun Salutation, Yoga*

## 1. PENDAHULUAN

Olahraga merupakan salah satu aktivitas fisik yang dapat meningkatkan stamina tubuh manusia. Selain bermanfaat untuk meningkatkan stamina tubuh, dengan melakukan olahraga secara teratur badan akan lebih segar dan sehat. Melakukan olahraga seharusnya merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan manusia dari berbagai umur, untuk memperoleh tubuh yang sehat dan segar. Dengan melakukan gerakan secara rutin akan membantu fungsi organ-organ tubuh berjalan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Selain dapat membuat badan sehat dan berstamina, melakukan olahraga secara teratur juga dapat membentuk tubuh menjadi lebih ideal atau proporsional. Berolahraga dilakukan untuk dapat bergerak menghasilkan badan yang sehat asalkan disesuaikan dengan kebutuhan badan baik berupa olahraga kardiovaskular (kardio) ataupun olahraga angkat beban (*weightlifting*). Aktifitas fisik yang teratur dapat membantu mengurangi resiko terhadap beberapa penyakit dan meningkatkan kondisi kesehatan serta kualitas hidup secara keseluruhan [1]. Berbagai macam jenis olahraga yang dapat digeluti baik yang dilakukan di luar ruangan maupun di dalam ruangan atau olahraga yang memerlukan tempat khusus maupun olahraga yang dapat dilakukan dimana saja. Belakangan orang lebih sering melakukan olahraga di dalam ruangan terutama olahraga yang dapat juga dilakukan di rumah. Alasan tersebut ada mengingat sejak tahun 2020 hingga 2022 lalu Indonesia secara serentak membatasi kegiatan masyarakatnya diluar rumah akibat covid 19. Sejak saat itu melakukan olahraga di rumah merupakan solusi untuk tetap melakukan aktivitas fisik demi menjaga imunitas. Salah satu olahraga yang sering dilakukan pada saat itu adalah yoga. Yoga merupakan olahraga yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja oleh berbagai usia sehingga cocok menjadi olahraga favorit berbagai kalangan.

Yoga merupakan olahraga tradisional yang telah ada dari jaman India kuno. Kata yoga dalam Bahasa sanskerta disebut "*yu*" yang berarti penyatuan, dimana dalam yoga mengarah pada penyatuan antara atma yaitu diri sendiri dengan brahman yaitu Tuhan Yang Maha Esa. Yoga adalah pendekatan kesehatan yang bertujuan untuk membantu semua komponen tubuh bekerjasama dalam harmoni [2]. Secara umum melakukan gerakan yoga dapat menjadi media dalam menjaga keseimbangan tubuh dan pikiran juga dapat membantu memulihkan keseimbangan yang terganggu. Seiring berjalannya waktu olahraga yoga telah mengalami perkembangan sejak beratus-ratus tahun yang lalu menghasilkan berbagai gerakan, manfaat dan jenis yoga. Terdapat 6 jenis yoga yang ada di dunia saat ini dan masing masing jenis memiliki fungsi dan tingkatan tertentu. 6 jenis yoga tersebut terdiri atas yoga *tahta* yang merupakan yoga teknik dasar, yoga *vinyasa*, yoga *ashtanga*, yoga *bikram*, yoga *iyengar* dan yoga *kundalini*. Dari keenam jenis yoga yang ada di dunia, yoga *ashtanga* merupakan salah satu jenis yoga yang memiliki pola gerak rumit dan berat dimana gerakan dari yoga ini tidak disarankan untuk orang yang memiliki otot dan sendi yang lemah. Bermanfaat untuk menstabilkan badan, memperkuat fisik dan menstabilkan mental secara khusus. Salah satu gerakan yoga ashtanga adalah pola gerak yang disebut *surya namaskar* atau dalam Bahasa Inggris disebut *sun salutation*. *Surya namaskar* merupakan pola gerakan yoga klasik yang dilakukan sebagai bentuk salam terhadap matahari. Terdiri atas 12 gerakan *asanas* yang berkaitan satu sama lain dengan melibatkan seluruh anggota tubuh baik berupa lompatan, peregangan dan gerakan tubuh lainnya. Dengan melakukan gerakan *surya namaskar* selain dapat mengalirkan energi positif ke seluruh tubuh sekaligus juga dapat sebagai olahraga kardiovaskular yang berdampak pada tubuh dan mental.



Gambar 1: Gambar 12 Pola Gerak Surya Namaskar  
[Sumber. Google Image]

Dengan melakukan gerakan yoga *surya namaskar* secara rutin dan benar badan akan mendapatkan manfaat yang baik. Selain berdampak baik untuk fisik secara keseluruhan, melakukan gerakan yoga rumit ini juga berdampak pada kesehatan mental, sehingga pola gerakan yoga ini sebaiknya dapat dilakukan oleh semua orang. Dengan banyaknya manfaat positif ditambah dengan pola gerak yang bervariasi dan indah menjadikan gerakan yoga *surya namaskar* ini menarik untuk didalami, sehingga bisa menjadi sumber inspirasi dalam menghasilkan suatu karya *fashion*. Menghasilkan suatu dalam hal ini merupakan karya *fashion* sangat diperlukan inspirasi yang dapat dijadikan acuan dan batasan dalam menciptakan karya. Mengangkat pola gerak *surya namaskar* yang termasuk dalam jenis yoga *ashtanga* menjadi sumber inspirasi dalam menghasilkan potongan, detail, tekstur, warna, dan bentuk ke dalam busana *ready to wear delux*. Busana *ready to wear* merupakan busana atau pakaian yang dapat dikenakan secara langsung tanpa melalui tahap pengukuran badan sebelumnya, dengan kata lain adalah pakaian siap pakai. Busana *ready to wear* memiliki tujuan secara spesifik yang berkaitan dengan pasar yaitu gaya, selera dan kelas ekonomi [3]. Sedangkan *ready to wear delux* merupakan busana siap pakai yang dirancang dengan kuantitas busana yang terbatas dan kualitas yang baik. Busana *ready to wear delux* ini disebut juga rancangan busana yang edisinya terbatas. Ditampilkannya karya *fashion* yang terinspirasi dari pola gerak *surya namaskar* kedalam bentuk busana *ready to wear delux* dikarenakan mempermudah dalam tahapan produksi yang tidak melalui tahapan pengukuran badan orang yang menggunakan. Ukuran busana akan disesuaikan dengan ukuran standar S, M, L dan seterusnya yang berlaku pada badan orang Indonesia. Selain itu adanya kata *delux* membuat desain yang dirancang dapat dikembangkan lebih variatif lagi dengan penggunaan bahan yang dapat lebih diekplor.

## 2. METODE

Dalam melakukan penelitian dan penciptaan *produk ready to wear delux* ini menggunakan 2 metode dalam prosesnya, metode tersebut adalah metode penelitian dan metode penciptaan. mengumpulkan data penelitian tentu saja membutuhkan cara atau metode dalam mengulas suatu objek yang akan diteliti, sama halnya dengan proses mencipta. Dalam menciptakan suatu karya diperlukan metode yang tepat untuk menghasilkan suatu karya yang memiliki landasan yang kuat. Berikut metode dalam penelitian dan penciptaan tersebut:

### 2.1 Metode Penelitian

#### 2.1.1 Observasi

Dalam metode observasi ini menggambarkan bagaimana cara melakukan gerakan *surya namaskar* dan menggambarkan bentuk dari gerakan-gerakan *surya namaskar*. Dengan melakukan sebuah pengamatan secara langsung akan mampu mendeskripsikan tingkah laku dan gerakan dari yoga *surya namaskar* tersebut. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai catatan-catatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran [4]. Dalam

melakukan penelitian gerakan yoga tersebut peneliti ikut langsung dalam melakukan gerakan-gerakan yoga *surya namaskar* sekaligus dapat merasakan manfaat dari melakukan gerakan yoga tersebut. Menggunakan jenis observasi partisipan dalam metode ini diharapkan akan dapat merasakan secara langsung dan mengamati lebih dekat bagaimana gerakan dari yoga *surya namaskar*. Observasi partisipan merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara dekat dengan sekelompok orang/ budaya/ masyarakat beserta kebiasaan mereka dengan melibatkan diri secara intensif [5].

### 2.1.2 Studi pustaka

selain melakukan penelitian dengan metode observasi, pada karya ini juga menggunakan metode studi pustaka sebagai landasan yang lebih akurat untuk menghasilkan sebuah data. Literatur yang digunakan lebih kepada buku-buku yang berkaitan dengan gerakan, manfaat dan jenis yoga. Selain buku yang berkaitan dengan yoga, pada penelitian ini juga menggunakan buku-buku *fashion* untuk menentukan *style*, potongan dan detail yang akan digunakan.

## 2.2 Metode Penciptaan

Dalam menciptakan karya fashion atau produk fashion sangat diperlukan suatu tahapan untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan landasan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Tahapan tersebut mencakup berbagai aspek yang mendukung terciptanya suatu karya fashion atau produk fashion. Tahapan penciptaan yang digunakan pada produk *ready to wear deluxe* yang terinspirasi dari gerakan sun salutation adalah tahapan penciptaan yang diutarakan oleh Alma Hawkins. Tahapan tersebut terdiri atas eksplorasi, improvisasi dan forming, dimana setiap tahapan tersebut memiliki tahapan-tahapan yang jelas dalam menghasilkan suatu karya.

### 2.2.1 Eksplorasi (Penjelajahan)

Tahapan ini merupakan tahapan awal dalam menghasilkan suatu produk. Pada proses eksplorasi pencipta melakukan proses mengagasi, mengumpulkan data hingga menyimpulkan data tersebut menjadi beberapa kata yang disebut dengan *key word*. Eksplorasi juga merupakan proses berfikir, merasakan, berimajinasi dan merespon segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai sumber ide dalam mencipta karya [6].

### 2.2.2 Improvisasi

Pada tahapan improvisasi dilakukan proses meramu data-data yang telah di dapat sebelumnya dan mulai memilih *style*, bentuk, warna dan tekstur yang akan digunakan nantinya. Menggunakan media *story board* berupa rangkaian gambar dalam menterjemahkan apa yang akan dilakukan dalam menghasilkan produk. Menterjemahkan data yang telah didapat sebelumnya dengan berpatokan kepada *key word* yang telah dihasilkan dari proses eksplorasi. Di tahapan ini juga dilakukan berbagai macam percobaan hingga menghasilkan bentuk dan tekstur yang tepat untuk menggambarkan yoga *surya namaskar* tersebut. Karena dalam tahap improvisasi terdapat kebebasan yang baik, sehingga jumlah keterlibatan diri dapat ditingkatkan. Dalam tahap ini memungkinkan untuk melakukan berbagai macam percobaan-percobaan (eksperimen) dengan berbagai seleksi material dan penemuan bentuk-bentuk artistik untuk mencapai integritas dari hasil percobaan yang telah dilakukan [7].

### 2.2.3 Forming (Pembentukan)

Tahapan pembentukan merupakan tahapan akhir dalam proses pembuatan karya *fashion* atau produk *fashion*. Pada tahapan ini data-data yang telah diramu pada proses improvisasi diatas mulai diterjemahkan kedalam bentuk desain utama dan desain turunannya. Membentuk potongan, warna, tekstur dan *style* yang disesuaikan dengan *story board* yang telah dibuat hingga meletakkan detail yang tepat pada bagian-bagian tertentu merupakan salah satu luaran pada tahapan ini. Setelah desain utama dan turunannya terbentuk maka selanjutnya masuk pada tahapan memilih desain yang tepat untuk menggambarkan gerakan *surya namaskar* pada busana yang berjenis *ready to wear deluxe*. Desain yang sudah terpilih nantinya akan memasuki tahapan proses produksi, dimulai dari penentuan bahan, pembuatan pola, perancangan bahan, jahit, finishing dan hingga sampai pada produk *fashion ready to wear deluxe* selesai dan siap untuk digunakan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Tahap Eksplorasi

Tahap ini dimulai dengan pencarian konsep dan kata kunci (*keywords*) yang akan digunakan pada karya. *Sun Salutation Surya Namaskara* adalah konsep yang digunakan. *Sun Salutation* atau *Salute to the Sun* (*Surya Namaskar*: Sanskerta: सूर्यनमस्कार, romanisasi bahasa Sanskerta: *Sūryanamaskāra* ), adalah praktik

dalam yoga sebagai latihan yang menggabungkan urutan aliran dua belas sikap duduk yang terhubung dengan anggun. Urutan sikap duduk pertama kali dicatat sebagai yoga pada awal abad ke-20 meskipun latihan yang serupa telah digunakan di India sebelum itu, misalnya di kalangan pegulat. Urutan dasar melibatkan gerakan dari posisi berdiri ke pose *Downward dog & Upward Dog* dan kemudian kembali ke posisi berdiri, tetapi banyak variasi yang mungkin. Kedua belas sikap duduk didedikasikan untuk dewa Surya. Dalam beberapa tradisi India, posisi masing-masing dikaitkan dengan mantra yang berbeda.

Nama *Surya Namaskar* berasal dari bahasa Sanskerta *Sūrya* (*matahari*) dan *Namaskāra* (salam atau salam). Surya adalah dewa matahari dalam agama Hindu. Ini mengidentifikasi Matahari sebagai jiwa dan sumber semua kehidupan. *Chandra Namaskar* juga dari bahasa Sanskerta *Chandra* (bulan). *Sun Salutation* adalah urutan sekitar dua belas sikap duduk di yoga yang satu sama lain dihubungkan melalui gerakan melompat atau peregangannya dan bervariasi di tiap sekolah. Dalam Iyengar Yoga, urutan dasarnya adalah *Tadasana*, *Urdhva Hastasana*, *Uttanasana*, *Uttanasana* dengan kepala di atas, *Adho Mukha Svanasana*, *Urdhva Mukha Svanasana*, *Chaturanga Dandasana*, dan kemudian membalikkan urutan untuk kembali ke *Tadasana*; pose lain dapat dimasukkan ke dalam urutan. Dari langkah-langkah gerakan tersebut maka dibuat sebuah *mind mapping* untuk mencari *keyword* dalam pembuatan karya:



Gambar 2: Mindmapping Sun Salutation  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

Dari mindmapping tersebut ditemukan beberapa keywords yang akan digunakan pada karya, yaitu:

- *Pranamasana* atau Pose Berdoa
- *Hasta Uttanasana* atau Pose Mengangkat Kedua Tangan
- *Padahastasana* atau Pose Tangan ke Kaki
- *Ashwa Sanchalanasana* atau Pose Berkuda
- *Parvatasana* atau Pose Gunung
- *Ashtanga Namaskara* atau Memberi Salam dengan Delapan Bagian
- *Bhujangasana* atau Pose Kobra
- *Parvatasana* atau Pose Gunung
- *Ashwa Sanchalanasana* atau Pose Berkuda
- *Padahastasana* atau Pose Tangan ke Kaki
- *Hasta Uttanasana* atau Pose Mengangkat Kedua Tangan
- *Pranamasana* atau Pose Berdoa

### 3.2 Tahap Improvisasi

Dalam tahap ini memungkinkan untuk melakukan berbagai macam percobaan-percobaan (*eksperimen*) dengan berbagai seleksi material dan penemuan bentuk-bentuk artistik untuk mencapai integritas dari

hasil percobaan yang telah dilakukan. Tahapan yang dilakukan selanjutnya ialah membuat *mood board*. *Mood board* digunakan untuk mencari beberapa referensi dalam pembuatan desain. Berikut adalah mood board *Sun Salutation*:



Gambar 3: *Mood board* referensi desain *sun salutation*  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

*Moodboard* pertama menyatakan bahwa warna *orange* ialah warna utama yang akan digunakan pada busana *sun salutation*. Selanjutnya, pada *moodboard* kedua yaitu mengenai referensi yang digunakan yakni, referensi *style fashion* yang *chic* dan kasual. Kemudian referensi motif kain yang akan di print sebagai motif utama pada busana. Selanjutnya Referensi *painting symbol Surya Namaskara* sebagai detail pada busana. Lalu palette color yang digunakan pada busana yaitu *orange*, jingga, kuning dan *gold*. Dan yang terakhir, referensi modifikasi pada *stocking* kaki yang akan digunakan pada model.



Gambar 4: *Moodboard Looks Sun Salutation*  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

*Moodboard* ketiga menjelaskan mengenai *make up* yang akan digunakan pada model ketika mengenakan busana *Sun Salutation*, penggunaan *eye shadow* bold dengan warna *orange* kemerahan serta aksent *gold*. Kulit wajah yang *flawless*. Serta penggunaan aksesoris seperti kalung, cincin, dan gelang berwarna *gold*. Terakhir, penggunaan sepatu *vantofel* dan sepatu *boots* bagi pria dan *high heels* dengan *heels* yang tebal atau tipis pada wanita.

Karya *Sun salutation* mengedepankan konsep *sustainable*. *Sustainable fashion* adalah sebuah konsep dan pola pikir yang bertanggung jawab dengan mempertimbangkan dampak lingkungan, sosial, & ekonomi

pada keseluruhan daur hidup pakaian meliputi setiap tahapan siklus yaitu pra produksi, proses produksi, distribusi, dan pasca produksi [8]. Fokus utama dari konsep *sustainable fashion* adalah meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dari operasional bisnis yang dijalankan serta meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan pelaku bisnis dan masyarakat pendukungnya. Sustainable fashion sering kali dikaitkan dengan konsep *slow fashion*. *Slow fashion* mengandung filosofi yang terpusat pada konsep berkelanjutan, etis, dan juga kelestarian lingkungan. *Sustainable Fashion* yang diterapkan ialah *Eco friendly*, menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan yaitu kain linen. Selanjutnya yaitu, *Slow Fashion* mengutamakan kualitas dan harga yang nantinya busana tersebut akan awet digunakan selama bertahun-tahun dengan bahan dan teknis penjahitan yang rapi dan berkualitas. Lalu *Recycle Fashion*, busana ini dapat di daur ulang sehingga tidak akan menghasilkan limbah dan pencemaran.

### 3.3 Tahap Forming

Tahap ini adalah tahap pembentukan yang mana dari gagasan awal itu coba diterapkan dan diterjemahkan di dalam sketsa dan kemudian memilih dari sketsa yang terbaik kemudian diwujudkan, namun dalam hal ini kerap kali melakukan perombakan-perombakan demi pencapaian estetik baik itu dari segi element desain maupun dari sistem penyusunan desain. Berikut adalah sepuluh desain yang telah dibuat:



Gambar 5: Desain Busana Wanita *Sun salutation*  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]



Gambar 6: Desain Busana Pria *Sun Salutation*  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

Dari sepuluh desain tercipta yang terdiri lima desain wanita dan lima desain pria. Maka berikut ialah desain terpilih yaitu satu desain wanita dan satu desain pria.



Gambar 7: Desain Terpilih Busana Laki-Laki dan Perempuan Sun Salutation  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

Setelah desain terpilih langkah selanjutnya adalah membuat pola busana dan menjahit busana serta membuat detail-detail pada busana. Ukuran yang digunakan adalah ukuran pria dengan size *fit to L*, yang mana pria dengan size S, M, L dapat menggunakannya. Size wanita yaitu *fit to M*, di mana wanita yang memiliki size S dan M dapat menggunakannya. Berikut adalah *size chart* pria dan wanita yang digunakan.

MEN BODY SIZE FIT TO-L			WOMEN BODY SIZE FIT TO-M		
No	Nama Ukuran	Ukuran	No	Nama Ukuran	Ukuran
1	Leher Leher	34 cm	1	Leher Leher	34 cm
2	Leher Leher	36 cm	2	Leher Leher	36 cm
3	Leher Leher	38 cm	3	Leher Leher	38 cm
4	Leher Leher	40 cm	4	Leher Leher	40 cm
5	Leher Leher	42 cm	5	Leher Leher	42 cm
6	Leher Leher	44 cm	6	Leher Leher	44 cm
7	Leher Leher	46 cm	7	Leher Leher	46 cm
8	Leher Leher	48 cm	8	Leher Leher	48 cm
9	Leher Leher	50 cm	9	Leher Leher	50 cm
10	Leher Leher	52 cm	10	Leher Leher	52 cm
11	Leher Leher	54 cm	11	Leher Leher	54 cm
12	Leher Leher	56 cm	12	Leher Leher	56 cm
13	Leher Leher	58 cm	13	Leher Leher	58 cm
14	Leher Leher	60 cm	14	Leher Leher	60 cm
15	Leher Leher	62 cm	15	Leher Leher	62 cm
16	Leher Leher	64 cm	16	Leher Leher	64 cm
17	Leher Leher	66 cm	17	Leher Leher	66 cm
18	Leher Leher	68 cm	18	Leher Leher	68 cm
19	Leher Leher	70 cm	19	Leher Leher	70 cm
20	Leher Leher	72 cm	20	Leher Leher	72 cm

Gambar 8: Size Chart pria dan wanita busana Sun Salutation  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

Langkah selanjutnya, ialah membuat pola busana. Metode pembuatan pola busana yang digunakan adalah metode pola busana Dra. Porrie Muliawan. Terdapat dua *piece* pola busana pria, yang pertama pola atasan pria berupa jas dengan beberapa potongan, serta pola obi. Pada busana wanita terdapat pola rompi yang di pecah dengan garis *princess* serta terdapat potongan kerah, dan pecah pola pada pola *bustier*. Tahap selanjutnya setelah pola busana ialah menjahit. Setelah beberapa bagian busana dijahit, busana harus di setrika agar efek jahitan terlihat dan lebih rapi, seperti di bagian kerah dan beberapa lipatan lainnya. Berikut adalah beberapa pola busana pria dan wanita *Sun Salutation* dan proses pengerjaannya:



Gambar 9: Pola busana pria wanita dan teknik pengerjaan *Sun Salutation*  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

### 3.4 WUJUD KARYA

## COUPLE FINAL COLLECTION



Gambar 10: Wujud Karya *Sun Salutation*  
[Sumber. Dokumentasi pribadi]

Dikaji dari aspek ideoplastis, karya ini merupakan hasil pengamatan dan interpretasi tentang gerakan yoga *Surya Namaskara* atau biasa disebut dengan *Sun Salutation*. Karya ini terinspirasi dari dua belas gerakan diantaranya, *Pranamasana*, *Hasta Uttanasana*, *Padahastasana*, *Ashwa Sanchalanasana*, *Parvatasana*, *Ashtanga Namaskara*, *Bhujangasana*, *Parvatasana*, *Ashwa Sanchalanasana*, *Padahastasana*, *Hasta Uttanasana*, dan *Pranamasana*. Ide karya ini berasal dari berbagai gerakan tersebut yang diinterpretasikan dengan siluet, warna, dan potongan pada busana.

Dikaji dari aspek fisioplastis, karya ini divisualkan menggunakan kain linen dengan warna *orange* yang di kombinasikan dengan kain *print* bermotif dua belas gerakan *surya namaskara*. Pada busana pria, pria menggunakan jas dengan lengan puff. Lengan puff dibuat secara bertumbung dengan ukuran lengan

panjang. Pada *body line*, terdapat pecahan busana yaitu kain linen polos dengan kain linen motif di bagian tengah badan serta kerah yang dikombinasi dengan kain motif. Bawahan yang berupa celana pendek di tengah lutut, terdapat pecahan di bagian paha dengan kain motif. Aksesoris tambahan berupa topi atau *bucket hat*. Pada busana wanita, terdapat atasan berupa *vest* yang di kombinasikan antara kain linen polos dengan motif dan *bustier* yang di sambung dengan rok balon dua tumpuk. Aksesoris yang digunakan berupa *bucket hat* dan *stocking* kerut untuk menambah kesan dinamis. Kedua busana tersebut mengusung tema *Art Dramatic* dengan jenis busana *Unisex* dan *casual*. Suit dan *vest* tersebut dapat digunakan oleh pria dan wanita.

#### 4. KESIMPULAN

*Sun Salutations* merupakan dua belas gerakan yang digunakan pada praktik dalam yoga sebagai latihan yang menggabungkan urutan aliran dua belas sikap duduk yang terhubung dengan anggun. Dari dua belas gerakan tersebut, muncul berbagai gagasan untuk menciptakan busana dengan konsep *Sun Salutation*. Busana yang akan diciptakan ialah busana *ready to wear deluxe* dengan satu set busana Wanita dan satu set busana pria. Metode penciptaan yang digunakan adalah metode Alma M Hawkins. Tahapan penciptaan mulai dari menggali ide dari konsep dengan *mind mapping*, mencari keywords, membuat mood board, desain-desain yang akan digunakan, serta desain terpilih. Desain terpilih akan diwujudkan dengan konsep *sustainable fashion*. *Sustainable fashion* meliputi *Eco friendly*, menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan yaitu kain linen. Selanjutnya yaitu, *Slow Fashion* mengutamakan kualitas dan harga yang nantinya busana tersebut akan awet digunakan selama bertahun-tahun dengan bahan dan teknis penjahitan yang rapi dan berkualitas. Lalu *Recycle Fashion*, busana ini dapat di daur ulang sehingga tidak akan menghasilkan limbah dan pencemaran. Ukuran busana yang digunakan adalah ukuran fit M pada wanita dan fit L pada pria. Pembuatan pola busana menggunakan metode dari Dra. Porrie Muliawan terdiri dari suit dan celana dengan ukuran diatas lutut pada pria dan bustier serta rok balon bertumpuk pada wanita. Wujud karya dikaji menggunakan aspek ideoplastis dan fisioplastis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Paiman. *Pendidikan Jasmani, Olahraga dan Kesehatan untuk SMP/MTs Kelas IX*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021, hlm.369
- [2] I G. M. Widya Sena, dkk. *Yoga*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022, hlm.1
- [3] Ilyasari, Nur Laila Indra Sapitra Wahyu, dkk. *Zemudens, Cipta Busana Inception Trend Fashion 2022*. Jember: Cerdas Ulet Kreatif, 2022, hlm.2
- [4] Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* Jakarta: Rineka Cipta, 2011, hlm.104.
- [5] Humas.fku. "Observasi atau Observasi Partisipasi dalam Penelitian". Internet: <https://fkkmk.ugm.ac.id/observasi-atau-observasi-partisipasi-dalam-penelitian/#:~:text=%E2%80%9Cobservasi%20partisipasi%20adalah%20salah%20satu,yang%20panjang%20untuk%20mendapatkan%20pemahaman,> 21 Juni 2021 [14 februari 2023]
- [6] R. Widyanto, I W. D. Putra, N. M. D. Tarazani, N. K. A. Mariastuti. "Penciptaan Tari Modern "Raga Kuantum" dalam Virtual". Internet <http://sedesa.sastra.um.ac.id/wp-content/uploads/2021/04/PSTM2020-4.pdf>. 27 April 2021 [14 februari 2023]
- [7] I G. J. Putra. "Fictive Dream; Menafsir Mimpi, Menggali Realitas Dalam Penciptaan Seni". *Senada*, vol.1, pp. 240-254. 2018
- [8] Wikipedia. "Sun Salutation". Internet: [https://id.wikipedia.org/wiki/Sun\\_Salutation](https://id.wikipedia.org/wiki/Sun_Salutation) [diakses pada 01 Februari 2023, pk 15.00 wita]
- [9] D. M. W. Githapradana. "Penerapan Teknik Upcycling Limbah Fashion Pada Desain Tas Multifungsi". 2020

## ANALISIS KARAKTER DAN CERITA WEBTOON BERJUDUL “YOUR LETTER”

I Gede Yudha Pratama<sup>1</sup>, I Gusti Agung Istri Intan Krisnaswari<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: [yudha.pratama@idbbali.ac.id](mailto:yudha.pratama@idbbali.ac.id)<sup>1</sup>, [intankrisnaswari35@gmail.com](mailto:intankrisnaswari35@gmail.com)<sup>2</sup>

Received : Februari, 2023

Accepted : March, 2023

Published : March, 2023

### ABSTRACT

*This study aims to determine the deepening of the characters and moral messages that can be obtained from the webtoon entitled "Your Letter" by Hyeon A Cho. In addition, some intrinsic elements will also be explained such as the theme, characters, characterizations, plot, setting, and point of view of the "Your Letter" webtoon. Although this webtoon has a school theme, this webtoon is also included a little fantasy theme where there are several scenes that show that element of magic is exist in this webtoon world. In this study, it is explained how the author of this webtoon describes the bullying that occurs among students and the main character's determination to overcome it. In addition, it also explains the character development and friendship that occurs between the characters in this webtoon. The research method used is a qualitative research method which will explain the deepening of characters traits and the moral values in this Webtoon.*

**Keywords:** Webtoon, Comic, Characters, Plot, Artstyle

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendalaman karakter dan pesan moral yang bisa didapatkan dari webtoon berjudul "Your Letter" karya Hyeon A Cho. Selain itu, akan dijelaskan juga beberapa unsur intrinsic seperti tema, tokoh, penokohan, alur cerita, latar, dan sudut pandang dari webtoon "Your Letter". Meskipun webtoon ini memiliki tema anak sekolah, namun webtoon ini juga dibumbui sedikit tema fantasi dimana terdapat beberapa adegan yang menunjukkan bahwa adanya unsur sihir di dunia webtoon ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dimana akan dijelaskan pendalaman sifat karakter dan nilai-nilai moral didalamnya. Di dalam penelitian ini, dijelaskan bagaimana penulis webtoon ini menggambarkan penindasan yang terjadi di kalangan pelajar dan tekad karakter utama untuk mengatasinya. Selain itu, dijelaskan juga perkembangan karakter dan persahabatan diantara karakter-karakter di webtoon ini.*

**Kata Kunci:** Webtoon, Komik, Karakter, Plot, Gaya gambar

### 1. PENDAHULUAN

Karya seni 2 dimensi merupakan karya seni yang memiliki dua sisi yaitu panjang dan lebar. Karya seni 2 dimensi hanya dapat dilihat atau dinikmati dari satu sudut pandang. Beberapa jenis karya seni 2 dimensi yang biasa kita temui contohnya seperti gambar, sketsa, fotografi, animasi, dan komik. Komik adalah cerita yang dilukiskan dengan gambar dan berfungsi untuk menghibur pembaca. Nana Sudjana & Ahmad Rivai (2002: 64) mendefinisikan komik sebagai bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan memerankan suatu cerita dalam urutan yang erat dihubungkan dengan gambar dan dirancang untuk memberikan hiburan kepada para pembacanya [1]. Di beberapa negara, penyebutan komik berbeda-beda. Manga adalah sebutan untuk komik yang berasal dari Jepang, Manhwa sebutan komik dari Korea Selatan, sedangkan Manhua sebutan komik dari China. Saat ini media komik terbagi menjadi dua yaitu komik buku dan komik online. Komik buku adalah komik yang berbentuk buku dan bisa kita baca secara fisik. Sedangkan komik online adalah komik berbentuk digital yang dipublikasikan secara online dan bisa kita baca dengan cara mengakses internet. Salah satu jenis komik online adalah webtoon [1].

Webtoon adalah aplikasi mobile yang dikeluarkan oleh perusahaan Naver yang berasal dari Korea Selatan. Webtoon pertama kali didirikan oleh Kim Jun Koo pada tahun 2004. Kim Jun Koo merupakan orang yang gemar membaca komik Jepang sejak kecil, karena itu ia ingin Korea Selatan memiliki akses untuk membaca komiknya sendiri. Meskipun begitu, Webtoon baru resmi diluncurkan pada tahun 2014 melalui aplikasi Line. Baru pada tahun 2019 Line Webtoon berubah menjadi Webtoon secara mandiri. Fenomena munculnya webtoon cukup membuat gempar [2]. Perubahan apapun dapat terjadi disaat pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, yang membuat semua hal termasuk budaya harus mampu berdampingan dengan teknologi [3]. Pasalnya, saat itu belum ada platform komik digital yang memiliki akses semudah Webtoon. 2 tahun sejak Webtoon dirilis di Indonesia, Webtoon sudah berhasil mendapat 6 juta pengguna aktif Webtoon dan 58 komikus lokal yang membuat komik di Webtoon. Setiap harinya, episode baru Webtoon Indonesia terbit pada jam 22.00 WIB dengan judul yang berbeda di setiap genrenya. Webtoon menjadi salah satu aplikasi komik digital yang terdiri dari banyak bagian genre serta berisi kumpulan gambar bercerita (komik) yang dipublikasikan secara online dan paling populer saat ini, dengan banyak cerita pada setiap episodenya [4].

Selain di Indonesia, Webtoon juga hadir di berbagai negara dengan beberapa bahasa seperti Bahasa Inggris, Korea, Thailand, China, Spanyol, Prancis dan Jerman. Di Webtoon juga disediakan platform bernama "Webtoon Canvas" dimana semua orang bisa mengunggah komik buatan mereka disana. Jika pihak official Webtoon tertarik dengan komik yang kita unggah dan komik kita memenuhi syarat yang ditentukan, kita akan ditawarkan untuk menjadi kreator official Webtoon dan komik kita akan diterbitkan tiap minggu. Dalam hal ini kreativitas dalam kehidupan manusia selalu dapat memberikan suatu perubahan yang dinamis. Setiap manusia dilahirkan dengan memiliki potensi kreatif. Namun, terkadang ada individu yang kreatif dan ada yang tidak kreatif, hal ini lebih disebabkan oleh adanya individu yang mengembangkan kreativitasnya dan ada yang tidak sama sekali [5].

Pemilihan Webtoon berjudul "Your Letter" karya Hyeon A Cho ini didasarkan dari ceritanya yang menarik, style gambarnya yang indah, dan penyampaian sifat karakter-karakternya yang dibuat dengan sangat baik. Webtoon ini dikemas dengan singkat yaitu dengan 10 episode saja, berbeda dengan sebagian besar series webtoon lainnya yang bisa mencapai 50 bahkan sampai ratusan episode. Namun, meskipun hanya berisi 10 episode, "Your Letter" mampu memikat dan membekas di hati pembaca setelah membacanya. Saat series ini masih rilis dan on-going pada tahun 2018 lalu, webtoon ini juga sempat mendapat rating tertinggi di Korea. Objek penelitian dari Webtoon "Your Letter" ini diantaranya observasi terhadap ceritanya, pendalaman karakter-karakter utama yang terlibat, unsur intrinsik didalamnya, dan pesan moral yang bisa didapat dari webtoon ini.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data ilmiah yang digunakan untuk dianalisis dengan tujuan tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan melihat secara langsung peristiwa dari lingkup sosial masyarakat dalam bentuk yang penuh makna, kompleks dan juga dinamis [6]. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif yang memiliki tujuan dalam mendapatkan data yang acak dan berserakan, kemudian selanjutnya akan disusun kembali atau dikonstruksikan dalam suatu konsep yang memiliki makna dan mudah dipahami [6]. metode penelitian yang digunakan diantaranya:

### **1. Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kejadian, perilaku, objek yang dilihat, serta hal lain yang diperlukan guna mendukung penelitian yang sedang dilakukan [7]. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi terhadap cerita dan karakter didalam webtoon ini. Episode 1 dari "Your Letter" dimulai dari adegan penindasan terhadap karakter utama. Disini pembaca dituntun untuk berpikir bahwa episode seterusnya akan membahas mengenai penindasan dan bagaimana cara karakter dalam mencegah penindasan. Namun, cerita sebenarnya berputar di perkembangan sifat karakter dan hubungan antar karakter. Begitu pula dilihat dengan sisi psikologis, karakter utama mengalami perkembangan drastis dari episode pertama sampai episode terakhir.

## 2. Wawancara

Metode wawancara metode yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh jawaban berdasarkan persepsi orang yang diteliti, bukan persepsi penulis [7]. Metode penelitian dalam bentuk wawancara dilakukan penulis terhadap 3 audien yang sudah membaca Webtoon "Your Letter". Wawancara dilakukan untuk mengetahui pendalaman cerita dan karakter yang ada didalam webtoon "Your Letter". Dari segi cerita, semua audien mengatakan bahwa cerita dalam webtoon ini sederhana namun menarik. Tidak banyak webtoon yang memiliki cerita seperti ini. Sedangkan dari segi karakter, Hoyon Jung menjadi karakter yang paling disukai diantara 3 audien. Alasannya adalah karena Hoyon Jung merupakan karakter yang membantu 2 karakter utama yaitu Sori Lee dan Dongsun Park tumbuh dan berkembang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis terhadap Webtoon "Your Letter". Analisis dilakukan secara deskriptif. Dalam penelitian ini akan membahas analisis dari cerita, unsur intrinsik komik, dan pendalaman karakter.

### 1. Cerita dalam Webtoon "Your Letter"

Sori Lee adalah seorang gadis SMA yang tinggal bersama neneknya dan bersekolah di SMA Swasta. Sori adalah murid dengan kehidupan yang biasa saja sampai suatu hari, dia menolong teman sekelasnya yang ditindas bernama Jimin Kim. Namun, karena dia menolong Jimin, Sori juga ikut ditindas bersamanya. Kemudian, saat libur musim panas, Jimin menelpon Sori dan mengabarkan bahwa dia akan pindah sekolah. Sori yang merasa takut akan ditindas sendiri akhirnya juga memutuskan untuk pindah ke rumah ayahnya dan bersekolah di SMA Negeri disana. Di sekolah barunya, Sori yang merasa masih trauma dengan penindasan di sekolah lamanya menjadi anak yang pendiam. Bahkan ia dianggap sombong dengan teman sekelasnya yang baru karena dia dulunya anak SMA Swasta.

Suatu hari, Sori menemukan surat misterius yang tidak diketahui siapa penulisnya dibawah meja kelasnya. Didalamnya berisi petunjuk peta sekolah, sketsa dan nama dari anak-anak kelasnya, dan deskripsi mengenai guru-guru sekolah. Di akhir surat juga dilampirkan petunjuk surat kedua. Disitulah Sori sadar bahwa ada surat selanjutnya. Ia segera mengikuti petunjuk yang mengarahkannya ke surat kedua. Surat kedua ada di perpustakaan, tepatnya didalam buku perpustakaan. Dalam buku itu tertulis nama "Hoyon Jung" dan dari situlah Sori mengetahui nama penulis surat itu.

Dalam perjalanan mencari surat ketiga, Sori bertemu dengan seorang laki-laki yang sedang bermain panah di atap sekolah. Ternyata surat ketiga ada di atap sekolah. Kemudian, surat keempat ada di kebun sekolah dimana dia berkenalan dengan ibu satpam sekolah yang baik hati bernama Suni Kim. Ibu Suni Kim memberitahu Sori bahwa Hoyon sering ke tempat ini. Surat kelima ada di kandang kelinci, tempat dimana ia bertemu dengan anak laki-laki yang sebelumnya bermain panah bernama Dongsun Park.

Semakin lama, Sori semakin dekat dengan teman sekelasnya berkat bantuan surat Hoyon yang berisi informasi mengenai sekolah dan teman-teman sekelas. Lokasi surat keenam membuat Sori bertemu kembali dengan Dongsun. Surat keenam berada di tempat rahasia Dongsun dan Hoyon Jung. Sori berasumsi bahwa Dongsun dan Hoyon berteman, namun Dongsun menyangkal bahwa mereka bukan teman. Hal itu membuat Sori sedikit bingung.

Kemudian, Dongsun menceritakan masa lalunya kepada Sori. Bagaimana Dongsun bertemu dengan Hoyon setahun yang lalu. Saat itu, Dongsun mempunyai masalah dengan orang bernama Seungkyu dan mereka sempat bertengkar. Seungkyu melakukan tindakan keji dimana ia membakar hutan dekat sekolah, saat murid-murid sedang berkemah di hutan. Dongsun yang mengetahui hal itu, marah besar dan mulai melawan Seungkyu yang menghasilkan pertengkarannya diantara mereka.

Setelah bertengkar, Dongsun yang terluka akibat pukulan Seungkyu menenangkan diri di hutan dekat sekolah dan disitulah Hoyon menemukannya. Hoyon mengajak Dongsun untuk makan bersama dan mengobati lukanya. Sejak itulah mereka semakin dekat dan mulai sering menghabiskan waktu bersama. Namun, saat kenaikan kelas, Hoyon mendadak pindah ke kota lain dan menghilang tanpa memberitahu Dongsun. Itulah yang membuat Dongsun marah.

Sejak itu, Sori dan Dongsun memutuskan untuk mencari surat Hoyon yang selanjutnya bersama-sama. Surat ketujuh berada di bawah kolam sekolah. Namun karena surat itu basah, jadi tidak terbaca. Disinilah Ibu Suni Kim memakai sihir untuk membantu mereka memperbaiki surat itu.

Surat kedelapan sedikit susah didapatkan. Alih-alih menemukan suratnya, mereka malah menemukan kertas soal ujian yang diadakan minggu depan di tungku pembakar. Ternyata, itu adalah milik Seungkyu yang ingin berbuat curang saat ujian. Surat Hoyon ada di tangan Seungkyu dan ia meminta pertukaran dari Sori dan Dongsun agar soal ujian dan surat Hoyon ditukar. Namun, Sori tidak mau menukarnya dan Seungkyu mengancam untuk membakar suratnya. Kemudian, surat kedelapan berakhir terbakar dan Seungkyu dikeluarkan dari sekolah karena kebocoran soal ujian yang dilaporkan Sori. Di saat yang bersamaan, Sori jatuh sakit dan dirawat di rumah sakit.

Beruntung, Dongsun mampu berpikir cepat dan berhasil menemukan surat kesembilan yang berada di hutan tempat pertama kali Dongsun dan Hoyon bertemu. Dalam surat kesembilan itulah Dongsun baru mengetahui bahwa Hoyon pindah karena harus operasi penyakitnya sejak kecil. Ia buru-buru memberitahu lokasi surat kesepuluh yang berada di atap rumah sakit dimana Sori dirawat. Kemudian, ia menyuruh Sori untuk menemukan surat itu dan membacanya sendiri. Dalam surat, diceritakan bahwa Hoyon sudah sakit sejak kecil dan harus pindah ke kota lain. Ia tidak mau memberitahu Dongsun karena takut operasinya tidak berjalan dengan baik.

Selain itu, ternyata Sori dan Hoyon pernah bertemu di rumah sakit itu saat masih kecil. Dulunya Sori sering menghibur Hoyon yang sedih. Hoyon merasa Sori adalah pahlawannya saat itu. Karena itulah, saat tau Sori akan pindah ke sekolahnya, ia menyusun rencana agar Sori bisa membaca suratnya dan bertemu dengan Dongsun dengan harapan bahwa kedua temannya bisa berteman. Selain itu, dalam surat juga terdapat 2 tiket kereta dengan tempat tujuan kota dimana Hoyon dirawat bernama Nokwoo. Waktu keberangkatannya 4 hari lagi.

Akhirnya, Sori dan Dongsun menggunakan 2 tiket kereta itu dengan tujuan bertemu Hoyon di kota Nokwoo. Dongsun merasa gugup dan tangannya gemetar. Sori menenangkannya dengan memegang tangannya sampai mereka keluar dari kereta. Saat sudah sampai, Sori dan Dongsun disambut oleh Hoyon yang memakai kursi roda. Seketika itu juga, mereka berlari ke arah Hoyon dengan perasaan bahagia.

## 2. Analisa SWOT

SWOT adalah kepanjangan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) [8]. Berikut akan dijelaskan analisis SWOT dari webtoon "Your Letter".

### 1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Memiliki cerita yang pendek dan tidak bertele-tele.
- b. Memiliki *artstyle* yang sederhana namun tetap indah untuk dilihat.
- c. Tidak membutuhkan waktu yang lama untuk membaca karena hanya memiliki 10 chapter.
- d. Mempunyai cerita yang *relatable* dengan anak muda jaman sekarang.

### 2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Kurangnya promosi di Indonesia sehingga kurang terkenal di kalangan masyarakat.
- b. Karena webtoon ini berasal dari Korea Selatan, tipe ceritanya masih awam di Indonesia.

### 3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Adanya rekomendasi untuk membaca webtoon ini antara sesama pembaca webtoon.
- b. Dunia digital yang luas membuat webtoon ini mudah untuk dipasarkan.
- c. Minat membaca webtoon di Indonesia yang meningkat beberapa tahun terakhir.

### 4. *Threat* (Ancaman)

- a. Banyak judul webtoon lain yang lebih terkenal dan lebih disukai masyarakat.
- b. Sebagian besar pembaca webtoon lebih memilih tema petualangan dan romansa dibanding tema *slice of life*.
- c. Beberapa kebiasaan yang ditampilkan yang tidak sesuai dengan norma di Indonesia.

## 3. Analisa VALS

VALS merupakan akronim dari Values and Lifestyle. Analisis VALS mempunyai tujuan untuk pendekatan secara umum untuk meneliti gaya hidup dan segmentasi pasar. Menurut Astor (2006), VALS, akronim nilai dan gaya hidup, adalah cara melihat orang berdasarkan sikap, kebutuhan, keinginan, keyakinan, dan demografi mereka [9]. Berikut adalah analisis VALS dari webtoon "Your Letter".

### 1. *Value*

- a. Aplikasi webtoon mudah untuk diakses baik di *smartphone* maupun PC.

- b. Webtoon “Your Letter” ini bersifat gratis dan bisa dibaca dalam Bahasa Indonesia.
- 2. *Attitude*
  - a. Perkembangan webtoon sangat pesat dan menjadi favorit anak muda.
  - b. Webtoon “Your Letter” dapat diterima di masyarakat.
- 3. *Lifestyle*
  - a. Webtoon dapat dibaca dimana saja, didalam rumah maupun saat diluar rumah.
  - b. Anak muda jaman sekarang lebih sering membaca komik memakai gadget dibanding membaca komik dalam bentuk fisik.

### Target Segmentasi Pasar

Target segmentasi pasar merupakan pengelompokan masyarakat berdasarkan segmentasinya. Kotler (2012) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai tindakan untuk membagi sebuah pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen ke dalam beberapa segmen, dimana masing- masing segmennya cenderung bersifat homogen dalam segala aspek dan dapat dipilih sebagai target pasar untuk dicapai perusahaan dengan strategi pemasarannya [10]. Berikut hasil analisis target segmentasi pasar dari Webtoon “Your Letter”.

1. Demografi
 

Secara demografis, target dari Webtoon “Your Letter” memiliki rentang dari anak remaja berusia 13 tahun sampai dengan usia 19 tahun. Sebagian besar pembaca webtoon ini adalah perempuan.
2. Geografi
 

Secara geografis, pembaca webtoon “Your Letter” terbagi menjadi 3 bagian dikarenakan webtoon ini terdapat kedalam 3 bahasa yaitu Bahasa Indonesia, Inggris, dan Korea Selatan. Namun, sebagian besar pembaca berasal dari Korea Selatan mengingat asal webtoon ini dari negara Korea Selatan.
3. Psikografi
 

Dalam segi psikografi, target yang dituju adalah orang yang mempunyai kebiasaan membaca komik dan webtoon sehari-hari untuk menghabiskan waktu luang, dan juga orang yang sering membicarakan komik dengan temannya.
4. *Behaviour*

Dari segi behaviour, targetnya merupakan anak remaja yang menyukai komik dan webtoon, orang yang mempunyai pengalaman yang mirip dengan tokoh utama webtoon ini, serta orang yang menyukai kegiatan menggambar.

### 4. Unsur Intinsik Komik

Tidak hanya pada karya sastra ataupun cerpen, unsur intrinsik juga terdapat didalam komik. Unsur-unsur instrinsik dalam komik menurut Nurgiyantoro (2005) yaitu: penokohan, alur, tema dan moral, gambar dan bahasa, serta genre [11].

#### 1. Penokohan

Tokoh merupakan pelaku yang mempunyai peran dalam suatu cerita komik. Tokoh terbagi menjadi dua yaitu tokoh utama / sentral, dan tokoh bawahan. Tokoh utama adalah tokoh yang mempunyai peran penting dalam cerita komik. Sedangkan tokoh bawahan adalah tokoh sampingan yang tidak terlalu berpengaruh besar pada perkembangan alur komik. Penokohan merupakan penggambaran dari tokoh-tokoh yang terdapat didalam komik. Beberapa cara pembuat komik menggambarkan penokohan yaitu melalui percakapan antar tokoh, pandangan tokoh satu terhadap tokoh lainnya, perilaku tokoh terhadap orang lain maupun lingkungan, dan pemikiran tokoh yang bersangkutan.

#### 2. Alur

Alur adalah rangkaian peristiwa dalam komik. Alur dibagi menjadi alur maju, alur mundur, dan alur campuran. Alur maju adalah serangkaian peristiwa yang diceritakan dari awal hingga akhir secara teratur. Alur mundur merupakan serangkaian peristiwa yang diawali dengan akhir cerita sebagai pembuka cerita. Sedangkan alur campuran adalah kombinasi dari alur maju dan alur mundur, dimana rangkaian peristiwa meloncat-loncat antara masa lalu dan masa sekarang. Menariknya sebuah cerita bergambar sangat berpengaruh pada minat pembaca [12].

#### 3. Tema dan Genre

Salah satu bagian paling penting dalam komik adalah tema dan genre. Tema merupakan gagasan atau ide awal sebelum membuat komik. Tema juga bisa tergantung dari tujuan dan pesan moral yang terkandung di dalam komik. Contohnya, pesan moral yang ingin disampaikan tentang

pengecahan penindasan, temanya adalah sekolah. Sedangkan menurut KBBI, genre adalah jenis, tipe, atau kelompok sastra atas dasar bentuknya. Genre merupakan istilah serapan untuk ragam yang terbagi dalam bentuk seni atau tutur tertentu menurut kriteria yang sesuai untuk bentuk tersebut. Jenis-jenis genre dalam dunia komik sangat beragam. Contohnya adalah genre romantis, horor, fantasi, drama, *slice of life*, komedi, aksi, dan lain-lain.

#### 4. Pesan Moral

Dalam membuat komik, pengarang komik biasanya memiliki tujuan dan pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca melalui komiknya. Itulah yang disebut dengan nilai / pesan moral dalam komik. Pesan moral mencakup tindakan baik atau buruk seseorang. Penyampaian nilai moral dalam komik umumnya disampaikan melalui karakter jahat yang berubah jadi baik.

### 5. Analisa Unsur Intrinsik Komik

#### A. Penokohan

Dalam webtoon "Your Letter" terdapat 3 tokoh utama yang berperan penting dan 2 tokoh sampingan. Tokoh-tokoh utamanya adalah Sori Lee, Dongsun Park, dan Hoyon Jung. Sedangkan untuk tokoh sampingannya adalah Seungkyu dan Jimin.

#### 1. Sori Lee



Gambar 1. Karakter Sori Lee  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

Sori Lee merupakan tokoh protagonis sekaligus tokoh utama didalam Webtoon "Your Letter". Sori adalah gadis SMA yang mempunyai sifat baik dan suka menolong. Di awal episode, diceritakan Sori mempunyai sifat heroik dimana dia menolong teman sekelasnya bernama Jimin

dari penindasan. Sori merasa dengan ia mengeluarkan kata “hentikan” akan menghentikan penindasan terhadap Jimin. Tapi ternyata itu hanya memperparah keadaan dan ia ikut ditindas. Setelah kejadian itu, ia menjadi semakin pendiam dan takut untuk berbicara dengan teman sekelas barunya. Bahkan, ia sempat berpikir bahwa ia menyesal karena telah menolong Jimin. Namun, sejak bertemu dengan Dongsun dan kegiatannya mencari surat Hoyon, Sori kembali percaya diri dan bisa berbicara dengan teman sekelasnya dengan normal.

Rasa penyesalan Sori karena telah membantu Jimin pun hilang sejak dia mendapat surat dari Jimin yang berisi kata-kata terima kasih karena telah menyelamatkan Jimin dulu. Sori merasa bersyukur karena telah menyelamatkan Jimin sekaligus senang karena kata-katanya bisa membuat orang berubah menjadi lebih baik dengan menghentikan penindasan secara tidak langsung.

## 2. Dongsun Park



Gambar 2. Karakter Dongsun Park  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

Dongsun Park adalah tokoh protagonis didalam webtoon “Your Letter”. Ia merupakan teman Hoyon Jung. Dongsun memiliki kepribadian yang cuek dan memiliki rasa bersalah yang tinggi. Seungkyu merupakan teman Dongsun sebelum ia bertemu dengan Hoyon. Awalnya, Dongsun mempunyai sifat bimbang dimana ia bingung harus melindungi Seungkyu yang berbuat jahat atau membongkar kejahatannya kepada sekolah. Akhirnya, ia memutuskan untuk melawan ketakutannya dengan bertengkar dengan Seungkyu. Setelah itulah ia bertemu dengan Hoyon.

Ia menganggap Hoyon adalah teman pertamanya yang tulus dengannya di sekolah. Sedikit demi sedikit, Dongsun menjadi lebih ceria dan percaya diri. Mereka sering menghabiskan waktu bersama. Bertemu dengan Hoyon mengubah hidupnya. Karena itulah, Dongsun merasa dikhianati saat Hoyon memutuskan untuk pindah sekolah tanpa memberitahunya. Kepercayaan dirinya kembali runtuh karena Dongsun merasa hanya ia yang menganggap mereka berteman.

Namun, saat bertemu dengan Sori dan membaca surat dari Hoyon, Dongsun akhirnya mengerti tindakan Hoyon dan memutuskan untuk tetap berteman dengannya. Dongsun kembali seperti dirinya yang dulu, merasa lega karena telah mendapat penjelasan mengapa Hoyon meninggalkannya tanpa memberitahunya sekaligus sangat khawatir dengan hasil operasi Hoyon. Ia juga bersyukur dengan Hoyon, karena bisa bertemu dengan Sori berkat surat dari Hoyon.

### 3. Hoyon Jung



Gambar 3. Karakter Hoyon Jung  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

Hoyon Jung merupakan tokoh protagonist sekaligus teman masa kecil Sori dan teman SMA Dongsun. Hoyon mempunyai sifat yang ceria dan tenang. Saat masih kecil, ia memiliki kepribadian yang penakut. Sedikit demi sedikit, ia berubah saat beranjak dewasa. Hoyon cenderung menutupi apa yang ia rasakan dan tidak memberitahunya pada siapapun. Sepanjang cerita, saat dia sedih, kesal, ataupun senang, ia jarang memperlihatkankannya pada orang lain. Hoyon merupakan tipe yang memendam semuanya sendirian. Karena itulah, saat ia sakit dan menderita pun ia tidak pernah menceritakannya bahkan pada Dongsun, teman yang ia anggap paling dekat dengannya.

### 4. Seungkyu



Gambar 4. Karakter Seungkyu  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

Seungkyu dulunya merupakan teman Dongsun. Ia memiliki sifat yang kasar, suka berbuat onar, dan tidak peduli dengan orang lain. Tidak diceritakan dengan jelas hubungan sebenarnya dengan Dongsun, namun yang pasti Dongsun dulunya pernah ditolong oleh Seungkyu, karena itulah, Seungkyu sering mengancam Dongsun jika Dongsun ingin melaporkan perbuatan nakalnya kepada guru sekolah, dia harus ingat perbuatan Seungkyu yang pernah menolongnya dulu.

Puncak kenakalannya terjadi saat dia membakar tempat kemah sekolah tanpa memikirkan keselamatan siswa lainnya, yang berakhir dengan Dongsun menghajarnya karena sudah tidak

tahan dengan sifatnya. Di akhir cerita, sifat jahatnya tidak berubah. Terbukti dari perbuatannya yang mencuri kertas jawaban ujian tanpa rasa bersalah, membuatnya dikeluarkan dari sekolah. Ia merupakan tokoh antagonis didalam cerita.

#### 5. Jimin Kim



Gambar 5. Karakter Jimin Kim  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

Jimin Kim adalah teman Sori di sekolah lamanya. Jimin memiliki sifat yang baik namun penakut. Di sekolah lamanya, saat dia ditindas dan ditolong oleh Sori, ia merasa bersalah dan hanya bisa meminta maaf karena Sori ikut tertindas. Namun, karena merasa takut, ia memutuskan pindah sekolah dan meninggalkan Sori. Di sekolah barunya, Jimin melihat teman sekelasnya yang menjadi korban penindasan, seperti dirinya dulu.

Jimin mengingat saat dulu dia ditindas dan Sori menolongnya. Ia ingin menjadi seperti Sori yang menolong orang lain. Itu semua berkat Sori yang membantunya dulu. Karena itulah, Jimin menolong teman sekelasnya yang tertindas. Beruntung, teman sekelas Jimin membantu Jimin menghentikan penindasan itu. Jimin berterima kasih kepada Sori karena ia telah mengubah Jimin menjadi pribadi yang lebih baik dan dapat membantu orang lain. Jimin termasuk kedalam tokoh protagonis.

#### B. Alur

Webtoon "Your Letter" memiliki alur campuran, yaitu gabungan dari alur maju dan alur mundur. Cerita diawali dengan aksi penindasan, dimana pembaca menduga cerita akan berputar di tokoh utama yaitu Sori Lee dan caranya untuk menghentikan penindasan. Namun, alur yang sebenarnya mengisahkan perkembangan karakter Sori Lee juga perjalanannya dalam mendapat kebahagiaannya dengan bertemu teman-teman barunya dan melawan ketakutannya akan trauma penindasan yang pernah dialaminya.

#### C. Tema dan Genre

Tema dari Webtoon "Your Letter" adalah sekolah dan persahabatan. Dalam webtoon ini, sebagian besar memiliki latar belakang di sekolah karena para tokoh utama masih duduk di bangku SMA. Sedangkan ceritanya fokus terhadap perkembangan karakter utama dan hubungan karakter utama dengan sahabat-sahabat barunya. Sedangkan genre dari webtoon ini adalah *slice of life* dan drama.

#### D. Pesan Moral

Webtoon "Your Letter" mengajarkan untuk tidak menjadi pelaku penindasan dan menghentikan tindakan penindasan di sekitar kita. Perbuatan yang kita lakukan sekarang tidak selalu mendapat hasil saat ini juga. Hasil dari perbuatan kita akan selalu mempengaruhi orang lain, baik itu dalam artian baik atau buruk. Contohnya di webtoon ini, dimana tindakan Sori yang baik untuk menghentikan penindasan terhadap Jimin tidak langsung mendapat hasil yang baik, melainkan hasilnya baru terlihat di masa depan.

Selain itu, jangan mudah menyerah menghadapi masalah yang kita miliki. Selama kita tidak menyerah dan memberikan yang terbaik, pasti akan ada jalan keluar. Kita juga bisa meminta dukungan dari orang sekitar untuk memberi kita keyakinan untuk lebih kuat.

## 6. Visualisasi Media

### 1. Video Trailer Animasi



Gambar 6. Scene Trailer Animasi Webtoon “Your Letter”  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

### 2. Webtoon Indonesia



Gambar 7. Tampilan Webtoon “Your Letter” pada aplikasi Webtoon Indonesia  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

### 3. Buku Fisik



Gambar 8. Webtoon “Your Letter” dalam format buku fisik  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]



Gambar 9. Tampilan *Interactive Stories* pada Webtoon “Your Letter” yang hanya tersedia di platform Webtoon Korea Selatan.  
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

### 4. KESIMPULAN

Bisa disimpulkan dari analisis karakter dan cerita dari Webtoon “Your Letter” karya Hyeon A Cho, bahwa webtoon ini memiliki alur cerita yang pendek dan sederhana, namun bisa memikat hati pembaca dengan penyampaiannya yang indah disertai dengan style gambar yang cantik. Rata-rata, pembaca webtoon

merupakan anak sekolah, karena itu sebagian besar pembaca paham akan perasaan dari karakter-karakter dalam webtoon ini karena latar belakang dari webtoon ini adalah sekolah. Ada 3 inti permasalahan dalam cerita webtoon ini, diantaranya penindasan, hubungan antar karakter, dan perkembangan karakter. Yang pertama, mengenai penindasan. Penindasan yang dialami oleh karakter utama di dalam webtoon ini tidak berakhir dengan sang penindas mendapat ganjarannya seperti cerita pada umumnya. Meski begitu, penindasan diakhiri dengan perkembangan dari sifat karakter utama. Kedua, hubungan antar karakter. Dalam webtoon ini, karakter utama yaitu Sori Lee memiliki banyak relasi yang berbeda-beda dengan karakter lainnya. Jimin merupakan teman lama. Dongsun merupakan teman sekolah. Hoyon adalah teman masa kecilnya. Dan Seungkyu adalah orang yang tidak dia sukai. Hubungan antar Sori Lee dengan karakter lainnya berkembang seiring berjalannya cerita, entah itu dalam artian baik maupun buruk. Ketiga, perkembangan karakter. Terdapat total 5 karakter utama dalam webtoon ini, dan masing-masing dari mereka memiliki perkembangan karakter dari awal hingga akhir cerita. Sori Lee yang awalnya penakut menjadi pemberani. Dongsun yang awalnya sering berpikiran buruk dan cuek menjadi percaya diri. Hoyon Jung yang awalnya pemalu menjadi ceria. Jimin yang awalnya pengecut menjadi pemberani. Dan Dongsuk yang awalnya suka mengatur menjadi semakin nakal dan tidak penurut. Semua karakter dalam webtoon ini mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perkembangan karakter Sori Lee. Terakhir, webtoon ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penindasan yang terjadi di kalangan anak sekolah. Kerap kali kejadian perundungan tidak mendapat perhatian dari guru dan orang tua. Akibatnya, banyak anak sekolah yang menjadi penakut dan tidak percaya diri, bahkan sampai memakan korban jiwa. Webtoon ini menggambarkan situasi penindasan dengan realistis dan dengan akhir cerita yang memuaskan. A Cho sukses membuat pembaca tersentuh dengan ceritanya yang dieksekusi dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sudjana, Nana dan Rivai, Ahmad. *Media Pengajaran*. Bandung: Penerbit CV Andi Offset, 2002.
- [2] Lestari, Annisa Fitriana, and Irwansyah Irwansyah. "Line Webtoon sebagai Industri Komik Digital." *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.2 (2020): 134-148.
- [3] Pratama, I. Gede Yudha. "Fenomena Perubahan Dalam Pelestarian Budaya Mesatua Bali." *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya* 6.1 (2021).
- [4] Nurcahyani, Desi, Nurliani Maulida, and Kiftian Hady Prasetya. "Analisis nilai-nilai pendidikan karakter tokoh utama guru honorer dalam komik pak guru inyong berbasis webtoon karya Anggoro Ihank." *Jurnal Basataka (JBT)* 1.2 (2018): 35-40.
- [5] Pratama, I. Gede Yudha. "PROSES KREATIF DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI RANGKAIAN ACARA CLINIC DESIGN-STD BALI DESIGN WEEK." *Jurnal Lentera Widya* 2.1 (2020): 9-14
- [6] Pratama, I. Gede Yudha. "Desain Mural Sebagai Media Komunikasi Visual Perwujudan Destination Branding Desa Wisata Bongan." *Jurnal Bahasa Rupa* 6.1 (2022): 81-89.
- [7] Hernawati, Ni Luh Yuni, Ni Wayan Nanadaryani, and I. Gede Yudha Pratama. "PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI KEDAI KOPI SEMEJA DI BADUNG." *Jurnal Selaras Rupa* 2.1 (2021): 35-44.
- [8] Pratama, I. Gede Yudha. "Kajian Bahasa Rupa Budaya Mesatua Bali Dalam Cerita Bergambar." *Jurnal Bahasa Rupa* 5.1 (2021): 112-121.
- [9] Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, Jakarta, 2009.
- [10] Ferrel, O.C and D, Harline, 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- [11] Nurgiyantoro, Burhan. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Penerbit Gajah Mada University Press, 2005.
- [12] Istimewa, "Line Webtoon: Sejarah, Konten, dan Fakta yang Perlu Diketahui". Internet: <https://bigalpha.id/news/line-webtoon-sejarah-konten-dan-fakta-yang-perlu-diketahui>, 23 Oktober 2021 [Des. 30, 2022]
- [13] Prabowo, YF. "Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smartfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan". Internet: <https://dscape.uui.ac.id/handle/123456789/10783>, 28 Agustus 2018 [Des. 30, 2022]