

IMPLIKASI DESAIN TAS BEKAL ANAK UNTUK MEMPOPULERKAN HEWAN LANGKA INDONESIA

Tisa Putrinda

Fakultas Desain Industri Kreatif Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jl. Arjuna Utara No. 9, RT.1/RW.2, Duri Kepa, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat -11510
tisa.putrinda@esaunggul.ac.id

Abstract

Indonesia has a lot of biodiversity in which there are many kinds of wildlife. However, many animals that exist today has a scarce existence. Children as a new generation can be educated to give environmental awareness especially endangered wildlife through creative, simple, and attractive educational message. The purpose of this research is an effort to popularize endangered animals in Indonesia through the design of a child's lunch bag which contains educational content, thus affecting the consumer's visual perception message respond and acceptable to society, especially early childhood. The data obtained in the form of observations and interview with respondents through "depth interview". Most respondent shows interest in the lunchbag product. The message receive by consumers is about color, design, unique and education.

Keywords: *Lunchbag, Indonesia endangered wildlife, education design*

Abstrak

Indonesia memiliki tingkat keanekaragaman hayati tinggi yang didalamnya terdapat berbagai macam satwa. Namun satwa yang ada saat ini sudah mulai langka keberadaannya. Melalui pesan edukasi yang kreatif, sederhana dan menarik, anak sebagai penerus generasi dapat mulai ditanamkan kesadaran untuk menjaga lingkungan khususnya hewan langka di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah upaya mempopulerkan hewan langka Indonesia melalui desain tas bekal anak yang berisi muatan edukasi, sehingga mempengaruhi persepsi visual konsumen dalam merespon pesan dan dapat diterima oleh masyarakat khususnya anak usia dini. Data yang diperoleh berupa pengamatan dan wawancara langsung dengan responden melalui *depth interview*. Sebagian besar responden menunjukkan ketertarikan kepada produk tas bekal makan. Pesan yang diterima oleh konsumen yaitu tentang penilaian warna, desain, keunikan tas dan nilai edukasi.

Kata kunci : tas bekal, satwa langka Indonesia, desain edukasi.

Pendahuluan

Indonesia memiliki tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi, diantaranya memiliki berbagai macam satwa. Namun, satwa-satwa tertentu yang ada di Indonesia terancam keberadaannya karena aktivitas manusia. Harimau Sumatera, badak Jawa, tapir, burung cendrawasih, orang utan dan sebagainya merupakan

satwa-satwa langka yang sudah jarang ditemui di habitat asalnya. Eksploitasi berlebihan menyebabkan penurunan drastis terhadap jumlah satwa hingga hilangnya habitat. Demikian pula dengan masalah tentang banyaknya hewan-hewan di seluruh dunia yang mengalami ancaman kepunahan. Sebanyak 8.462 jenis spesies dinyatakan terancam, termasuk mamalia,

reptil, serangga, ikan, dan amfibi (BBC, 2009). Hal tersebut merupakan tekanan berat yang dialami banyak spesies, termasuk satwa di dalamnya, kondisi ini bisa disebabkan oleh adanya penangkapan komersial atau perburuan yang berlebihan. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1999 Tanggal 27 Januari 1999 menyebutkan ada beberapa jenis satwa yang dilindungi. Untuk melindungi kelestarian hewan langka tersebut, di Indonesia sendiri pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 mengenai Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, yang juga didukung oleh Peraturan Pemerintah lainnya mengenai perlindungan hewan. Namun selain pemerintah juga dibutuhkan keterlibatan semua pihak untuk mendukung proses pelestarian hewan langka tersebut.

Salah satu langkah yang dapat diambil untuk menjaga hewan langka agar dapat tetap hidup di habitat aslinya adalah dengan cara mempopulerkan satwa langka tersebut melalui edukasi kepada masyarakat. Namun memahami pentingnya menjaga keanekaragaman hayati hewan langka tidak dapat diciptakan dalam sekejap, melainkan harus ditanamkan sejak usia dini. Dunia anak adalah dunia pembelajaran, dunia bermain, dunia visual, dan dunia kreatifitas. Anak-anak cenderung memiliki rasa keingintahuan besar yang terjadi disekelilingnya. Oleh sebab itu, pendidikan sejak dini tentang pentingnya pemahaman keanekaragaman hayati Indonesia dapat diperkenalkan pada usia ini. Dengan cara penyampaian yang mudah dipahami, bahasa sederhana, visual yang menarik, dan media yang bervariasi, diharapkan dapat menjadikan aktivitas edukasi yang menyenangkan.

Salah satu caranya yaitu bagaimana menghadirkan produk dengan pesan edukatif didalamnya yang memiliki visual desain yang menarik. Tas bekal anak merupakan produk yang digunakan, karena tas bekal merupakan perlengkapan yang dipa-

kai anak sehari hari sehingga mudah untuk diaplikasikan dan dimanfaatkan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat sebuah desain produk tas bekal anak yang memiliki nilai edukasi tentang pelestarian hewan langka yang dapat diterima oleh konsumen?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, dengan konsep perancangan, quisioner, analisis dan wawancara. Penelitian ini termasuk ke dalam *exploratory research* dimana data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama berupa pengamatan dan wawancara langsung dengan responden melalui *depth interview* untuk memahami pemahaman konsumen. Data ini bersifat kualitatif. Selain itu peneliti juga menggunakan data primer yang diambil dari *customer feedback*.

Strategi menentukan informan dalam penelitian ini menggunakan prosedur purposif. Prosedur purposif adalah salah satu strategi menentukan informan yang paling umum dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria yang dipilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu (Bungin, 2007).

Dalam penelitian ini yang diambil menjadi informan adalah ibu rumah tangga, baik yang bekerja di luar rumah, bekerja dari rumah, ataupun yang tidak bekerja. Informan berusia 20-40 tahun dan memiliki minimal satu orang anak yang berusia pra sekolah hingga sekolah dasar. SES yang dipilih adalah A, B dan C1. Sedangkan data sekunder didapat dari studi literatur, dengan mempelajari buku, jurnal, artikel, karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan tema.

Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan emik yaitu peneliti bertindak sebagai seorang yang

mengidentifikasi masalah responden dan menguraikan apa yang telah didengar secara nyata tanpa mengurangi atau mempengaruhi opini responden. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, yang selanjutnya disalin dalam bentuk transkrip hasil wawancara.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis telah melakukan wawancara kepada 20 orang responden, dengan berbagai latar belakang yang berbeda-beda. Wawancara mendalam dilakukan mulai dari bulan April-Mei 2014 dengan klasifikasi ibu rumah tangga yang berusia 20-40 tahun dan memiliki anak yang berada di usia pra sekolah sampai awal Sekolah Dasar (3-7 tahun). Selain melakukan wawancara, penulis juga menyebarkan kuisioner kepada pengguna di *social media* sebagai masukan atau untuk mendapatkan *insight* mewakili responden yang telah lebih dahulu mengetahui produk.

Tujuan dilakukannya wawancara terhadap responden adalah untuk mengetahui sejauh mana produk tas bekal dapat diterima oleh masyarakat. Sementara itu penulis juga ingin mengetahui apakah nilai edukasi yang disampaikan dapat diterima oleh pelanggan.

Desain merupakan aktivitas awal yang berpengaruh pada kualitas produk, desain dilakukan dengan dua tahap yaitu desain produk pola tas dan desain ilustrasi, desain ilustrasi dapat berupa gambar atau motif, gaya desain dibuat mengikuti tren yang sedang berkembang, disesuaikan dengan target marketnya. Teknik ilustrasi yang digunakan oleh desainer adalah teknik digital painting dengan sketsa manual diawal lalu menggunakan aplikasi software Adobe Photoshop, sedangkan

gaya ilustrasi yang dipakai yaitu ilustrasi kartun. Berikut hasil desain ilustrasi:



Gambar 1
Proses Ilustrasi

Teknologi desain dan fungsional produk sebagai berikut:



Gambar 2
Foto desain tas lunchi

Untuk menambah pengetahuan dan nilai edukasi pada produk, maka dibuatlah booklet mini pengetahuan yang berisi penjelasan tentang marga satwa langka Indonesia. Bahasa yang digunakan oleh penulis dalam membuat booklet disederhanakan mengikuti target pengguna yaitu

anak-anak usia 3-7 tahun. Booklet termasuk kedalam kategori aksesoris yang ditambahkan pada produk tas bekal, disajikan dengan media yang menarik, terbuat dari foam berukuran panjang 11 cm dan lebar 12 cm, berisi 6 halaman, booklet berukuran kecil sesuai dengan sasaran target marketnya anak usia dini. Berikut adalah contoh tampilan booklet untuk anak.



Gambar 3
Booklet Mini

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana pesan yang dirancang oleh desainer melalui konsep visual yang telah dibuat dari produk dapat memperoleh hasil yang cocok dengan persepsi konsumen terhadap produk. Menurut Susan Vihma dan Seppo Vakeva (2009) melalui semantika produk pada proses pencocokan pesan visual dalam desain produk bisa memperoleh satu dari empat hasil berikut:

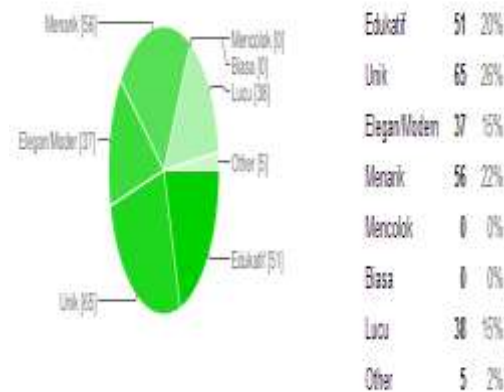
1. Pesan tersebut bisa dikirim tetapi tidak diterima
2. Pesan dikirim dan bermakna hal yang sama persis bagi penerima dan pengirimnya (tanggapan cocok dengan tanda)
3. Pesan dikirim dan diterima tetapi tidak bermakna apa-apa bagi penerima. Hal ini lazim karena desain mengekspresikan idealisme dan kepercayaan desainernya dengan bahasanya sendiri ketimbang berkomunikasi kepada para pengguna menggunakan bahasa mereka.
4. Pesan dikirim dan diterima tetapi makna seperti yang dipahami oleh penerimanya berbeda atau lebih buruk lagi, justru berlawanan dengan makna yang ditransmisikan oleh pengirim.

Sehingga melalui penelitian dengan wawancara didapatkan input dan masukan dari responden, apakah pesan sesuai dengan perancangan yang dibuat oleh desainer.

Kesan yang ditangkap terhadap produk

Berdasarkan hasil wawancara, dari beberapa responden yang melihat produk tas bekal secara langsung maka didapatkan beberapa jawaban diantaranya: Menarik, warna bagus, kuat, waterproof, desain unik, edukatif. Selain jawaban dari wawancara, penulis telah mengumpulkan jawaban survey sebagai berikut:

Kesan apa yang anda lihat dari produk tas bekal anak ini:



Gambar 4
Chart kesan responden

Dari diagram diatas kesan unik, edukatif dan menarik memiliki presentase terbesar diantara jawaban yang lain. Jawaban Unik menunjukkan bahwa desain tas bekal telah membuat sebuah diferensiasi produk yang membedakan produk ini dengan produk tas lain yang beredar di pasaran.

Setelah dilakukannya wawancara, berdasarkan dari jawaban para responden maka diperoleh hasil bahwa kesan menarik perhatian menjadi kesan paling besar terhadap pemilihan produk. Selain kesan menariknya produk, kesan warna yang bagus menjadi kesan berikutnya. Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Pada desain tas bekal ini efek atau kesan yang ingin ditimbulkan yaitu warna dapat memberi kesan ceria, dinamis, sesuai dengan karakter anak-anak.



Gambar 5
Variasi pilihan desain tas bekal

Desain tas yang multi fungsi juga menjadikan produk terkesan unik, yaitu adanya booklet edukasi, bahan *insulated* pada bagian dalam tas, dan gambar karakter keindonesiaan yang menjadikan produk terkesan unik. Edukatif adalah kesan terakhir yang diberikan responden dalam menilai produk. Kesan edukatif menurut responden dapat dilihat lewat booklet edukasi yang diberikan.

Berdasarkan jawaban responden hasil wawancara menunjukkan bahwa kesan visual yang ingin disampaikan desainer dapat tersampaikan dengan baik. Artinya desain yang dibuat dengan konsep menarik, unik, dan edukatif dapat sesuai dengan persepsi responden.

Untuk melengkapi hasil analisis, penulis melakukan wawancara kepada empat orang anak usia 4, 5 dan 7 tahun dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka akan produk dari sisi pengguna. Pertanyaan yang dikemukakan adalah: Bagaimana pendapat mengenai tas jika dilihat dari warna, gambar, dan bentuk? Apakah suka dengan tas tersebut? Jika dibeli oleh orang tuanya apakah mereka mau memakainya? Jawaban dari anak-anak itu memang terkesan seragam, karena diwawancara pada saat yang bersamaan. Mereka semua menjawab suka dengan tas yang mereka lihat, namun masing-masing memiliki

preferensi warna dan gambar masing-masing. Dua anak laki-laki memilih gambar harimau sumatera dengan warna merah biru karena menurut mereka gambar harimau semestinya memang untuk laki-laki sementara gambar burung cendrawasih atau badak jawa yang berwarna ungu lebih cocok untuk perempuan.

Edisi Warna Tas Sesuai Jenis Kelamin



Gambar 6
Edisi warna sesuai jenis kelamin perempuan
(*cendrawasih pink pastel*)



Gambar 7
Edisi warna sesuai jenis kelamin perempuan
(*tapir green light*)



Gambar 8

Edisi warna sesuai jenis kelamin laki-laki
(*harimau red blue*)



Gambar 9
Edisi warna sesuai jenis kelamin laki-laki
(*Orangutan tosca*)



Gambar 10
Edisi warna sesuai jenis kelamin laki-laki
(*Badak dark purple*)

Pengembangan Nilai Edukasi

Untuk mengetahui sejauh mana responden menerima nilai edukasi, maka penulis membuat beberapa pertanyaan. Untuk item pertanyaan pertama yaitu menanyakan pendapat tentang kegunaan booklet pengetahuan kepada responden, semua responden menjawab senang dengan adanya booklet tersebut, mereka berpendapat bahwa buku itu dapat menambah pengetahuan anak-anaknya, sedangkan untuk orangtua yang anaknya belum bisa membaca, mereka membacakan buku tersebut sambil diperlihatkan gambarnya kepada anak-anak mereka. Responden menilai adanya booklet sangat menarik, cocok untuk jari anak yang kecil sehingga memudahkan mereka untuk membuka-buka halaman. Responden mengusulkan beberapa ide tema pengeta-

huan yang bisa menjadi pengetahuan berikutnya diantaranya adalah: pahlawan Indonesia, flora Indonesia, *superhero* khas Indonesia, baju adat, rumah adat, dan *landmark* terkenal Indonesia.

Dari beberapa jawaban tersebut, didapatkan bahwa booklet pengetahuan dapat diterima dan bahkan responden menyukainya karena dapat menambah pengetahuan anak-anaknya. Sementara itu jika dilihat dari sudut pandang anak-anak sebagai pengguna, penulis menanyakan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan booklet. Pertanyaan yang ditanyakan adalah; Apakah suka dengan buku yang ada? Coba dibacakan bukunya? Apakah mengerti dengan isi bukunya?

Awalnya anak yang berusia lebih besar diminta untuk membacakan cerita yang ada kepada temannya yang lebih kecil dan belum bisa membaca. Ketika ditanyakan apakah mengerti dengan isi bukunya, mereka menjawab mengerti dan jadi tahu tentang binatang badak Jawa yang sudah hampir punah. Pertanyaan selanjutnya adalah apakah mereka telah mengetahui tentang hewan badak Jawa tersebut, anak yang membaca menjawab bahwa mereka belum tahu pengetahuan tersebut dan di sekolah pun belum diajarkan. Masukan dari audiens anak-anak tersebut adalah mereka menanyakan apakah ada buku seri lain yang bisa mereka baca, sedangkan penulis hanya menyediakan satu buah buku *mock up* seri badak dan tidak bisa menyediakan buku seri lainnya. Mereka ingin mengetahui cerita dibalik hewan lain yang ada pada tas yang lainnya. Dari hasil wawancara ini dapat disimpulkan bahwa anak-anak yang lebih besar memiliki rasa ingin tahu tentang hewan yang ada pada tas dan mereka menyukai buku karena menambah pengetahuan.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini didapatkan beberapa kesimpulan melalui wawancara mendalam dan survey kepada responden,

yaitu sebagian besar responden menunjukkan ketertarikan kepada produk tas bekal makan yang bermuatan nilai edukasi, karena menurut mereka hal itu bisa menambah pengetahuan anak. Masukan yang paling banyak adalah tentang warna, desain dan keunikan tas.

Sedangkan responden anak-anak memiliki keingintahuan lebih besar mengenai binatang langka Indonesia, hal ini ditunjukkan dengan mereka meminta booklet dari seri binatang lainnya. Anak-anak sebagai pengguna produk menyukai warna tas sesuai dengan gender, anak laki-laki lebih menyukai warna yang kuat seperti merah atau hitam sedangkan anak perempuan lebih menyukai warna lembut seperti pink atau ungu.

Penulis berharap desain produk tas bekal makan ini dapat memfasilitasi kebutuhan anak-anak usia dini akan pengetahuan keanekaragaman hayati yang diterjemahkan dalam produk sehari-hari, dimana belajar tidak hanya sebatas ruangan kelas namun juga pengalaman. Melalui desain tas bekal, anak akan mengenal keanekaragaman hayati terutama hewan khas Indonesia yang telah punah dan jarang mereka lihat di kehidupan sehari-hari. Pengenalan wawasan dan budaya hendaknya dimulai sejak dini, jika produk sejenis menempelkan tokoh-tokoh populer masa kini, bukan tidak mungkin penulis dapat mempopulerkan karakter wawasan Indonesia.

Daftar Pustaka

- Sachari, Agus. (2007). *Budaya Visual Indonesia*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sachari, Agus. (2005). *Pengantar Metode Penelitian Budaya Rupa*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Oehlke, Horst. (2009). *Semiotika Visual dan Semantika Produk*, Susann Vihma (Ed.), Seppo Vakeva(2nd ed.). Yogyakarta: Jalasutra.

- Lawson, Bryan. (2010). *Bagaimana cara berpikir desainer*, Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi.
- Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, Jakarta: Arte Intermedia.
- O' Grady, Visocky, Jennifer. (2006). *A Designer's Research Manual*, United States: Rockport.
- Fakta tentang Satwa Liar Indonesia. Diakses dari <http://www.profauna.net/id/fakta-satwa-liar-di-indonesia#.YwI21OxBxQJ>
- Muharti, A. (2012, 6 September). Bukan Sekedar Identitas - Kualitas Desain Bakal Tingkatkan Daya Saing Produk. Diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/18658/Kualitas-Desain-Bakal-Tingkatkan-Daya-Saing-Produk>.