

PERANCANGAN TAS BONGGOL JAGUNG DENGAN CITRA GIRLY BERDASARKAN GAYA BERPAKAIAN SEORANG FIGUR

*Shafira Cahya Camila¹, Andry², Amirul Nefo³

^{1 2 3} Prodi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional

e-mail: @Shafirachy32@gmail.com¹ e-mail; @andryitenas.ac.id^{2 1} e-mail; @nefo63@gmail.com

Received : 18 Januari 2024

Accepted : 13 Mei 2024

Published : 20 Juli 2024

Abstract

This research involves the design of corn husk bags with a girly image using an exploration of dressing styles and products often used by a public figur. The case study for this research focuses on Jesicacen and Nadin Amizah as representations. The study introduces innovation in design and material usage, resulting in bags made from corn husks that evoke a girly image. The background of this research is the need to optimize bag products based on previous research. The method employed in this design is the iterative prototyping method, involving the analysis of the dressing styles of public figures, specifically Jesicacen, a content creator, and Nadin Amizah, a singer. At the end of the research, a bag prototype made from corn husks with a girly image is produced and tested for its absorption in an exhibition held in the city of Bandung. The internship research was conducted for a duration of 4 months at PT. Matahati Kreasi Nusantara in Bandung.

Keywords: Corn cob bag, Girly, Fashion

Abstrak

Penelitian ini merupakan perancangan tas bonggol jagung dengan citra girly menggunakan penelusuran gaya berpakaian dan produk yang sering di gunakan oleh seorang figur, dalam penelitian ini diambil studi kasus Jesicacen dan Nadin Amizah sebagai representasi. Penelitian yang dilakukan memiliki kebaruan pada desain dan penggunaan material yaitu menghasilkan tas berbahan baku bonggol jagung yang mampu memunculkan citra girly. Latar belakang penelitian ini adalah adanya kebutuhan untuk mengoptimalkan produk tas hasil penelitian sebelumnya. Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode iterative prototyping yang melibatkan analisis berpakaian seorang figur yaitu Jesicacen yang berprofesi sebagai content creator dan Nadin Amizah yang berprofesi sebagai penyanyi. Pada akhir penelitian dihasilkan prototype tas yang terbuat dari bonggol jagung dengan citra girly yang teruji penyerapannya pada kegiatan pameran yang dilakukan di kota Bandung. Penelitian magang dilaksanakan selama 4 bulan di PT. Matahati Kreasi Nusantara, kota Bandung.

Kata kunci: Tas bonggol jagung, Girly, Fashion

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang tas wanita dengan menggunakan material bonggol jagung dengan citra *girly* mengambil inspirasi dari gaya berpakaian seorang figur. Dalam era yang semakin peduli terhadap desain yang keberlanjutan dan ramah lingkungan, penelitian ini mencoba untuk menghadirkan produk yang tidak hanya estetik tetapi juga berkelanjutan dengan menggunakan material yang tidak konvensional. Menurut (Masry, 2020, p. 13), bonggol jagung memiliki karakteristik berbeda dari bahan baku tas konvensional, seperti kayu, bambu, atau rotan. Tas bonggol jagung merupakan salah satu inovasi baru dalam dunia fashion, selain juga memiliki sifat ramah lingkungan, bahan baku bonggol jagung mudah untuk diperoleh, dan juga bisa terurai secara alami sehingga tidak mencemari lingkungan.

Berdasarkan data status lingkungan hidup Indonesia (SLHI) 2011 limbah non-organik mencapai 30% sedangkan limbah organik 70% yang sebagian besar berasal dari bonggol jagung pakan ternak yang hanya diambil bijinya, lalu dibuang (Chairunnisa & Ciptandi, n.d.) Selanjutnya, Kementerian Pertanian menyebutkan produksi jagung nasional hingga akhir tahun 2022 dalam kondisi aman dengan perkiraan mencapai 1,1 juta ton untuk

jagung kadar air 27 persen dan 872 ribu ton untuk kadar air 14 persen (Ramadhan, 2022). Peluang ketersediaan bonggol jagung ini mulai dimanfaatkan sebagai material utama pembuatan produk seperti kerajinan antara lain *furniture* (Saptorini & Masri, 2020), dan aksesoris fasyen (Chairunnisa & Ciptandi, n.d.). Hal ini dikarenakan penelitian mengenai bonggol jagung sebagai bahan baku sudah terbukti dapat menghasilkan produk yang memiliki keunikan.

Dengan sentuhan desain yang kreatif, bonggol jagung bisa diubah wujudnya menjadi tas fashion yang *stylish* dan bernilai jual tinggi, contoh ini dapat dilihat dari apa yang dilakukan di Industri Matahati dalam mengolah bonggol jagung menjadi produk *furniture, home decor* dan *accessories*.

Berdasarkan pengamatan peneliti di Industri Matahati, dan proses analisis pasar melalui pameran dan wawancara, diketahui adanya ketertarikan konsumen pada produk tas bonggol jagung. Akan tetapi produk bonggol jagung juga memunculkan keraguan karena material bonggol jagung adalah hal yang benar-benar baru sehingga muncul beberapa pertanyaan seperti ketahanan produk. Selain itu, ditinjau dari pengamatan peneliti, khususnya pada produk tas, Industri Matahati belum menetapkan target konsumen sehingga

berdampak pada adanya ketidaksesuaian harga dengan *willingness to pay* dari konsumen yang ditemui. Disamping itu desain yang dihasilkan oleh Industri sendiri belum optimal, seperti fitur yang belum lengkap, tidak adanya lapisan pelindung tas bagian dalam, dan kapasitas penyimpanan dalam tas yang terbatas.

Melalui penelusuran mengenai target pasar dan peluang bisnis, dan penelusuran dorongan minat pada produk tas bonggol jagung, didapatkan ketetapan bahwa target market produk tas bonggol jagung adalah perempuan dengan usia 23-32 tahun.

Untuk mendapatkan referensi mengenai karakteristik visual dari market yang dituju maka dipilih Jesicacen dan Nadin Amizah sebagai representasi target market. Melalui akun Instagram yang dimiliki kedua figur tersebut, dilakukan analisis terhadap gaya berpakaian, dan pilihan produk yang digunakan, dimana mereka memiliki kesamaan dalam berpakaian dan penggunaan aksesoris, yang merupakan salah satu hal yang dimiliki oleh wanita dengan citra *girly*. Menurut Tv Tropes, *Girly girl* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seorang gadis atau wanita yang menyukai hal-hal yang secara tradisional dianggap feminin seperti gaun, *makeup*, parfum, perhiasan,

dan aksesoris lainnya (*Girly Girl*, n.d.). Berdasarkan analisis tersebut, disimpulkan bahwa citra yang tepat untuk produk pada market yang dituju adalah citra *girly*, Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk (“BRAND IMAGE,” n.d.).

Dengan demikian peneliti menggunakan citra *girly* sebagai kriteria yang harus dipenuhi pada desain yang akan dihasilkan. Sesuai dengan penelitian ini dilakukan juga optimalisasi desain sebelumnya dengan mengatur biaya produksi agar sesuai dengan *willingness to pay* dari target market melalui proses iterasi prototipe.

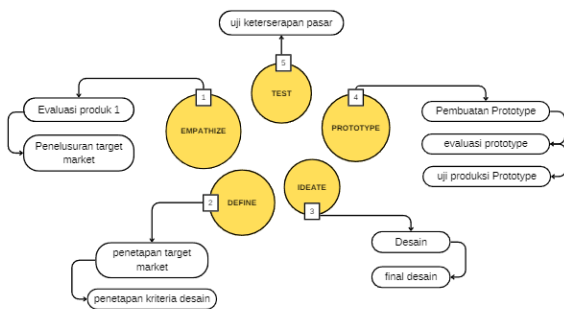
Dengan demikian, kriteria yang harus dipenuhi adalah (1) desain harus sesuai dan memanfaatkan karakteristik material bonggol jagung sebagai material utama produk tas. (2) desain yang dihasilkan harus sesuai dengan karakter target market, dalam hal ini citra *girly*, (3) desain harus dapat diproduksi dengan harga pokok produksi yang telah ditetapkan untuk mendapatkan harga jual yang sesuai dengan *willingness to pay* dari target market.

Willinges to pay adalah kesediaan atau kemampuan individu untuk membayar atau menilai sumber daya alam, barang atau jasa (Damanik, 2019). Ditinjau dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan

bahwa strategi desain yang diusung adalah memanfaatkan karakteristik visual yang diperoleh dari analisis *figur* sebagai representasi target market yang berkompromi dengan keterbatasan material bonggol jagung.

2. METODOLOGI

Adapun metode yang dilakukan dalam perancangan tas bonggol jagung adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Metodologi
(sumber: Dokumentasi Penulis)

Secara umum proses perancangan yang dilakukan adalah pendekatan *iterative prototype* yang terdiri dari beberapa tahap yaitu, tahap *Emphatise*, *Define*, *Ideation*, *Prototype*, dan tahap *Test*.

Pada tahap *Emphatise*, dilakukan analisis terhadap hasil produk sebelumnya, paralel dengan analisis terhadap target market dalam hal cara berpakaian, dan pilihan produk yang digunakan. Berdasarkan analisis tersebut, pada tahap *Define*, yaitu ditetapkan usia, dan gender dari target market, dan kemudian menganalisis karakteristik visual dari

market yang diperoleh dari representasi *public figure* dipilih.

Pada *ideation*, digali gagasan-gagasan desain yang kemudian dikembangkan sebagai produk akhir. Pada tahap *prototype*, setelah ditetapkan final desain, dilakukan studi model sebagai acuan dalam pembuatan *prototype*. Pada tahap terakhir, yaitu tahap pengujian (*test*), dilakukan uji market pada sebuah pameran untuk mengetahui keterserapan pasar dari produk tas bonggol jagung yang dihasilkan.

3. PEMBAHASAN

3.1. Tahap *Emphatise*

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap produk tas sebelumnya melalui kegiatan pameran dan wawancara untuk mendapatkan tanggapan masyarakat mengenai produk dan kesanggupan mereka membeli produk tas tersebut. Hasil observasi menunjukkan adanya ketertarikan konsumen terhadap produk tas yang dibuat oleh industri matahati sebelumnya, namun terdapat beberapa masukan yang dapat dijadikan sebagai acuan pembuatan desain untuk produk tas selanjutnya, seperti bagian dalam tas belum dilapisi oleh *furing* untuk melindungi benda dari benturan, bagian tutup tas yang sulit dibuka atau digunakan,

pemotongan kulit yang tidak rapi dan bagian pinggir yang tidak dijahit.

Setelah melakukan analisis target market, melalui pemetaan minat dan peluang, disimpulkan bahwa target market yang didapat yaitu perempuan dengan umur 23 -32 tahun. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap target tersebut melalui observasi pada akun-akun sosial media dengan mencari seorang public figur yang sesuai dengan target market yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini dipilih figur Jesicacen dan Nadin Amizah sebagai representasi target market. Penelusuran kemudian dilanjutkan dengan melihat kecenderungan cara berpakaian, dan pilihan produk apa yang dipakai oleh figur tersebut.



Gambar 2. Gaya berpakaian Jesica
(Sumber: www.instagram.com/jesicacen)



Gambar 3 gaya berpakaian Nadin Amizah (sumber: www.instagram.com/nadinamizah)



Gambar 4. Produk yang Digunakan Jesica dan Nadin

(Sumber: www.instagram.com/)

Berdasarkan analisis diatas disimpulkan bahwa Jesicacen dan Nadin Amizah memiliki gaya berpakaian yang sama yaitu menggunakan *dress*, tata rias, dan aksesoris yang menggambarkan sosok wanita *girly*, maka dari itu citra yang cocok untuk merepresentasikan mereka adalah citra *girly*.

3.2. Tahap *Define*

Pada tahap *define*, ditetapkan beberapa keputusan berdasarkan hasil analisa dan observasi yang telah dilakukan pada tahap *empathize*. Untuk mendapatkan nilai optimal dari produk sebelumnya, ditetapkan beberapa keputusan seperti penetapan *willingness to pay* yang tepat bagi market yang ditargetkan, konsep desain yang divisualisasikan melalui moodboard, dan kriteria desain yang harus dipenuhi agar tujuan dapat dinyatakan tercapai.

Penetapan *Willingness to pay* seseorang dilakukan melalui wawancara dan kecenderungan masyarakat pada kegiatan pameran. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan pada pameran, maka ditetapkan bahwa kesanggupan membeli produk yang terbuat dari material bonggol jagung, adalah Rp300.000-Rp490.000, namun dengan catatan bahwa produk harus sampai pada tahap tuntas.

Konsep visual ditetapkan melalui analisis target market khusus pada aspek gender dan rentang usia calon konsumen saja. Berdasarkan analisis tersebut didapatkan target market yaitu perempuan dengan usia 23-32 tahun.

Untuk mengetahui lebih jauh karakteristik visual dari target market, peneliti memilih Jesicacen dan Nadin Amizah sebagai representasi. Melalui akun media sosial instagram milik keduanya, terlihat kesamaan preferensi dalam berpakaian, aksesoris dan warna. Hal ini menggambarkan seorang perempuan dengan citra *girly*, sehingga konsep visual pada penelitian ini adalah citra *girly*, yang selanjutnya dituangkan melalui sebuah *moodboard*.



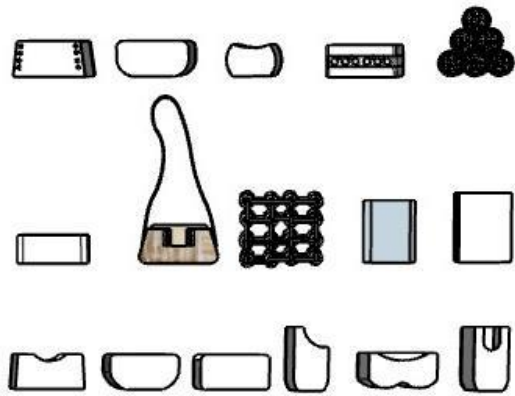
Gambar 5. *Mood Board*
(sumber: Dokumentasi Penulis)

Untuk mencapai tujuan desain yang telah ditetapkan, maka terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi (1) desain harus sesuai dengan karakteristik material dari bonggol jagung sebagai material utama produk tas, (2) desain yang dihasilkan harus sesuai dengan karakter target market, dalam hal ini memunculkan citra *girly*, dan (3) desain harus dapat diproduksi dengan harga pokok produksi yang telah ditetapkan untuk mendapatkan harga jual yang sesuai dengan *willingness to pay* dari target market yaitu Rp300.000 -Rp490.000.

3.3 Tahap *Ideation*

Pada tahap ini, dilakukan perancangan desain yang akan diproduksi. Langkah pertama adalah dengan pembuatan alternatif desain sebanyak 15 sketsa untuk mencari kemungkinan desain dan pilihan sebelum diputuskan desain mana yang akan diimplementasikan.

a. Alternatif desain



Gambar 6. Sketsa Desain
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Beberapa sketsa desain kemudian dipilih untuk dianalisis kesesuaian bentuk visualnya dengan konsep desain yang sudah ditetapkan berdasarkan *moodboard*. Kemudian desain yang sesuai dipilih dan diberi warna sesuai ketentuan warna pada *moodboard*.



Gambar 7. Alternatif Desain
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

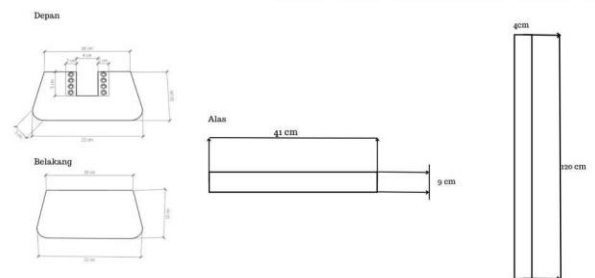
b. Desain Final



Gambar 8. Desain Final
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Desain final ditetapkan dengan mempertimbangkan aspek konsep visual yang sesuai dengan citra *girly* serta kegunaan fungsi tas yang sesuai dengan masukan yang sudah dilakukan pada saat wawancara ditahap empati. Langkah selanjutnya yaitu dengan melibatkan pembuatan gambar pola desain, konfigurasi, dan skema material untuk memudahkan proses pembuatan *prototype*.

c. Gambar pola



Gambar 9 gambar pola
(sumber: dokumentasi penulis)

d. Konfigurasi



Gambar 10 konfigurasi barang bawaan
(sumber: dokumentasi penulis)

e. Skema material



Gambar 11. Skema Material
(sumber: Dokumentasi Penulis)

3.4 Tahap Prototype

Pada tahap ini, *prototype* dibuat menggunakan desain yang telah terpilih. Langkah pertama yaitu mempelajari karakteristik bonggol jagung dengan melakukan pengujian tingkat kelembapannya. Pengujian ini menggunakan bonggol jagung yang telah disediakan oleh Industri Matahati.



Gambar 12 Mempelajari Karakteristik Bonggol
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

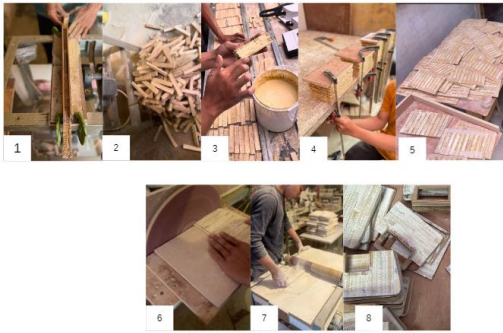
Pada tahap ini, tingkat kelembapan bonggol jagung yang digunakan akan

diukur. Karena dalam proses pembuatan produk, bonggol jagung harus dalam keadaan kering sedangkan kadar air di dalam bonggol jagung sangat tinggi. Maka, perlu dilakukan pengeringan dengan teknik penjemuran dibawah sinar matahari hingga kadar airnya turun hingga ke angka 0,8. Setelah itu, bonggol jagung akan dipotong menjadi bentuk kubus.

Proses pembuatan prototype

1. Bonggol jagung yang berbentuk kubus dipotong hingga menjadi lembaran, dan dilakukan dilakukan penyortiran kembali, dimana bagian busa tidak dapat digunakan.
2. Lembaran bonggol jagung kemudian direkatkan berjajar sehingga menjadi lembaran papan, dengan ukuran (20 cm x 10 cm), dan kemudian dilakukan pengepresan selama 10 jam.
3. Setelah kering papan dirangkap 2, dan ditambah bagian tidak rata menggunakan dempul, dan dilakukan standarisasi agar ukuran papan depan dan belakang menjadi sama.

- Selanjutnya dilakukan pembuatan pola sesuai dengan final desain.



Gambar 13. Proses Pembuatan Papan (Sumber: Dokumentasi Penulis)

- Paralel dengan proses tersebut, dibuat komponen lain yaitu Kayu yang dipotong sehingga membentuk persegi Panjang dengan ukuran 20 cm x 1 cm, sebagai rangka agar papan bonggol jagung tidak melenting. Selanjutnya kayu dibuat dengan pola *leter u*, dan untuk bagian pita dilubangi sebesar 0,4 cm agar mata pitik dan pita dapat masuk.
- Selanjutnya kayu yang terbentuk direkatkan pada tas setelah menjadi pola dengan bentuk tas.
- Tahapan delanjutnya adalah penyemprotan cairan *melamine* sebagai pelapis akhir pada papan.
- Setelah proses pengeringan, tahap selanjutnya adalah pemasangan mata pitik pada bagian kayu untuk pita.
- Proses terakhir yaitu pemasangan kulit dengan mengelem bagian kulit

yang akan di tempelkan pada papan, dan kemudian papan dan kulit disatukan hingga menjadi sebuah tas.



Gambar 14. Proses *Finishing* (sumber: Dokumentasi Penulis)

a. Hasil *prototype*



Gambar 15 hasil pembuatan *prototype* (sumber: dokumentasi penulia)

Prototype yang telah dibuat dievaluasi agar menjadi produk tuntas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa warna kulit pada tas belum sesuai dengan skema material yang telah ditetapkan. dan pada bagian alas kulit ditambahkan paku agar lebih kokoh serta agar tidak mudah terlepas dari papan bonggol saat digunakan untuk membawa barang. Langkah selanjutnya yaitu pembuatan *prototype* produksi sebanyak 8

buah yang kemudian diuji ke pasar untuk mengetahui respon calon konsumen.



Gambar 16. Hasil Produksi *Prototype*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

b. Harga pokok produksi

Tabel 1. Harga Pokok Produksi
(Sumber: Dokumentasi Industri)

var total harga			
Kebutuhan Bonggol datar	56		
Kebutuhan bonggol bending	0		
variabel papan	1	lapis	
jumlah papan	1		
Harga bonggol	63		3.500,0
pembuatan balok	105		5.870,5
Lem			
proses lanjut			
pensortiran	Check	54	3.000,0
penipisan	Check	75	4.221,6
bending	Check	179	0,0
standarisasi bending	Check	34	0,0
panampelan menjadi papan	Check	15915	15.915,2
penghalusan papan	Check	0	0,0
penggabungan menjadi papan lapis	Check	0	0,0
pendempulan papan lapis	Check	638	35.714,3
standarisasi papan lapis	Check	478	478,3
penghalusan papan standar	Check	351	350,8
pemotongan berdasarkan pola	Check	829	829,1
perakitan menjadi produk	Check	0	0,0
penghalusan setelah pendempulan	Check	969	969,4
sanding sealer	Check	51	51,0
melamic	Check	0	
penambahan komponen lain (kulit)	Check	0	0,0
Check			
Check			
komponen tambahan			
kulit		29000	1 29.000,0
kayu		5000	1 5.000,0
ring D		1200	2 2.400,0
kawat kawat		1250	2 2.500,0
mata titik		50	20 1.000,0
paku kulit tas		2250	2 4.500,0
pita jepang		4000	
adjust		1300	1 1.300,0
ongkos jahit kulit		40000	1 40.000,0
ongkos furing		5357,142857	1 5.357,1
			166.757,3
konsumsi listrik			64.166,7
inventaris		5%	8.337,9
keuntungan		46%	110.739,2
			350.001,4
		40%	490.000

Pada perhitungan harga pokok produksi (HPP) merupakan harga dari PT Matahati yang ditetapkan totalnya sebesar Rp350.000 harga tersebut merupakan harga satu tas dengan minimal produksi yaitu 8 tas. Untuk itu harga keuntungan diambil 40% menjadi Rp490.000 per produk.

Tahap Test

Pada tahap ini, dilakukannya uji keterserapan pasar dengan kegiatan

pameran, kegiatan pameran bertujuan untuk mengetahui target konsumen yang telah dianalisis dapat sesuai atau tidak, serta ingin mengetahui respon konsumen terhadap produk yang terbuat dari bonggol jagung, oleh karena itu kegiatan pameran dilakukan pada acara *black Friday* yang diselenggarakan oleh mall *Paris VanJava* Bandung, Jawa Barat.



Gambar 17. Pameran Uji Keterserapan Pasar
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Pada kegiatan pameran ini, bertujuan untuk mengumpulkan data tentang seberapa banyak orang yang tertarik dan mengevaluasi *respons* calon konsumen terhadap produk tas bonggol jagung. Sehingga di dapatkan data analisis uji pasar dari pameran yang telah diselenggarakan, adalah ketertarikannya konsumen terhadap material yang baru. Kemudian fokus utama pada *feedback* terhadap produk tas.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah data target konsumen yaitu perempuan, usia 23-32 tahun, berdasarkan gaya berpakaian dan produk yang digunakan oleh seorang figur yang diwakili oleh Jesicacen dan Nadin

ASKARA, Volume 3 Nomor 1, Juli 2024

Amizah, melalui observasi media sosial Instagram, dari personality figur tersebut memunculkan citra *girly*, dan pada akhir penelitian ini dihasilkan sebuah *Prototype* tas yang terbuat dari bonggol jagung dengan citra *girly*. hasil tersebut menunjukkan bahwa tujuan dari penelitian ini dapat tercapai.

Kesimpulan dari akhir perancangan *prototype* ini telah dihasilkan kebaruan dari desain, yaitu tas yang berbahan dasar dari bonggol jagung dengan citra *girly* melalui pendekatan gaya berpakaian seorang figur.



Gambar 18. Produk Akhir
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

DAFTAR PUSTAKA

- BRAND IMAGE. (n.d.). *Global Business Marketing*. Retrieved January 10, 2024, from <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/>
- Chairunnisa, M., & Ciptandi, F. (n.d.). Pengolahan Material Limbah Bonggol Jagung sebagai Produk Aksesoris Fesyen. *E-Proceeding of Art & Design*, 5, 2553–2567.

- Damanik, D. (2019). *Willingness to Pay (WTP) Pengunjung Museum Simalangun di Kota Pematangsiantar*. 2(3). *Girly Girl*. (n.d.). TV Tropes. Retrieved January 10, 2024, from <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/GirlyGirl>
- Ramadhan, A. (2022, September 22). Kementan sebut produksi jagung aman hingga akhir tahun. *ANTARA* 2022.
- Saptorini, P. I., & Masri, A. (2020). Proses Desain Kursi dengan Memanfaatkan Modul Silinder dari Bonggol Jagung. *Jurnal Desain Indonesia.*, 2(1), 1–10.