

PERANCANGAN PERHIASAN SEBAGAI MEDIA PENYAMPAI PESAN ROMANTIK DENGAN MENGADOPSI SISTEM PUZZLE BOX

Dimi Goutami^{1,*}, Ingrid Indah Dianita²

^{1,2}Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

*dimigoutami97@gmail.com

ABSTRAK. Salah satu fungsi perhiasan yang mendasar adalah sebagai bentuk menyatakan perasaan bagi orang yang dikasihi. Perhiasan dianggap memiliki nilai yang baik dilihat dari segi material yang dipakai yang pada umumnya emas dan perak. Sayangnya, perhiasan yang diberikan sebagai wujud menyatakan perasaan cinta, cenderung memiliki bentuk-bentuk yang sama dan tidak berkembang. Sebagai contohnya adalah perhiasan dengan ukiran nama atau tanggal tertentu yang cukup berkembang pesat saat ini. Sebagai desainer, penulis berkenan untuk menghadirkan inovasi pada perhiasan yang berfungsi sebagai media penyampaian pesan romantis dengan menambahkan aspek tantangan dan efek kejutan yang belum dihadirkan pada perhiasan dengan tujuan yang sama.

Kata kunci: perhiasan, inovasi, romantis.

ABSTRACT. One of key function of jewelry is as a type of form to express emotion to people we loved. Jewelry considered to have great value in materials that are used, such as silver and gold. Unfortunately, jewelry that used to express love tend to use the same shapes and over used. As an example, a jewelry with dates or names engraved. As a designer, writer wants to present an innovation to the jewelry used as a media to express romantic feeling by adding challenging and surpriseing aspects that are not yet appear in a jewelry with the same purpose.

Keywords: jewelry, innovative, romantic.

PENDAHULUAN

Menurut Abraham Maslow dalam teori Hierarki, manusia memiliki 5 kebutuhan dasar yang diperlukan manusia dalam mempertahankan keseimbangan fisiologis maupun psikologis, salah satunya dan berada pada urutan ketiga dalam teori ini adalah kebutuhan mencintai dan dicintai (Potter dan Patricia, 1997).

Sejarah manusia menuliskan bahwa salah satu cara menyampaikan kebutuhan tersebut adalah melalui sebuah perhiasan.



Gambar 1. Perhiasan dengan Pesan
Sumber: www.Pinterest.com, 2019

Sayangnya, meski tren perhiasan dengan pesan meningkat, cara-cara yang dihadirkan dalam menyampaikan pesan romantis masih cenderung sama. Misalnya, cincin dengan berlian 1 karat adalah cincin yang digunakan untuk melamar. Adapula tren perhiasan

personalisasi dengan pesan yang sering muncul saat ini, dilakukan dengan teknik engrave atau mengukir. Adapun pesan yang terukir biasanya pesan-pesan motivasi, pesan romantis juga biasanya nama pengguna atau tanggal-tanggal penting.

Berangkat dari fenomena ini, sebagai seorang desainer, penulis hendak menghadirkan sebuah inovasi khususnya pada perhiasan dengan pesan romantis.

Menurut Marc Hassenzahl dan Sarah Diefenbach dalam jurnalnya yang berjudul "Well-being, need fulfillment, and Experience Design" (2012), mengutarakan bahwa menciptakan produk bukan sekedar memenuhi kebutuhan, melainkan untuk menimbulkan sebuah pengalaman yang berarti. Pernyataan ini sejalan dengan pernyataan Aaron Walter, masih dalam bukunya yang berjudul Designing for Emotion, bahwa peristiwa bermuatan emosional akan lebih bertahan lama dalam memori seseorang.

Lantas, bagaimana menciptakan emosi tersebut melalui sebuah produk? Penulis banyak melakukan studi literatur untuk menemukan cara-cara lain yang dapat membangun

peristiwa emosional pada perhiasan dengan pesan romantis didalamnya. Penulis menemukan bahwa salah satu caranya adalah kegiatan problem solving atau memecahkan masalah. Saat peristiwa emosional terjadi, bagian otak yang merespon adalah bagian otak yang sama dengan yang digunakan manusia untuk memecahkan sebuah masalah. Selain itu, pada hirarki kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow (1943) ditulis bahwa kebutuhan manusia bila kebutuhan primernya telah terpenuhi adalah kebutuhan aktualisasi diri dimana salah satu caranya adalah dengan menjadi kreatif baik dalam menciptakan karya ataupun memecahkan sebuah masalah.

Hasil studi literatur di atas membimbing penulis menuju pada sistem dan nilai filosofi sebuah puzzle box. Puzzle box dirasa dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi manusia melalui penyelesaian masalah, sebab untuk dapat membukanya, pengguna harus menyelesaikan teka-teki tersebut. Selain itu, dari hasil kuisisioner yang telah disebar oleh penulis, tidak sedikit yang mengatakan bahwa dirinya merasa tertantang untuk dapat menyelesaikan sebuah puzzle. Hal ini membuktikan pernyataan Eun-Young Park, Young-Ho Park dalam jurnalnya yang berkaitan, bahwa menyelesaikan puzzle game memberikan kepuasan tersendiri bagi seseorang. Inilah yang menjadi dasar penulis, untuk mengangkat puzzle sebagai salah satu cara mewujudkan sebuah pengalaman berarti pada sebuah perhiasan dengan pesan romantis didalamnya.

METODE PENELITIAN

Proses awal metode perancangan adalah dengan melakukan observasi mengenai macam-macam pesan dan cara menyampaikannya, dilanjutkan dengan observasi macam-macam puzzle box yang terdapat diseluruh dunia kemudian melakukan proses brainstorming. Setelah itu dilanjutkan dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan pendekatan langsung melalui observasi, kuisisioner, wawancara, dan hasil eksperimen atau ujicoba. Sedangkan data sekunder merupakan data valid yang diperoleh dari buku, internet atau media komunikasi visual lainnya seperti koran maupun majalah. .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian penulis menghasilkan sebuah produk dengan kriteria desain yang dapat dilihat melalui poin 5W + 1H berikut ini.

What

Perhiasan dengan fungsi penyampai pesan romantis yang dipadukan dengan puzzle box.

Who

Perancangan produk ini diperuntukan bagi pasangan kekasih dalam rentang umur 16-35 tahun. Produk dirancang tidak hanya sekedar menyampaikan pesan romantis secara sederhana, melainkan turut menyertakan sebuah aktivitas pemecahan masalah didalamnya melalui sistem teka-teki dari puzzle box yang dihadirkan. Pada jarak umur tersebut, kemampuan kognitif seseorang dapat dikatakan berada pada masa yang paling baik sehingga dirasa cocok dengan produk dari perancangan ini.

Sementara itu, produk ini ditujukan untuk kelas menengah keatas, oleh karena kelompok yang memiliki kemampuan untuk mengekspresikan perasaannya melalui perhiasan adalah kalangan menengah keatas.

When

Produk dirancang sebagai sebuah hadiah yang diberikan oleh pasangannya, sehingga waktu-waktu yang dirasa tepat tentunya adalah momen yang dirasa penting bagi masing-masing pasangan. Sebagai contoh adalah perayaan ulang tahun, perayaan hari jadi, dan lain sebagainya.

Where

Mengingat bahwa perhiasan ini membawa pesan penting menyangkut hubungan antara 2 manusia, produk diharapkan dapat selalu dekat dengan penggunaannya. Maka dari itu, produk dirancang untuk dapat digunakan pada lokasi untuk beraktivitas sehari-hari, dengan tujuan, pesan yang diberikan oleh pasangannya akan terasa dekat dengan pemilikinya karena dapat dipakai kapan saja dan dimana saja.

Why

Sangat disayangkan meski dengan berkembangnya tren perhiasan saat ini namun pesan romantis yang hendak disampaikan melalui sebuah perhiasan hanya disampaikan dengan cara-cara yang relatif sama. Maka dari itu, sebagai seorang desainer, penulis hendak melahirkan inovasi dengan cara mencari kebutuhan-kebutuhan lain yang diharapkan manusia dari sebuah produk khususnya perhiasan.

How

Perhiasan dengan fungsi penyampai pesan

romantis akan dipadukan dengan teka-teki dan pergerakan-pergerakan yang terdapat pada puzzle box. Produk dirancang agar penerimanya mendapatkan sebuah kejutan yakni pesan romantis dari pasangannya. Pesan hanya dapat terlihat atau terbaca apabila teka-teki telah terpecahkan sehingga memberikan sebuah pengalaman emosional dengan harapan tidak lekang dalam ingatan penerimanya.

KESIMPULAN

Penggabungan antara perhiasan dengan fungsi media penyampai pesan dengan pergerakan-pergerakan yang diadopsi dari sistem puzzle box berhasil melahirkan inovasi baru khususnya dalam bidang perhiasan.

Namun, tidak dapat dipungkiri proses pembuatan perhiasan berbahan dasar perak dengan sistem-sistem pergerakan seperti ini dapat dikatakan cukup sulit dan memakan waktu yang lama. Ditambah lagi dengan keawetan produk yang belum dapat diketahui hingga saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada pembimbing penulis yakni Ingrid Dianita, S.Sn, GIA AJP, yang telah membimbing penulis selama kurang lebih delapan bulan membuat karya ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

Walter, A. (2011). Designing for emotion. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Diefenbach, S., Hassenzahl, M., Eckoldt, K., Laschke, M., Diefenbach, S., Preim, B., ... Kim, J. (2012). Well-being, need fulfillment, and experience design. *Konstruktion Und Gebrauch von Sprachbildern*, 7(3), 272 S. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-13464-8>

Nur Afiqah Wan Mansor, N. H. J. (2016). Makna Implisit Bahasa Kiasan Melayu : Mempertalikan Komunikasi , Kognisi Dan Semantik the Implicit Meaning in Malay Figurative Language : Synergising Communication ,. *Jurnal Komunikasi*, 32(1), 189–206. <https://doi.org/10.1016/j.amc.2018.05.060>

Park, E.-Y., & Park, Y.-H. (2010). A Hierarchical Interface Design of a Puzzle Game for Elementary Education. *International Journal of U- & E-Service, Science & Technology*, 3(2), 43–50. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login>.

[aspx?direct=true&db=aph&AN=52868773&site=ehost-live&scope=site](https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004)

Chawda, B., Craft, B., Cairns, P., Heesch, D., & Rüger, S. (2005). Do “attractive things work better”? An exploration of search tool visualisations. 19th British HCI Group Annual Conference: The Bigger Picture, 46–51.

Dagleish, T., Williams, J. M. G. ., Golden, A.-M. J., Perkins, N., Barrett, L. F., Barnard, P. J., ... Watkins, E. (2007). [No Title]. *Journal of Experimental Psychology: General* (Vol. 136).