

KONSEP PEMAKNAAN DESAIN RUPA SEBAGAI DAYA TARIK KONSUMEN PADA KRIYA KALUNG KREASI MOTIF TRADISIONAL BERBAHAN LIMBAH PLASTIK TEBAL BAGI PENGEMBANGAN PELAKU SENI DAN UMKM DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19

Desiana Nur Indra Kusumawati¹, Wisnu Indra Kusumah², Widyo Wibisono³

¹Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Visual, Institut Sains dan teknologi AI Kamal

Jl. Kedoya Raya No. 2, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520, Indonesia

²Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Visual, Institut Sains dan teknologi AI Kamal

Jl. Kedoya Raya No. 2, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520, Indonesia

³Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Visual, Institut Sains dan teknologi AI Kamal

Jl. Kedoya Raya No. 2, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520, Indonesia

e-mail: desianaririsro@gmail.com¹, wisnu.sanggarindrakusuma@gmail.com², tikowibisono68@gmail.com³

Received : January, 2022

Accepted : March, 2022

Published : March, 2022

Abstract

A Judging from the problem, there is no concept of the meaning of visual design in traditional motif creation necklaces made from thick plastic waste as an attraction for consumers during the pandemic. The purpose of this research is to produce an excavation of meaning in the concept of traditional motif necklace craft design made from thick plastic waste which can be a consumer attraction that will become a business development for art actors and UMKM. The method used is a qualitative method based on the collection of literature data and information in semiotic analysis in describing the meaning of necklace crafts before being analyzed in visual concepts based on aesthetic and artistic forms which are then processed in making necklaces. The results obtained are a necklace craft creation of new traditional motifs that have a visual meaning as an attraction for consumers to be able to develop businesses for art actors and UMKM so as to be able to improve the people's economy during the Covid-19 pandemic. The conclusion is a concept of visual meaning in traditional motif necklace crafts made from thick plastic waste as a consumer attraction that can be a development for art actors and UMKM.

Keywords: *Meaning of Fine Design, Craft Necklaces of Traditional Motif of Thick Plastic Waste, Artists and UMKM*

Abstrak

Melihat dari permasalahan belum adanya suatu konsep pemaknaan desain rupa pada kriya kalung Kreasi Motif Tradisional berbahan limbah plastik tebal sebagai suatu daya tarik Konsumen pada masa Pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan suatu penggalian makna dalam konsep desain rupa kriya kalung kreasi motif tradisional berbahan limbah plastik tebal yang dapat menjadi daya tarik konsumen yang akan menjadi pengembangan usaha bagi pelaku seni dan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang didasarkan pada

pengumpulan data literatur dan informasi dalam menganalisis secara semiotika dalam menguraikan pemaknaan kriya kalung sebelum dianalisis dalam konsep rupa berdasarkan estetika dan artistik bentuk yang kemudian diproses dalam pembuatan kalung. Hasil yang didapat adalah sebuah Karya Kriya kalung kreasi motif tradisional baru yang memiliki pemaknaan rupa sebagai daya tarik bagi konsumen dapat mengembangkan usaha bagi pelaku seni dan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga mampu meningkatkan perekonomian rakyat dimasa Pandemi Covid-19. Kesimpulannya sebuah Konsep pemaknaan rupa pada kriya kalung motif tradisional berbahan limbah plastik tebal sebagai daya tarik komsumen yang dapat menjadi suatu pengembangan bagi pelaku seni dan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM).

Kata Kunci: *Pemaknaan Desain Rupa, Kriya Kalung Kreasi Motif Tradisional, Limbah Plastik Tebal, Pelaku Seni dan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM).*

1. PENDAHULUAN

Suatu desain muncul karena kebutuhan manusia untuk memecahkan masalah. Melalui desain orang biasa melakukan langkah-langkah yang sistematis untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Sebagai suatu proses, desain pesan sengaja dilakukan mulai dari analisis masalah pembelajaran hingga pemecahan masalah, yang dirumuskan dalam bentuk produk, produk yang dihasilkan dapat berbentuk prototipe, poster, naskah atau video. Menurut Barbara B. Seels dan Rita C. Richey dalam buku Teknologi Pembelajaran desain Pesan adalah “perencanaan untuk merekayasa bentuk fisik dari pesan” (Grabowski,1991:206). Hal tersebut mencakup prinsip-prinsip perhatian, persepsi, dan daya serap yang mengatur penjabaran bentuk fisik dari pesan agar terjadi komunikasi antar pengirim dan penerima. Terdapat beberapa konsep yang muncul bila berkaitan dengan desain pesan yaitu: pesan, tanda, informasi, media, dan desain pesan [1].

Maka perlunya suatu konsep desain sebagai pemaknaan penyampai pesan dalam sebuah desain rupa berupa sebuah prototype karya kriya Kalung motif tradisional berbahan limbah plastik tebal/HDPE. Karena berasal dari permasalahan Sampah plastik sudah menjadi permasalahan serius diwilayah Jakarta, namun jumlah sampah plastik terus meningkat dari plastik bekas dirumah, kegiatan pasar,dan fasilitas umum lainnya. Paling banyak sampah plastik dihasilkan dari rumah tangga dan sampah umum yang dihasilkan dari jenis sabun, wewangian, makanan, minuman seperti botol plastik mineral, sampo, minyak goreng dan lain-lain. Sampah akan terus diproduksi dan tidak akan pernah berhenti selama manusia masih ada. Bisa dibayangkan bahwa jumlah sampah yang dihasilkan oleh penduduk bumi ini akan

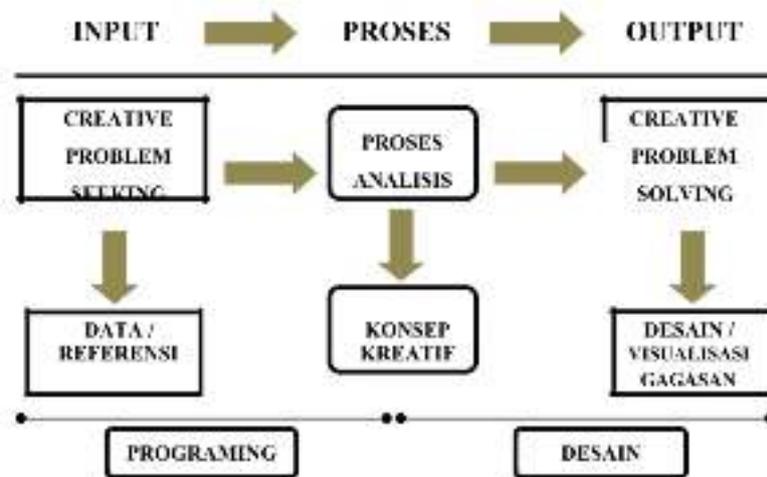
bertambah. Sampah itu sendiri adalah salah satunya akibat aktivitas manusia dan volumenya berbanding lurus dengan jumlah penduduk. Jika tidak ditangani secara efektif dan efisien, keberadaan sampah di alam tentu akan terbalik merusak kehidupan disekitarnya [3]. Perancangan desain produk aksesoris membutuhkan kreatifitas dan ketepatan konsep dalam mendesain aksesoris kalung untuk seni pertunjukan atau fashion, sehingga membutuhkan kreatifitas yang dapat membangkitkan keinginan konsumen atau masyarakat untuk menggunakan produk kalung. Aksesories kalung didasarkan pada inspirasi teori produk dan dan estetika berdasarkan sumber inspirasi para peneliti didesain kreatif dalam pembuatan produk aksesoris kalung berbahan limbah plastik tekstur keras menggunakan konsep desain motif tradisional Nusantara berupa motif Kawung dan Tumpal agar asesoris kalung lebih memiliki daya tarik karena memiliki ciri khas etnik Nusantara [4].

Program Bangga Buatan Indonesia (BBI) Program yang bertujuan untuk: Membantu bergeraknya perekonomian melalui sektor ekonomi kreatif lokal dengan memberikan stimulus berupa voucher pembelian produk fesyen, kriya dan kuliner melalui e-commerce. ▪ Meningkatkan jumlah transaksi produk ekraf local. [2] Berpijak pada Bangga Buatan Indonesia (KEMENPAREKRAF) pada pelaku usaha pariwisata dan UMKM kriya dan mengembangkan penelitian awal yang berasal dari permasalahan limbah plastik tebal maka akan lebih menggali konsep rupa pada kriya kalung menguraikan pemaknaan pesan melalui desain pada kriya kalung kreasi motif Nusantara melalui uraian pesan Semiotika Charles Sanders Pierce, kemudian penguraian proses pembuatan prototype kalung kreasi

motif tradisional berbahan limbah plastik tebal lebih disempurnakan dengan desain kemasannya yang nantinya bisa dikembangkan bagi pelaku seni dan UMKM dalam menghadapi pasca pandemi Covid-19 sebagai suatu daya tarik bagi konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menurut Dantes pengertian metode deskriptif itu sendiri diartikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa sesuai dengan apa adanya dan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini [5]



Gambar 1. Bagan Proses Berpikir Kreatif Desain

[Sumber: Buku Panduan dan Sistematika Mata Kuliah tugas Akhir-Desain Komunikasi Visual Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal 2014]

Tahapan penelitian berupa :

- 1) Adanya Input berupa kreatif problem seeking kemudian mencari data referensi. Pada Penelitian ini yaitu mencari permasalahan limbah plastik tebal kemudian mencari data-data referensi terhadap penggolongan limbah plastik tebal tersebut. Kemudian mencari data konsep bentuk rupa Motif Tradisional Nusantara.
- 2) Proses yaitu adanya proses analisis dan diolah menjadi konsep kreatif. Pada tahap ini adanya suatu proses analisis data menjadi konsep kreatif pencarian pemaknaan pesan secara semiotika pada desain rupa kriya kalung kreasi dengan motif tradisional yaitu motif kawung dan tumpal, lalu masuk pada tahap pengolahan kriya kalung sesuai dengan konsep bentuk rupa dan analisis konsep pembuatan kemasan produk kalung bagi pelaku seni dan UMKM sebagai daya tarik dan pelindung produk.
- 3) Adanya Output berupa creative problem solving menjadi desain visualisasi gagasan. Pada penelitian ini output berupa penyelesaian permasalahan limbah plasti tebal/HDPEmenjadi bentuk Prototipe kalung kreasi Nusantara dan kemasannya yang memiliki konsep pemaknaan pesan yang sama antara produk dan kembangkan juga kemasannya yaitu menampilkan visual rupa yang sama antara produk kalung dan kemasannya dengan motif tradisional Nusantara yaitu motif Kawung terpilih hasil analisis terdahulu (berdasarkan analisis teori produk dan estetika dari para informan yang ahli di bidangnya dalam penelitian terdahulu).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Menurut Morgan (2009:20) plastic (botol plastic) memiliki karakteristik yang serbaguna dan setiap tahunnya plastic diproduksi dalam jumlah yang sangat besar. Adapun karakteristik botol plastik adalah: Ringan, tahan kelembaban, transparan atau berwarna, lebih mudah dibentuk dibandingkan logam, tidak tahan panas.

Menurut Sri Fadhilah Utami, "7 Simbol dan Jenis Plastik Yang Kamu Ketahui," *Zero Waste Indones.*, 2019, berikut macam-macam jenis plastik/botol plastik berdasarkan kode:

1). PET (polyethylene terephthalate) merupakan resin polyester. Simbol yang pertama yaitu simbol daur ulang dengan kode angka 1 serta kode PETE atau PET pada bagian bawah. Simbol ini menunjukkan bahwa sebuah plastik yang terbuat dari Polyethylene Terephthalate. Biasanya simbol ini banyak ditemukan pada plastik untuk kemasan makanan dan minuman. Seperti botol minum, botol soda, botol minyak, botol saus, wadah selai, kotak obat, hingga sisir.

Jenis plastik ini hanya bisa digunakan untuk sekali pakai saja. Tidak disarankan untuk menggunakan berulang kali, apalagi mengisinya dengan air hangat, karena lapisan polimer dan zat karsinogenik pada plastik dapat larut (lepas) dan menyebabkan kanker pada organ tubuh manusia.

Alangkah lebih baik jika barang-barang plastik dengan kode ini didaur ulang kembali menjadi tas atau karpet. Dan alangkah lebih baik lagi jika kita menghindari plastik jenis ini.

2. HDPE atau PEDH (High Density Polyethylene)

Simbol daur ulang plastik selanjutnya adalah simbol dengan kode angka 2 dan kode HDPE atau PEHD. Simbol ini digunakan untuk sebuah plastik yang terbuat dari high density polyethylene.

Jenis plastik dengan simbol ini biasanya digunakan untuk galon air minum, botol susu, botol sabun, botol deterjen, botol shampo, dan plastik kemasan tebal lainnya. Jenis plastik ini termasuk golongan plastik yang cukup aman digunakan berulang kali, karena paling sering didaur ulang dengan nilai ekonomi dan proses daur ulang yang sederhana. Tetapi walaupun

bisa digunakan berulang kali, kalian juga harus memperhatikan kebersihan yang tetap terjaga.

3. PVC atau V (Polyvinyl Chloride) Simbol dengan kode angka 3 dan PVC atau V adalah simbol yang digunakan untuk plastik yang berasal dari polyvinyl chloride. Misalnya plastik untuk pipa air, ubin, kabel listrik, wrapping, dan mainan anak/hewan peliharaan. Barang-barang plastik yang terbuat dari plastik polyvinyl chloride ini sering juga disebut dengan "plastik beracun", karena mengandung berbagai macam bahan kimia beracun yang dapat larut dan berbahaya bagi kesehatan. Jenis plastik ini sangat sulit untuk didaur ulang, sehingga perlu dihindari menggunakan jenis plastik ini untuk kemasan makanan atau minuman.

4. LDPE atau PE-LD (Low Density Polyethylene)

Simbol berikutnya ada simbol dengan kode angka 4 dan LDPE atau PE-LD. Apakah kalian pernah menemukannya? Biasanya terdapat pada kantong plastik (kresek), kantong plastik sampah, tas belanja, hingga bungkus makanan.

Jenis plastik ini terbuat dari bahan low density polyethylene yang bersifat elastis, memiliki daya tahan yang lama dan dapat digunakan untuk berulang kali. Tetapi alangkah lebih baik jika kalian menggunakannya sekali dan mendaur ulangnya agar tidak tertimbun di tanah yang butuh ratusan tahun untuk mengurainya.

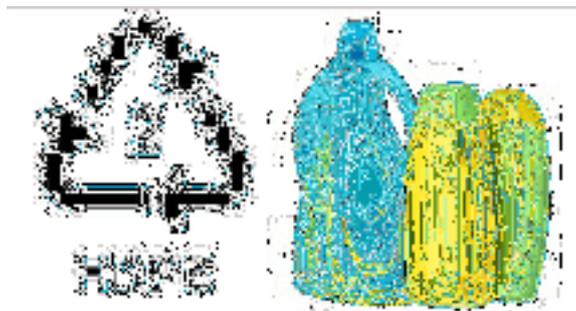
5. PP (Polypropylene) untuk simbol plastik kelima yaitu simbol dengan kode angka 5 dan kode PP. Simbol ini digunakan untuk plastik yang terbuat dari polypropylene. Misalnya tempat makanan/minuman, botol sirup, kotak yogurt, sedotan plastik, selotip, dan tali berbahan plastik. Barang plastik dengan simbol ini baik digunakan sebagai tempat makanan maupun minuman, karena terbuat dari polypropylene yang sangat kuat dan cukup aman digunakan meski pada suhu yang panas. Walaupun demikian, jenis plastik ini cukup sulit untuk didaur ulang, sehingga alangkah lebih baik untuk mengurangi penggunaannya.

6. PS (Polystyrene) jenis plastik yang memiliki simbol dengan kode angka 5 dan kode PP adalah plastik yang terbuat dari polystyrene, biasanya dijual dengan harga yang cukup murah dan ringan. Plastik jenis ini banyak digunakan sebagai tempat atau minuman dan tempat makan styrofoam, tempat telur, sendok/garpu plastik, foam packaging hingga

bahan bangunan (bahan flooring). Plastik ini dapat mengeluarkan styrene yang merupakan zat karsinogen yang dapat menyebabkan kanker, terutama jika saat menggunakan untuk makanan/minuman yang panas.

7. Other atau O dan yang terakhir simbol plastik dengan kode angka 7 dan kode Other atau O. Other disini maksudnya adalah jenis plastik yang tidak termasuk kedalam klasifikasi enam kode sebelumnya (PETE atau PET, HDPE atau

PE-HD, PVC atau V, LDPE atau PE-LD, PP, dan PS). Penggunaan jenis plastik ini untuk makanan atau minuman sangat berbahaya, atau minuman karena bisa menghasilkan racun Bisphenol-A (BPA) yang bisa membuat kerusakan pada beberapa organ dan mengganggu hormon tubuh. Ironisnya, simbol ini biasa digunakan pada plastik untuk botol minum bayi, botol minum olahraga, iPod cases, dan Compact Disk (CD)[6].



Gambar 2. Jenis Plastik HDPE seperti galon air minum, botol susu, botol sabun, botol deterjen, botol shampo, dan plastik kemasan tebal lainnya.

[Sumber: <http://www.asiabarur.com/mengenal-plastik-hdpe/>]

Tokoh Semiotika Charles Sanders Pierce (1839-1914) Pierce menyebut ilmu yang dibangunnya Semiotika (*semiotics*). Menurut Pierce, tanda (*representament*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan Pierce dikenal dengan segitiga semiotic. Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol [7].

Charles Sanders Pierce membagi menjadi tanda menjadi tiga tipe, yaitu :

Ikon menunjukkan tanda yang memiliki kemiripan dengan objek, ikon biasanya sangat jelas dalam tanda-tanda visual. Foto diri kita adalah sebuah ikon, demikian juga foto hewan atau benda-benda lainnya. Indeks, merupakan tanda yang memiliki hubungan eksistensial dengan objek yang ditandai, dan hubungan tersebut biasanya bersifat langsung. Asap adalah indeks dari api, bersin merupakan indeks dari flu, awan hitam merupakan indeks dari hujan. Simbol, adalah tanda hubungan dengan hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan dan aturan [1].

Mengidentifikasi keragaman motif hias Nusantara sebagai bagian dari budaya seni rupa di Indonesia, ragam hias diantaranya adalah sebagai berikut: Kawung, Tumpal, Swastika, Pilin, Meander, gambar Tempel, Pohon hayat Flora, Lor (Jawa) berarti sayap, Binatang (gajah, singa bersayap dan lainnya) [8].

Kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Apabila dirinci lebih jauh dan berdasarkan definisi tersebut dapat menyimpulkan sejumlah fungsi kemasan sebagai berikut ini:

1. Melindungi kualitas produk
2. Membuat produk tahan lebih lama.
3. Sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen.
4. Membantu distribusi produk produsen sampai ketangan konsumen.
5. Membuat produk dapat diproduksi secara masal.
6. Menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima panca indra konsumen[9].

3.2 Pembahasan

Hasil data yang diperoleh karakteristik plastik dan jenis plastik dengan kode 2 yaitu HDPE

dipilih sebagai bahan dasar pembuatan kalung karena bahannya yang tebal dan mudah didapat seperti pada kemasan untuk galon air minum, botol susu, botol sabun, botol deterjen, botol shampo, dan plastik kemasan tebal lainnya. Jenis plastik ini termasuk golongan plastik yang cukup aman digunakan berulang kali, karena paling sering didaur ulang dengan nilai ekonomi dan proses daur ulang yang sederhana. Tetapi walaupun bisa digunakan berulang kali, kita juga harus memperhatikan kebersihan yang tetap terjaga terutama saat akan masuk pada proses pengolahan menjadi bentuk kalung motif kreasi tradisional yang diambil dari bentuk motif hias Nusantara yang merupakan bagian dari budaya seni rupa di Indonesia.

Sebelum masuk pada proses pembuatan kalung maka di perlukan suatu konsep desain yang memiliki daya tarik tersendiri karena memiliki cirikhas dalam rupa dengan diambilnya dua motif ragam hias Nusantara yaitu Motif Kawung dan Tumpal sebagai contoh yang diuraikan secara pemaknaan pesan semiotika.

Pemaknaan bentuk seni rupa lewat motif ragam hias Nusantara ini diharapkan menjadi suatu penyampaian pesan yang tidak teraga dalam suatu bentuk visual yang nantinya akan tampil dalam suatu produk yang akan menampilkan suatu corak seni rupa di Indonesia. hal tersebut dapat mengangkat kekayaan yang dimiliki oleh bangsa Indonesia dengan tidak meninggalkan nilai-nilai tradisi yang terkandung didalam pemaknaan pesan dalam ragam hias Nusantara tersebut. Sehingga melalui bentuk ragam hias tradisional tersebut dalam bentuk produk berupa kalung Kreasi Tradisional Motif Nusantara dapat memiliki cirikhas baik secara bentuk maupun pemaknaan pesan yang akan dikomunikasikan dari pencipta karya kepada konsumen sehingga dapat bersaing didalam negeri maupun dengan kebudayaan asing lainnya akibat jalur komunikasi dunia.

Berikut ini adanya analisis secara Semiotika Charles Sanders Peirce dalam penguraikan pemaknaan pesan yang terkandung motif ragam hias Nusantara.



Gambar 3. Motif Hias Tradisional Nusantara Kawung
[Sumber: Buku Pendidikan Seni Budaya].



Gambar 4. Motif Hias Tradisional Nusantara Tumpal
[Sumber: Buku Pendidikan Seni Budaya].

Tabel 1: Analisis Semiotika Pemaknaan Pesan Rupa Motif Kawung dan Tumpal
[Sumber: Buku Pendidikan Seni Budaya]

No.	Tanda Nama Ragam Hias	Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce		
		Ikon	Indeks	Simbol
1.	Motif Kawung	Ikon terlihat pada gambar 1	Identifikasi motif Ragam Hias Nusantara sebagai bagian dari budaya seni rupa di Indonesia dengan Motif Kawung	Kawung dalam bahasa Sunda berarti aren atau kolang kaling. Karena itu bentuk ragam hias kawung memiliki bentuk menyerupai buah aren. Ragam hias ini sudah ada sejak zaman nenek moyang, dengan bukti ragam hias ini digunakan pada hiasan patung-patung candi Hindu Jawa. Ragam hias kawung memiliki makna keserasian hidup dunia dan akhirat.
2.	Motif Tumpal	Ikon terlihat pada gambar 2	Identifikasi motif Ragam Hias Nusantara sebagai bagian dari budaya seni rupa di Indonesia dengan Motif Kawung	Tumpal memiliki bentuk dasar segitiga sama kaki. Pada perkembangan selanjutnya, ragam hias ini memiliki berbagai variasi. Tumpal telah ditemukan pada hiasan candi-candi di Indonesia. Selain candi hiasan tersebut digunakan untuk batik ukiran kayu, dan sebagainya. Ragam hias Tumpal disebut juga Untu Walang yang melambangkan kesuburan [8].



Gambar 5. Konsep Desain Kalung Motif Tradisional Nusantara Kawung dan Tumpal
[Sumber:Dokumentasi Peneliti]

Konsep Desain kalung dibentuk dengan mengambil visual rupa pada motif kawung dan Tumpal dengan sebagai penyampai pesan pemaknaan yaitu symbol keserasian hidup dunia dan akhirat pada motif Kawung dan kesuburan pada motif Tumpal. Desain warna memepertimbangkan salah satu elemen visua yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca adalah warna. Warna-warna panas seperti merah, merah oranye, oranye, kuning

orange, kuning, Kuning hijau, dan merah ungu memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian [10]. Berdasarkan filosofis dari warna tersebut maka warna kuning dan kuning-oranye dipergunakan sebagai background di keduanya motif kalung tersebut untuk memberikan kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian dari konsumen untuk dapat mengkomunikasikan

filosofis pemaknaan pesan yang terkandung

didalam rupa motif kalung tersebut.



Gambar 6. Hasil Produk Kalung Motif Tradisional Nusantara Kawung dan Tumpal
[Sumber:Dokumentasi Peneliti]

Kesimpulan dari analisis hasil produk kalung berdasarkan teori produk dan estetika berdasarkan informan yang ahli dibidangnya telah dimuat dalam jurnal ICAMIE Untirta 2020 yaitu berdasarkan hasil yang diperoleh pada analisis teori hasil seleksi ragam hias Nusantara dengan motif Tumpal dan Kawung, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahan limbah plastic jenis tebal/HDPE dapat menghasilkan produk lebih bernilai yaitu menjadiproduk kalung kreasi motif Nusantara. Bahan limbah plastic HDPE dapat menghasil dengan melalui langkah-langkah konsep desain, proses pembuatan menjadiproduk, hingga analisis teoritis untuk menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan persyaratan produk yang baik. Langkah peneliti membuat 3 alternatif contoh konsep desain yang disajikan peneliti berupa kalung kreasi motif Nusantara yang kemudian dianalisis berdasarkan penggunaan Teori Produk dan Teori Estetika dari hasil olahan wawancara dengan pakar dibidang desain produk, kostum dan pemilik kursus kemudian lebih dapat ditarik kesimpulan yaitu untuk type 3 dengan Konsep Motif Kawung yang dapat memenuhi persyaratan dalam konsep desain, produk dan estetika dengan sedikit kebutuhan perbaikan dari kekurangan-kekurangan yang ada pada beberapa point berdasarkan analisis teoritis[4].

Selain dalam menganalisis konsep pemaknaan pesan sebagai unsur yang tidak teraga melalui desain rupa produk kalung kreasi motif tradisional Nusantara maka sebagai usaha

pengembangan pelaku seni dan UMKM di era pandemic Covid-19 maka dilakukan juga oleh peneliti sebuah konsep desain kemasan terhadap produk kalung kreasi Nusantara motif terpilih dari penelitian terdahulu tersebut sebagai daya Tarik bagi pelaku seni maupun usaha bagi UMKM. Perlunya membuat kemasan produk Kalung kreasi Motif Tradisional terpilih motif Kawung ini tidak lepas dari fungsi kemasan yaitu selain sebagai wadah juga untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk yaitu :

1. Melindungi kualitas produk
2. Membuat produk tahan lebih lama.
3. Sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen.
4. Membantu distribusi produk produsen sampai ketangan konsumen.
5. Membuat produk dapat diproduksi secara masal.
6. Menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima panca indra konsumen.

Dari sinilah peneliti melakukan konsep desain kemasan dengan menampilkan motif Tradisional Nusantara terpilih pada tampilan kemasannya seperti pada produk kalung yaitu Motif Kawung selain kemasan nantinya sebagai daya tarik Konsumen karena menampilkan keunikan bentuk tradisional Nusantara juga sebagai penyampai pesan Rupa Motif Kawung yaitu sebagai ikon dengan pemaknaan keserasian dunia dan akherat.



Gambar 7. Hasil Desain Kemasan produk Kalung Motif Tradisional Nusantara Kawung Tampak depan.
[Sumber:Dokumentasi Peneliti]



Gambar 8. Hasil Desain Kemasan produk Kalung Motif Tradisional Nusantara Kawung Tampak Belakang.
[Sumber:Dokumentasi Peneliti]

Dengan dibuatkan konsep desain kemasan yang diambil juga dari motif Kawung sebagai motif desain kalung terpilih dari hasil analisis para ahli dibidangnya berdasarkan teori produk dan Estetika produk maka kemasan juga disesuaikan bercirikan menampilkan motif Kawung agar memiliki keseragaman baik secara karakteristik rupa maupun pemaknaan pesan yang terkandung dalam motif produknya kalung terpilih yaitu motif Tradisional Nusantara Kawung. Dengan memilih warna motif kemasan didominasi warna coklat karena warna coklat dekat dengan asosiasi tanah, natural dan

tradisional. Simbol kesopanan, kesederhanaan, kearifan, dan kehormatan. Cokelat yang gelap memberikan kesan matang, dewasa, elegan, klasik, dan kuat [11]. Melihat dari pemaknaan warna tersebutlah maka dipilih pada warna yang mendominasi kemasan agar ingin menampilkan citra yang tradisional, klasik namun elegan sesuai dengan citra yang akan ditamikan yaitu kalung tradisional Nusantara motif Kawung selain warna coklat pada kemasan juga menampilkan warna kuning pada kemasan seperti pada warna produk kalung agar pula memberikan kesan hangat, dinamis,

aktif dan mengundang perhatian dari konsumen dengan semua tampilan kemasan menampilkan dari Motif Kawung agar mencerminkan citra tradisional yang kental terhadap Motif Kawung tersebut. Membuat kemasan untuk produk baru selalu menjadi tantangan yang luar biasa. Gaya apa yang akan digunakan, kesan apa yang ingin didapatkan harus dapat di gali dengan baik untuk mendapatkan hasil yang paling pas [11]. Diharapkan ciri khas produk kalung kreasi Nusantara bermotif Tadisional Nusantara Kawung ini dapat menambah kesan mengangkat motif tradisional Nusantara sehingga menjadikan suatu hasil desain yang pas menjadi daya tarik bagi konsumen. Dengan menarik konsumen kemudian dapat menjadikan suatu pengembangan usaha bagi pelaku seni dan UMKM di era pandemi Covid-19. Judul Kemasan “Kalung Kawung” diambil dari nama produk dan motif yaitu Kalung kawung untuk sekaligus memperkenalkan produk dan filosofis pemaknaan motif Kawung. Penggunaan Typografi Script, adalah kelompok huruf yang menyerupai tulisan tangan, memberikan kesan luwes, bersahabat, bebas, informal dan dinamis [11]. Demikian juga pada tampak depan kemasan diberikan typo yang sama untuk nama UMKMnya agar selaras dengan judul sekaligus mengenalkan nama UKM sebagai bentuk promosi. Bagian Belakang kemasan diberikan suatu himbauan akan bahaya limbah plastik bagi kehidupan manusia sekaligus memperkenalkan produk kalung motif Kawung sebagai salah satu salah satu dari keragaman ragam hias Nusantara yang kaya akan berbagai jenis ragam hias dan tagar Saveourearth sebagai pesan penyelamatan bumi dari limbah plastik. Teks ini menggunakan typografi Serif adalah kelompok huruf yang memiliki kait, secara umum berkesan formal dan konservatif. Keberadaan kaitnya menjadikan kelompok huruf ini lebih nyaman dibaca, terutama pada susunan teks dengan ukuran kecil dan baris yang panjang [11]. Dengan huruf serif ini pada hibauan dan pengenalan motif kawung dapat menimbulkan kesan formal dan keterbacaan tentang bahaya limbah plastik dan pengenalan motif Kawung. Tipografi yang mengajak konsumen memiliki yaitu dengan adanya “Bangga Buatan Indonesia” seperti pada Program KEMENKRAF juga menggunakan tipografi Script agar memberikan kesan luwes dan bersahabat.

4. KESIMPULAN

1. Adanya unsur tidak teraga yang diuraikan melalui Semiotika di dalam konsep bentuk rupa melalui ragam hias tradisional Nusantara yang dapat dijadikan sebagai penyampaian pesan lewat pemaknaan rupa yang terdapat dalam konsep desain produk Kalung kreasi.
2. Bentuk rupa dan pemaknaannya pada produk kalung kreasi dan kemasan motif tradisional memiliki ciri khas yang dapat menjadikan daya tarik bagi konsumen.
3. Kemasan dapat meningkatkan daya Tarik konsumen sehingga dapat mengembangkan usaha bagi pelaku seni dan UMKM khususnya di masa era pandemi Covid-19.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Bersama dengan penulisan ini kami selaku peneliti sekaligus Dosen Prodi Desain dan Komunikasi Visual menyampaikan ucapan terimakasih kepada Pimpinan Institut Sains dan Teknologi Al Kamal di Jakarta Selaku pihak kampus yang telah memfasilitasi kami dalam proses awal penelitian sampai pada penguasaan penulisan. Ucapan terima kasih juga dari kami terhadap para Narasumber/informan ahli produk, pemilik kursus, dan para pelaku seni serta UMKM yang telah membantu dalam proses penelitian kami dari konsep desain dan penggalan pemaknaan motif, proses pembuatan, analisis produk, sampai pada pengembangan kosep kemasan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Robinson Situmorang dan Retno Widyaningrum, *Prinsip Desain Pesan*, 1st ed. Banten: Universitas Terbuka, 2019.
- [2] Kemenparekraf Biro Komunikasi, “Jumpa Pers Akhir Tahun (JAPT) TA 2021 ‘Bersama Lebih Kuat, Bersama Lebih Hebat,’” 2021.
- [3] T. P. PS, *Penanganan dan Pengelolaan Sampah*. Jakarta: Penebar Swadaya, 2008.
- [4] D. Nur Indra Kusumawati, W. Wibisono, and K. Wisnu Indra, “Making of nusantara decorative motif creations necklace based on hdpe on type plastic waste,” *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*,

- vol. 909, no. 1, pp. 1–12, 2020, doi: 10.1088/1757-899X/909/1/012043.
- [5] N. Dantes, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2012.
- [6] Sri Fadhilah Utami, “7 Simbol dan Jenis Plastik Yang Kamu Ketahui,” *Zero Waste Indones.*, 2019, [Online]. Available: <https://zerowaste.id/knowledge/symbol-dan-jenis-plastik/>, 2019. .
- [7] Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2013.
- [8] S. Yoyok RM, *Pendidikan Seni Budaya*, 1st ed. Jakarta: Yudistira, 2007.
- [9] Sri Julianti, *The Art Of Packaging*, 2nd ed. Jakarta: PT. Gramedia, 2018.
- [10] Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*, 1st ed. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- [11] S. S. Nanang Wahyudi, *Mantra Kemasan Juara Bukan Sekedar Bungkus-bungkus*. Depok: PT. Alex Media Komputindo, 2016.