

Penerapan Elemen Visual Indonesia di Era 70-an dan 80-an sebagai Inspirasi Produk Keramik Peralatan Saji

Cindy Fransiska

Program Studi Desain Produk, Universitas Agung Podomoro
cindy.fransiska@podomorouniversity.ac.id

Aloysius Baskoro Junianto

Program Studi Desain Produk, Universitas Agung Podomoro
aloyusius.baskoro@podomorouniversity.ac.id

ABSTRAK

Fenomena nostalgia *marketing* telah menjadi tren di kalangan bisnis dan dipergunakan untuk menarik perhatian konsumen secara emosional. Langkah signifikan yang sering dilakukan adalah dengan menawarkan produk bergaya desain retro yang dapat menggerakkan konsumen untuk mendapatkan pengalaman emosional tertentu. Di Indonesia, langkah tersebut dinilai efektif dengan menerapkannya di bidang industri kreatif lokal, salah satunya adalah pada sub sektor kriya seperti keramik dengan berupaya menerapkan gaya retro sebagai nilai tambah. Elemen visual dari era 70-an dan 80-an di Indonesia diyakini juga memiliki daya tarik untuk dijadikan inspirasi dalam pengembangan produk keramik. Penelitian ini ditujukan untuk melihat sejauh mana elemen visual di era tersebut dapat diterapkan dalam proses perancangan produk keramik khususnya produk peralatan saji. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis tinjauan desain untuk menggali elemen-elemen visual Indonesia era 70-an dan 80-an yang khas melalui analisis artefak pada media cetak. Studi literatur dan survei digunakan untuk menggali minat konsumen. Hasil analisis data adalah penggunaan jenis warna yang panas, komposisi tata letak yang mengarah ke atas dan tengah, garis horizontal, vertikal, diagonal, serta bentuk lingkaran dan persegi yang akan diterapkan sebagai konsep desain peralatan saji. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen visual Indonesia era 70-an dan 80an dapat memberikan nilai lebih pada produk keramik peralatan saji bergaya retro.

Kata Kunci: Elemen Visual, Tinjauan Desain, Keramik, Peralatan Saji, Retro

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran yang menitikberatkan aspek emosional, mendorong perusahaan untuk menggali cara baru dalam memasarkan produk. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan kekuatan nostalgia yang dikenal sebagai nostalgia *marketing*. Sejumlah perusahaan melihat peluang ini dan berlomba memunculkan produk bergaya retro. Perpaduan aspek nostalgia beserta unsur baru dari zaman modern dilakukan untuk merealisasikan hal tersebut (Friedman 2016). Tren retro yang sedang naik daun diperkirakan masih akan terus berlanjut hingga batas waktu yang belum diketahui (Julian 2019). Retro adalah gaya yang diadaptasi dari era 50-an hingga 80-an, dengan menghidupkan kembali ciri dari gaya desain yang populer pada era tersebut (Kurniawan 2017).

Di Indonesia, era 50-an hingga 80-an dapat dibedakan menjadi dua periode yang berbeda. Era 50-an dan 60-an termasuk dalam masa pemerintahan orde lama dimana sistem pers menitikberatkan pada kebebasan dan sebagai alat komunikasi politik. Sementara di era 70-an dan 80-an, masa pemerintahan orde baru menekankan sistem pers Pancasila dimana memiliki ciri bebas dan bertanggung jawab (Pratama 2020). Hal ini sedikit banyak memberikan dampak pada perubahan budaya visual di Indonesia. Era 70-an menjadi era berkembangnya gaya desain *Pop* secara masif yang diaplikasikan pada berbagai hal dalam kehidupan sehari-hari. Gaya visual yang lahir di era 70-an hingga 80-an diyakini dapat menjadi satu bentuk inspirasi untuk diterapkan dalam desain produk saat ini (Sachari 2007, 1-2). Salah satu contoh dari penerapan budaya visual yakni penerapan pada produk peralatan saji berbahan keramik. Keramik adalah salah satu jenis kerajinan tradisional yang menjadi akar dalam perkembangan seni dan kebudayaan masyarakat Indonesia yang terus didorong oleh pemerintah melalui peningkatan kualitas dari segi desain produk. Ketersediaan bahan baku berupa sumber daya alam lokal menjadikan industri keramik sebagai sektor unggulan yang akan terus dikembangkan oleh pemerintah (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia [Kemenperin] 2018).

Keunikan elemen visual Indonesia dari era 70-an dan 80-an perlu digali mengingat adanya peluang terbuka akan produk bergaya desain retro. Artefak berupa media cetak Indonesia dinilai tepat untuk menganalisis elemen visual yang mampu menjadi representasi era. Penelitian ini ditujukan untuk melihat sejauh mana elemen visual di era 70-an dan 80-an Indonesia dapat diterapkan dalam proses perancangan produk keramik khususnya produk peralatan saji. Selain itu, penelitian juga diharapkan mampu memenuhi permintaan pasar akan produk bergaya desain retro serta meningkatkan kualitas desain produk keramik dalam rangka mendukung pemerintah.

KAJIAN TEORI

Nostalgia Marketing

Nostalgia *marketing* tidak hanya fokus menjual produk saja tetapi juga memasukkan unsur emosi di dalamnya. Banyak riset yang telah membuktikan bahwa nostalgia *marketing* semakin menonjol pada dunia pemasaran (Cui 2015). Hal ini juga didukung dengan alasan sebuah *brand* mau melakukan nostalgia *marketing*, diantaranya adalah sebagai alternatif untuk melestarikan budaya *brand*, mengurangi resiko kegagalan memasarkan produk baru, dapat memanfaatkan sumber daya yang telah ada, serta menjadi produk andalan untuk mengalahkan kompetitor (Pir 2019, 617).

Budaya Visual

Budaya visual merupakan peninggalan kebudayaan yang diwariskan oleh manusia baik berupa kebudayaan konsep ataupun kebudayaan materi yang dapat dilihat oleh indera visual secara langsung ataupun dipahami dengan baik oleh pemikiran manusia yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidupnya (Sachari 2007, 1).

Budaya visual terdiri dari beragam aspek yang berkaitan dengan wujud warisan manusia baik berupa fenomena inderawi yang kasat mata maupun fenomena sosial yang dapat dipahami dengan baik oleh manusia (Sachari 2007, 2). Kedua fenomena tersebut tidaklah dapat dipisahkan karena telah secara esensial bersama-sama membentuk sebuah budaya visual melalui elemen-elemen visual (Piliang 2018, 278).

Tinjauan Desain

Tinjauan desain adalah ilmu untuk mengamati dan mengkaji fenomena desain secara kritis yang kemudian diikuti dengan pendeskripsian atau pengkritikan terhadap fenomena tersebut (Sachari and Sunarya 2000, 162). Tinjauan desain dapat berfungsi untuk menjembatani antara desainer dengan pembaca sebab dalam prosesnya melalui tahapan melihat, menilai, dan mempelajari secara cermat suatu karya seni (Ardhianto 2016, 16).

Dasar Seni dan Desain

Dasar seni dan desain yang terdiri dari elemen dan prinsip desain perlu dipelajari dalam proses pendesainan sebagai pedoman untuk memiliki kepekaan yang baik secara estetis dan teknis (Kusumarini 2005, 32). Elemen desain merupakan bahan untuk menyusun desain yang saling berkaitan satu dengan lainnya dan diterapkan pada semua karya seni tanpa kecuali. Prinsip desain adalah sisi ilmiah dari sebuah karya seni dimana merupakan acuan untuk menganalisis nilai seni pada suatu karya (Sanyoto 2010, 7-9).

Keramik

Keramik merupakan suatu seni dengan memanfaatkan tanah liat dan pewarnaan glasir untuk menciptakan sebuah karya fungsional (Astuti 2008, 1). Tanah liat sebagai material dasar pembuatan keramik adalah tanah yang bersifat liat serta mengandung silica aluminium dan air sehingga memudahkan proses pembentukannya (Gautama 2011, 16).

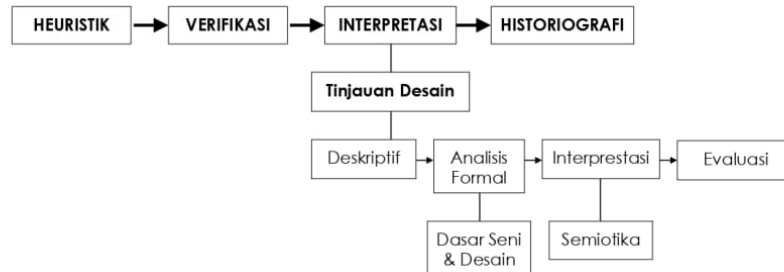
Peralatan Saji

Peralatan saji merupakan alat yang digunakan untuk menyajikan makanan atau minuman dimana dapat terbuat dari keramik (*chinaware*), kaca (*glassware*), ataupun besi (*silverware*) sebagai material dasarnya (Insani, Nikmawati and Mahmudatussa'adah 2016, 9-10). Peralatan saji jenis keramik atau *chinaware* dapat dibedakan menjadi enam jenis yaitu piring, gelas, teko, kendi, mangkok, dan aksesoris lain (Marsum 2005, 27).

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut I Made Winartha (2006) metode penelitian kualitatif fokus menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan, baik berupa hasil wawancara ataupun pengamatan mengenai masalah yang diteliti di lapangan. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian historis dengan menerapkan teori tinjauan desain dalam

proses analisisnya. Penelitian historis atau sejarah merupakan metode penelitian berupa aturan dan prinsip yang sistematis untuk mengumpulkan sumber-sumber sejarah, menilainya dengan cara yang kritis, dan menafsirkannya untuk dijadikan hasil kesimpulan (Garraghan 1957, 33).

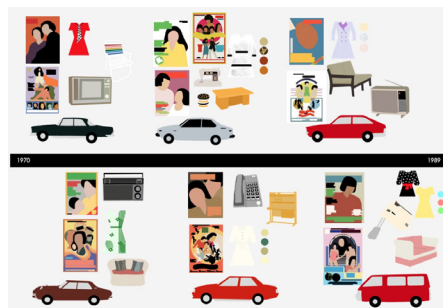


Gambar 1 Pendekatan Penelitian. (Sumber: Fransiska, 2021)

Objek penelitian adalah elemen visual Indonesia era 70-an dan 80-an. Sumber data primer berupa artefak media cetak Indonesia yang terdiri atas majalah Vista, Femina, Gadis, Kartini, beserta poster film Indonesia, lalu juga dengan mengumpulkan data observasi lapangan dan melakukan survei secara daring. Analisis dilakukan terhadap elemen visual dan tren pasar produk keramik peralatan saji. Hasil analisis dijadikan sebagai inspirasi konsep desain produk keramik peralatan saji.

PEMBAHASAN

Artefak media cetak berupa majalah dan poster film Indonesia yang terbit di era 70-an dan 80-an, dijadikan sebagai sumber data primer untuk dianalisa elemen visualnya. Proses menganalisis data dilakukan dengan membagi masing-masing era menjadi tiga era bagian dimulai dari awal, tengah, hingga akhir dari era tersebut. Elemen visual yang diolah terbagi menjadi dua kategori yaitu desain grafis dan desain produk. Kategori desain grafis yang dibahas terdiri dari sampul majalah dan poster film, sedangkan untuk desain produk, yang dibahas terdiri dari bidang *fashion*, elektronik, otomotif, dan mebel. Keseluruhan elemen visual secara satu persatu diolah menggunakan teori tinjauan desain. Kemudian, elemen visual yang diolah disimpulkan dengan cara menghitung frekuensi kemunculan elemen yang ada seperti tipografi, elemen dan prinsip desain.



**Gambar 2 Perkembangan Elemen Visual Indonesia Era 70-an dan 80-an.
(Sumber: Fransiska, 2021)**

Pengumpulan data mengenai tren pasar juga dilakukan untuk mengetahui selera pasar akan produk keramik peralatan saji yang ada saat ini serta untuk dijadikan sebagai arahan dalam mendesain produk. Data tren pasar dikumpulkan menggunakan dua teknik yaitu teknik observasi dan teknik survei yang dilakukan secara daring. Berdasarkan kesimpulan hasil analisis elemen visual dan tren pasar, maka diperoleh kesimpulan final untuk dijadikan konsep dasar mendesain peralatan saji produk keramik. Produk keramik peralatan saji akan didesain untuk perempuan dengan mempertimbangkan segi estetika yang dalam proses desainnya dengan mengambil data kesimpulan elemen desain budaya visual seperti garis, bentuk, warna, keselarasan warna, dan jenis warna, tipografi serta prinsip desain berupa komposisi tata letak, proporsi, keseimbangan, dan irama. Kemudian untuk bentuk peralatan saji yang didesain adalah berdasarkan hasil survei yakni *bell mug*, *round plate*, dan *cedar shape bowl*. Selain itu, desain produk keramik peralatan saji juga difokuskan untuk keperluan domestik atau rumah tangga dengan harga yang terjangkau di antara Rp.100.000 hingga Rp.400.000.



Gambar 3 Hasil Analisis Data. (Sumber: Fransiska, 2021)

Sketsa ide kemudian dilakukan dengan menyesuaikan *moodboard* bertemakan *vivid geometric* yang telah dibuat. *Moodboard* dibuat dengan fokus mengarah pada bentuk geometris serta penggunaan jenis warna yang panas.



Gambar 4 Moodboard dan Sketsa Ide. (Sumber: Fransiska, 2021)

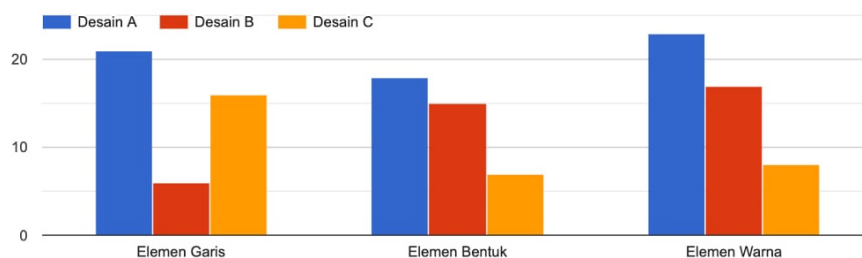
Setelah membuat sketsa ide, beberapa desain yang terpilih dikembangkan secara lengkap untuk jenis peralatan sajanya berupa piring, mangkok dan gelas.



Gambar 5 Alternatif Desain. (Sumber: Fransiska, 2021)

Alternatif desain yang dibuat kemudian dilakukan survei evaluasi untuk memastikan kesesuaian desain. Berdasarkan survei, terdapat 38 responden yang memberikan tanggapan dan hasilnya adalah desain A dinilai paling mendekati gaya retro berdasarkan elemen garis, bentuk, dan juga warna yang terlihat mendominasi grafik.

Elemen desain yang menimbulkan gaya retro pada DESAIN A, B, dan C



Gambar 6 Evaluasi Desain. (Sumber: Fransiska, 2021)

Desain A kemudian dilanjutkan ke tahapan pembuatan prototype menggunakan material keramik.

KESIMPULAN

Elemen visual dari era 70an dan 80-an di Indonesia diyakini memiliki daya tarik untuk dijadikan inspirasi dalam pengembangan produk keramik. Hasil analisis data berupa elemen visual dan tren pasar juga dapat dijadikan sebagai pedoman untuk mendesain produk bergaya retro Indonesia khususnya dari era 70-an dan 80-an. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen visual Indonesia era 70-an dan 80an dapat memberikan nilai lebih pada produk keramik peralatan saji bergaya retro.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhianto, Peter. 2016. "Tinjauan Desain pada Karya Poster; Studi Kasus Seri Poster "Marlyn Fish 2009"." *Andharupa* 2 (1): 15-22. doi:10.33633/andharupa.v2i01.1040.
- Astuti, Ambar. 2008. *Keramik Ilmu dan Proses Pembuatannya*. Yogyakarta: Arindo Nusa Media.
- Cui, R. B. 2015. "A Review of Nostalgic Marketing." *Journal of Service Science and Management* 8: 125-131. <http://dx.doi.org/10.4236/jssm.2015.81015>.
- Friedman, Lauren. 2016. "Why Nostalgia Marketing Works So Well With Millennials,

- And How Your Brand Can Benefit.” *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/laurenfriedman/2016/08/02/why-nostalgia-marketing-works-so-well-with-millennials-and-how-your-brand-can-benefit/?sh=1be420873636>.
- Garraghan, Gilbert Joseph. 1957. *A Guide to Historical Method*. New York: Fordham University Press.
- Gautama, Nia. 2011. *Keramik Untuk Hobi dan Karir*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Insani, Hurry Mega, Ellis Endang Nikmawati, and Ai Mahmudatussa'adah. 2016. “Analisis Pengetahuan Peralatan Boga Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Boga dalam Ujian Seni Tata Hidang.” *Media Pendidikan, Gizi dan Kuliner* 5 (1): 8-16. <https://ejournal.upi.edu/index.php/Boga/article/viewFile/8428/5306>.
- Julian, Muhammad. 2019. “Tak Hanya Pakaian Jadi, Tren Retro Juga Menjangkiti Produk Sepeda Motor.” *Kontan.co.id*. <https://industri.kontan.co.id/news/tak-hanya-pakaian-jadi-tren-retro-juga-menjangkiti-produk-sepeda-motor>.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia [Kemenperin]. 2018. *Industri Keramik Perlu Modernisasi Pabrik Guna Tingkatkan Kualitas Desain*. Maret 15. <https://kemenperin.go.id/artikel/18936/Industri-Keramik-Perlu-Modernisasi-Pabrik-Guna-Tingkatkan-Kualitas-Desain>.
- Kurniawan, Fachri Dwi. 2017. *Desain Furnitur : Review gaya desain Retro, Vintage, Industrial Design, Kontemporer*. Institut Seni Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.
- Kusumarini, Yusita. 2005. “Unsur Desain (Spesifik) Dalam Pembelajaran Dasar Desain Interior.” *Dimensi Interior* 31-43. doi:<https://doi.org/10.9744/interior.3.1>.
- Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Piliang, Yasraf Amir. 2018. *Medan Kreativitas: Memahami Dunia Gagasan*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Pir, Esra Özkan. 2019. “Nostalgic Evolution of Marketing: Retro Marketing.” *The Journal of Social Science* 3 (6): 613-624. doi:10.30520/tjsosci.616780.
- Pratama, Cahya Dicky. 2020. “Pers di Era Orde Baru.” *Kompas*. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/22/165353669/pers-di-era-orde-baru?page=all>.
- Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sachari, Agus, and Yan Yan Sunarya. 2000. *Pengantar Tinjauan Desain*. Bandung: Penerbit ITB.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *NIRMANA: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Winartha, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.