

Pengembangan Desain Wadah Set Keramik Terinspirasi oleh Metafora Bunga dengan Pendekatan Semantik

Kendall Malik¹, Ferry Fernando², Maulid Hariri Gani³

^{1,2,3}Institut Seni Indonesia Padangpanjang

kendall.malik@gmail.com

Abstract

Ceramics is a craft that has been done for generations, with many variations that have appeared. Ceramic products are usually used by the community as a specific container for events and other needs. Besides that, ceramics can serve as ornament in residential interior. This research focused on container set products (sugar, coffee, tea) by using floral shapes as inspiration for the development of ceramic product designs with a semantic approach. The development of the design of this ceramic set container makes the theme of its development focused on taking flower plants as objects. The design of a product is of course carried out in a two-dimensional form, namely through an alternative design that is carried out on paper, but the embodiment in the design is of course carried out also in a three-dimensional form, namely a prototype. This project is an attempt to introduce ideas through information regarding the identity of a particular object that gives birth to a novelty object without abandoning its identities and an effort to develop designs for UMKM engaged in clay materials, especially ceramics, which can be developed massively and become competitive both in national and international markets.

Keywords: Set Container, Ceramics, UMKM, Flower, Semantics.

Abstrak

Keramik merupakan sebuah karya yang sudah dikerjakan secara turun temurun yang dapat dilihat begitu banyak variasi-variasi yang bermunculan. Produk keramik biasanya digunakan oleh masyarakat sebagai wadah tertentu dalam suatu acara dan kebutuhan lainnya, selain itu keramik dapat berfungsi untuk penunjang dalam sebuah interior rumah hunian. Penelitian ini difokuskan produk set wadah (gula, kopi, teh) dengan menggunakan bentuk flora sebagai inspirasi pengembangan desain produk keramik dengan pendekatan semantik. Pengembangan desain wadah set keramik ini menjadikan tema pengembangannya difokuskan dengan mengambil tumbuhan bunga sebagai objek. Perancangan sebuah produk tentunya dilakukan ke dalam bentuk dua dimensi yaitu melalui alternatif desain yang dilakukan diatas kertas namun perwujudan dalam perancangan tentu dilakukan juga dalam bentuk tiga dimensi yaitu prototype. Proyek ini merupakan usaha untuk memberikan gagasan dalam sebuah desain yang dimiliki identitas objek tentu dan bentuk yang baru tertentu tanpa meninggalkan jatidirinya serta usaha dalam mengembangkan desain kepada UMKM yang bergerak di bahan tanah liat yang khususnya keramik yang dapat dikembangkan secara masif dan bersaing secara kompetitif di bangsa pasar.

Kata kunci: Wadah Set, Keramik, UMKM, Bunga, Semantik.

Judikatif is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



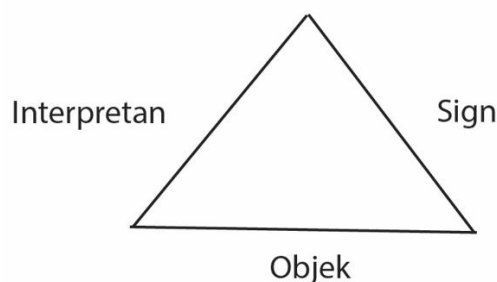
1. Pendahuluan

Zaman sekarang, terlihat berbagai macam variasi produk-produk menggunakan material keramik. Keramik merupakan sebuah karya yang sudah dikerjakan secara turun temurun yang dapat dilihat begitu banyak variasi-variasi yang bermunculan. Dulunya keramik ini awalnya nene moyang memulai dengan gerabah. Gerabah merupakan artefak yang masih ada sampai saat sekarang diberbagai daerah-daerah di Indonesia. Gerabah ini dapat dikatakan artefak tradisi yang masih digunakan sampai sekarang dan pembuatannya masih melakukan secara manual. Menurut Bapak adhi Nugraha bahwa artefak tradisi merupakan hasil pembelajaran selama ribuan tahun pengalaman yang mengandung nilai-nilai estetika dan

fungsi, tujuan fisik dan ideologis, serta keputusan ekonomi dan ekologi [1]. Semua factor tersebut merupakan cerminan dari identitas local. Akan tetapi diangkatnya kembali nilai-nilai tradisi ke dalam wujud desain yang baru bukan proses yang instan, baik dalam aplikasi aspek kegunaan praktisnya, estetisnya, maupun factor kultur sosialnya. Hal ini gerabah yang dilakukan secara tradisi dapat dikembangkan secara modern yaitu keramik. Secara definisi keramik adalah tanah liat yang dibakar [2]. Produk material keramik ini biasanya terlihat pada produk asesoris, produk rumah tangga, dan produk-produk penunjang lainnya. Hal ini dapat dilihat bahwa produk keramik mulai diminati oleh para konsumen. Perkembangan industry keramik saat ini lebih dinamis karena bergantung pada kebutuhan dan fenomena social tertentu. Produk

keramik biasanya digunakan oleh masyarakat sebagai wadah tertentu dalam suatu acara dan kebutuhan lainnya, selain itu keramik dapat berfungsi untuk penunjang dalam sebuah interior rumah hunian. Produk keramik dibuat sebagai karya seni yang mementing nilai rasa keindahan maupun perasaan terhadap rasa estetika. Kemudian, Produk keramik itu pada umumnya identik dengan material tanah liat. Fenomena ini membuat para pelaku UMKM dibahan tanah liat dan industri keramik dituntut peka dan mengikuti perkembangan kebutuhan, fenomena social dan tren, maksudnya bahwa para pelaku UMKM yang bergerak dibidang keramik supaya selalu mengembangkan desain dan karya-karya keramiknya secara turun temurun supaya karya-karya tersebut dapat menjadi produk local yang bernilai jual dan nilai budaya. Di samping itu, para pelaku UMKM juga harus dituntut *up date* dengan perkembangan zaman saat sekarang ini. Menurut Bapak Adhi Nugraha menyatakan bahwa mengembangkan kerajinan terus menerus mengikuti kehidupan saat ini, termasuk bagian dari melestarikan suatu tradisi, karena jika suatu tradisi itu statis dan tidak berkembang mengikuti perkembangan zaman, pada akhirnya akan punah [3].

Penelitian ini difokuskan produk wadah *set* (gula, kopi, teh) dengan menggunakan bentuk flora sebagai inspirasi pengembangan desain produk keramik dengan pendekatan semantik. Teori Semantik merupakan turunan dari teori Semiotika. Teori Charles Pierce (1991) menjabarkan semiotika kedalam segitiga yang disebut dengan *Triangle Meaning* (Makna Segitiga) yang dideskripsikan kedalam tiga elemen penting, yakni tanda (*sign*), objek (*object*), dan penafsiran/pengguna tanda (*interpretant*) (4).



Gambar 1. Triangle Meaning

Objek merupakan suatu bentuk fisik diterima oleh manusia melalui panca indra yang merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) pada tanda. Tanda adalah referensi secara spesifik dari objek atau sesuatu yang merujuk objek. Interpretan atau pengguna tanda dengan konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan memberikan makna terhadap objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang sangat fundamental dalam proses semiotika adalah bagaimana manusia berkomunikasi pada saat tanda itu muncul dipermukaan pada akhirnya makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang [4].

Secara teoritis bahwa semiotika memiliki tiga konsep dasar: semiotika pragmatic, semiotic sintatis, dan semiotic semantic. Berikut adalah penjelasannya secara singkat:

a. Semiotik Pragmatik

Hubungan antar tanda, pemakai tanda dan pemakaian tanda. Lebih dalam lagi mempelajari tentang hubungan praktis dan teknis antara tanda dan objeknya, kegunaan tanda oleh yang menerapkannya, dan efek tanda bagi yang menginterpretasikannya (dalam batas perilaku subjek). Contoh: Sebuah ambulans yang menghidupkan sirine dan membawa mobil secara cepat yang menandakan situasi yang darurat sehingga orang yang mendengarkannya akan menepi atau menghindari untuk memberi jalan kepada mobil ambulans tersebut.

b. Semiotik Sintaktis

Mempelajari hubungan antar tanda. Menguraikan tentang kombinasi tanda tanpa memperhatikan "makna"nya dan menciptakan sebuah keselarasan. Jadi sintaktis merupakan pola struktur yang mengatur tanda-tanda, agar tanda tersebut selaras. Contoh: Pada sebuah iklan bahwa antara *tagline* dan gambar menjadi dua elemen yang berbeda, namun keduanya saling memberi informasi satu sama lainnya yang menjadi keutuhan wacana iklan tersebut.

c. Semiotik Semantik

Semiotik Semantik mempelajari hubungan antara tanda dan interpretasinya. Semantik membahas hubungan tanda dan makna yang ingin disampaikan oleh penuturnya. Secara semantic, perwujudan makna suatu tanda dapat dikatakan berhasil jika makna yang ingin disampaikan oleh penutur melalui tandanya dapat dipahami dan diterima secara tepat oleh pengamatnya. Dapat disimpulkan bahwa hubungan dalam semantic adalah 2 arah, yaitu subjek dengan tanda.

Penelitian berbasis proyek ini menggunakan pendekatan teori semantik, karena proyek ini mengembangkan desain produk wadah *set* (gula, Kopi, Teh) dengan melakukan pendekatan metafora Flora yang bertemakan Bunga, yang bertujuan untuk memberikan ide atau gagasan kepada pelaku UMKM dimaterial tanah liat (keramik) guna menangkap selera pasar. Selain itu, diharapkan perwujudan dari makna Bentuk dapat tersampaikan secara tepat kepada konsumen. Teori Semantik ini didefinisikan sebagai hubungan antara pengguna produk, dan objek secara umum sampai ke operasional dan social [4].

Flora di Indonesia memiliki berbagai jenis khususnya daerah-daerah di Indonesia. Dari banyaknya jenis flora memiliki karakteristik visual yang dapat menjadi inspirasi baru dalam pengembangan produk keramik.

Produk-produk keramik yang terdapat dipasaran masih cenderung monoton. Kemudian, produk keramik yang ditawarkan juga biasanya hasil jiplakan atau tiruan dari website atau internet. Menurut Eskak, dkk menyatakan

bahwa memunculkan nilai-nilai kebaruan dalam desain kerajinan tradisional sangat diperlukan oleh perajin dalam menjawab berbagai tantangan di era globalisasi. Aneka peralatan rumah tangga berbahan tanah liat bahkan mulai tergantikan dengan material yang lebih praktis, kuat dan tahan lama [5]. Fenomena ini harus menjadi catatan besar baik bagi pelaku UMKM maupun bagi desainer atau peneliti desain untuk memberikan ide dan gagasan dalam mengembangkan desain produk keramik khususnya. Karena produk keramik yang bahan bakunya adalah tanah liat merupakan material yang berpotensi untuk dikembangkan, bernilai jual dan dapat bersaing dengan produk lainnya di bangsa pasar. Namun riset pengembangan desain produk keramik ini melakukan pendekatan semantik sebagai pengembangan desain kedepannya untuk menjangkau selera pasar.

Pendekatan kategorisasi semantik, pendekatan Burnette ini bukanlah satu-satunya, masih ada pendekatan-pendekatan semantik lain yang juga bisa digunakan, tergantung kasus yang diteliti [7]. Kategori-kategori tersebut adalah sebagai berikut:

a. Semantik Emosional (Emotional Semantics)

Makna berasal dari pengalaman yang diingat, misalnya keadaan tanpa cita rasa, kesenangan, kesukaan, sebuah pengalaman estetis, jatuh dimasa kecil, dan lain-lain.

b. Semantik Empiris (Empirical Semantics)

Makna berasal pengalaman langsung: silau karena cahaya, sebuah wajah baru, sebuah warna, sebuah benda lunak, dan lain-lain.

c. Semantik Kognat (Cognate Semantics)

Makna berasal dari asosiasi abstrak, misalnya mobil sebagai binatang, mata sebagai kamera, mobil sebagai kereta tanpa kuda, dan lain-lain.

d. Semantik Kontekstual (Contextual Semantics)

Makna berasal dari situasi yang ditunjukkan berdasarkan orientasi, pengelompokan-pengelompokan, berbagai hal, interaksi-interaksi, dan komunikasi-komunikasi, dan lain-lain.

e. Semantik Fungsional (Functional Semantics)

Makna berasal dari kegiatan membuat, mengerjakan, menggunakan terkait dengan sesuatu, misalnya sebuah pintu tertutup, sebuah engsel, memberikan tekanan, mengoperasikan, dan lain-lain.

f. Semantik Evaluatif (Evaluative Semantics)

Makna diperoleh dengan perbandingan, penilaian, tes, misalnya lebih berat daripada, lebih bagus daripada, bagus, kebiasaan, lebih efisien, dan lain-lain.

g. Semantik Kultur/budaya (Cultural Semantics)

Makna diperoleh melalui pengalaman social, norma-norma, misalnya ritual, tradisi, Bahasa, hukum, dan konvensi (kesepakatan umum) dan lain-lain.

Penerapan pendekatan Burnette dalam penelitian ini tentunya penulis akan mengambil pendekatan Semantik Emosional (*Emotional Semantics*) yang memberi pengguna pengalaman yang diingat dan pengalaman yang pernah dirasakan.

Melihat penjabaran diatas maka penelitian yang berbasis proyek ini dapat diaplikasi ke dalam bentuk prototype dengan pendekatan metafora flora. Selain itu, proyek keramik ini dapat memberikan inspirasi dan alternatif desain bagi UMKM berbahan tanah liat atau industry keramik sebagai ide baru pada bangsa pasar tanpa menghilangkan karakteristiknya. Proyek ini diharapkan memberikan nilai jual, fungsi dan sesuai dengan kebutuhan pengguna sehingga dapat berkompetisi dengan produk keramik lainnya.

2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian berbasis proyek yang digunakan untuk pengembangan desain set wadah keramik ini adalah menggabungkan metode pendekatan semantik. Pengembangan desain set wadah keramik yang menggabungkan antara wadah set (gula, kopi, teh) dengan metafora flora. Pengembangan desain ini melakukan eksplorasi bentuk dengan pendekatan metafora flora yang terpilih berupa objek tumbuhan. Objek natural yang digunakan oleh penulis adalah flora yaitu bunga.

2.1. Identifikasi

Tahapan ini merupakan identifikasi yang menentukan peluang dari industry keramik dengan menggunakan strategi SWOT. Proses ini tentunya mempertimbangkan beberapa aspek seperti aspek material, aspek fungsi dan aspek produksi yang dimiliki oleh industri.

2.2. Eksploitasi

Tahapan ini memberikan visual dari karakteristik dari metafora yang sudah dipilih oleh penulis yaitu flora secara khusus bunga. Bunga ini menjadi objek utama dalam pengembangan produk keramik yang akan didesain. Dalam pengembangan ini penulis melakukan metode *secondary research* dan pendekatan semantik untuk menghasilkan ide yang divisualkan melalui *moodboard*.

2.3. Ekplorasi

Proses eksplorasi merupakan tahap dalam mengembangkan ide atau gagasan melalui sketsa-sketsa dalam 2 dimensi dan modeling-modeling dalam bentuk 3 dimensi. Untuk pembuatan eksplorasi 3 dimensi dapat menggunakan material kayu, logam, kaca ataupun dapat diaplikasikan pada material akrilik [6]. Hal ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi

bentuk modul desain set wadah (gula, kopi, teh) keramik yang tepat dengan menggunakan pendekatan semantik (metafora). Metafora flora khususnya bunga merupakan sumber inspirasi untuk pengembangan desain keramik set wadah (gula, kopi, teh).

2.4. Implementasi

Keramik merupakan sebuah material alam berbahan tanah liat. Tanah liat ini memiliki tiga jenis, diantaranya *ethermware*, *stoneware* dan *porcelain*. Tiga jenis material tanah liat ini memiliki karakter dan suhu pembakaran yang berbeda-beda. Keunggulan-keunggulan tanah liat yang dijabarkan diatas memiliki karakteristik yaitu tahan air, kuat dan mudah dibentuk. Proses dalam pengerjaan keramik diantaranya pengolahan bahan mentah, pembentukan, pengeringan, pewarnaan dan pembakaran. Produk kriya keramik yang berkembang saat ini kerap kali dibagi menjadi dua jenis diantaranya keramik pakai (craft as business) dan keramik seni (fine art ceramic) yang digunakan sebagai bentuk ekspresi diri [6].

Desain wadah set keramik ini dibuat kedalam tahap tiga dimensi atau *prototype*. Kemudian produk dibuat sesuai ukuran yang sudah direncanakan. Tanah liat yang digunakan yaitu memiliki tiga jenis tanah liat, yakni : *Earthenware* dengan pembakaran 950 s.d 1100 Celcius, *Stoneware* yang menggunakan pembakaran dari 1200 s.d 1300 Celcius dan *Porselen* 1300 s.d 1400 Celcius (2). Dalam proyek Desain set wadah (gula, kopi, teh) menggunakan tanah liat berjenis Stoneware. Jenis tanah liat stoneware ini memiliki karakteristik yang mudah dibentuk, kuat dan mudah diproduksi oleh industry sebagai salah satu alternatif bahan untuk pengembangan desain produk set wadah keramik yang baru.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengembangan desain wadah set (gula, kopi, teh) keramik dengan pendekatan semantik yaitu menggunakan metafora bunga. Hubungan produk dan makna (semantic) menjadikan sebuah komunikasi dan informasi dalam ragam bahasa yang disajikan dengan visual melalui suatu produk. Disamping itu, produk juga sebagai rujukan memandang proses transformasi yaitu suatu proses perubahan bentuk atau rupa baru yang diciptakan dari hasil teknologi dan pengetahuan. Menurut Ismidayati mengungkapkan bahwa “pembahasan tentang keramik akan memberikan gambaran tentang aspek-aspek kehidupan masyarakat yang membuat maupun menggunakannya” [8]. Transformasi yang dilakukan tentunya melalui proses desain yang menggunakan pendekatan metafora.

Proyek desain ini menggunakan pendekatan metafora yang dapat diaplikasikan pada desain produk yang dihasilkan oleh industry kecil seperti produk wadah set (gula, kopi, teh) yang biasanya dibuat oleh industry kecil. Pengembangan desain wadah set keramik ini menjadikan tema pengembangannya difokuskan

dengan mengambil tumbuhan bunga sebagai objek, dan proses desainnya yang dijabarkan seperti penjelasan dibawah ini yang disebut dengan Image Board. (Lihat Gambar 2).



Gambar 2. Image Board tentang Bunga

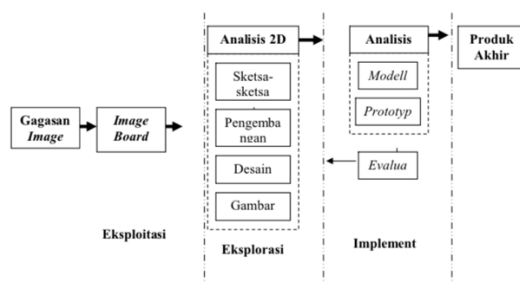
Pengembangan proses perancangan ini melalui proses pembuatan *imageboard* yang bertujuan untuk menjembatani ide desainer dalam mengembangkan desainnya. *Imageboard* ini berisikan gambar-gambar bunga dalam bentuk tampak yang berbeda-beda. Penelaahan gambar-gambar bunga tersebut menampilkan bentuk-bentuk visual yang khas dari sebuah bunga, sehingga identitas tersebut tampak sebagai sebuah bunga, maka cirikhas tersebut dapat mewakili objek Bunga oleh setiap orang yang memiliki memori yang sama terhadapnya. Pengamplikan karakter objek biasanya dilakukan beberapa alternatif desain melalui sketsa-sketsa desain ke dalam format dua dimensi, meski terkadang ada melakukan pengaplikasiannya ke dalam tiga dimensi dengan menggunakan material yang disebut dengan tanah liat, strailofoam padat dan jenis bahan lainnya. Pengablikasian sketsa desain ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Metafora dan Pengembangan Desain

Metafora 1	Pengembangan Desain 1	Penjelasan
		Disamping merupakan hasil dari sketsa-sketsa desain alternatif yang dikembangkan menjadi bentuk-bentuk yang sederhana, dengan tujuan mempertimbangkan aspek <i>cost</i> produksi, biaya produksi, pembentukan bentuk, dan tingkat kegagalan pada saat pembakaran dalam oven dan
		

Metafora 3	Pengembangan Desain 3	pengeringan dengan sinar matahari fungsi, estetika dan lain-lain sebagainya.
		

Proses desain selanjutnya dilakukan proses sketsa alternatif desain yang kemudian dikaitkan dengan konsep metafora bunga dianalisis dengan mempertimbangkan bentuk, ukuran, proses produksi dan fungsi untuk mendapatkan sebuah desain yang maksimal. Alur pengembangan desain suatu produk dapat dilihat dalam gambar bagan dibawah ini. (Lihat Gambar 3).



Gambar 3. Alur Pengembangan Desain Sebuah Produk

Perancangan sebuah produk tentunya dilakukan ke dalam bentuk dua dimensi yaitu melalui alternatif desain yang dilakukan diatas kertas namun perwujudan dalam perancangan tentu dilakukan juga dalam bentuk tiga dimensi yang bertujuan untuk mendapatkan volume, bentuk dan ukuran supaya dapat diketahui kekurangan dan bisa diketahui oleh desainer pada saat proses produksi. Diperlukan eksplorasi yang dilakukan secara eksperimen dengan melakukan analisis dari beberapa alternatif model yang telah dibuat, supaya pada saat proses produksi dan ditemukan kendala-kendala dalam segi ukuran, volume dan bentuk. Biasanya alternatif-alternati desain dalam bentuk dua dimensi yang didesain diatas kertas dapat mengalami kendala pada saat diproduksi ke dalam bentuk tiga dimensi, dan akibatnya keterbatasan pada saat produksi dapat terlihat jelas serta kekurangan dalam peralatan penunjangnya. Menurut Bapak Adhi Nugraha menyatakan bahwa “pada tahap ini kita bisa diskusikan, misalnya, aplikasi teknologi seperti apa yang sesuai dengan kondisi unsur-unsur tradisi tersebut, atau material baru seperti apa yang bisa kita kombinasikan dengan bentuk dan teknik tradisional tertentu yang telah kita putuskan” [9].

Hasil Penelitian

Perkembangan produk Keramik memang belum terlalu berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan oleh

berbagai factor, seperti desain, teknik, kualitas produk, pemasaran, sumber daya manusia, dan lainnya. Menurut Bapak Wisnu menyatakan bahwa apabila suatu daerah memiliki bahan baku (tanah liat) yang banyak maka tidak menjamin kelangsungan dalam pengembangan usaha keramik [10]. Namun, peneliti desain produk, akademisi, praktisi dan pengusaha harus mencari solusi untuk menyelesaikan masalah ini, tentunya dengan cara salah satunya dengan memberikan ide atau gagasan untuk membantu UMKM yang bergerak dibahan baku tanah liat. Disamping itu, industri kreatif adalah hasil dari pemikiran kreatif yang memiliki *skill* (keterampilan) dan *talent* (bakat) yang menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut [11].

Hasil penelitian yang berbasis proyek ini merupakan desain Wadah *Set* (Gula, Kopi, Teh) yang memfokuskan secara fungsi, ergonomi, metafora bentuk dan proses produksinya dilakukan secara manual dengan menggunakan teknik putar pada meja putar tanah liat. Menurut Johnson bahwa “visualisasi penting ketika menilai kelayakan suatu produk dalam hal penampilan, fungsi, kelayakan produksi, makna (arti) produk, ergonomic dan factor sosial” [12]. Proyek ini merupakan usaha untuk memberikan gagasan dalam sebuah informasi tentang karakter dan khas yang dimiliki suatu objek tertentu dengan menghasilkan bentuk yang baru tanpa mengesampingkan jatidirinya. Pengembangan sebuah produk diidentifikasi melalui garis, bentuk dan proporsi yang terdapat pada objek Bunga sebagai elemen yang difokuskan. Seperti misalnya garis-garis kelenturan yang terdapat pada kelopak Bunga, sedangkan proporsinya pada bagian tubuh bunga dari hasil gabungan semua kelopak bunga yang terkesan membentuk gembung dengan struktur garis lengkung. Elemen – elemen tersebut merupakan identitas-identitas yang dimiliki oleh Bunga secara spesifik dan kemudian dimanfaatkan menjadi elemen-elemen dalam pengembangan desain wadah *set* (Gula, Kopi, Teh) tersebut. Penelitian ini adalah usaha dalam mengembangkan desain kepada UMKM yang bergerak di bahan tanah liat yang khususnya keramik yang dapat dikembangkan secara masif. Kemudian, ide-ide desain ini menjadi jembatan bagi pelaku UMKM yang dapat melahirkan produk-produk keramik yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan menciptakan daya saing dibangsa pasar. Menurut Muhandi menyatakan bahwa kemajuan suatu perusahaan atau industry bergantung pada produknya yang mampu bersaing dengan mendapatkan kebutuhan konsumen di bangsa pasar. Sebuah produk yang baik itu harus memberikan layanan eksekutif mulai dari kualitas produk, visual produk (menarik) dan kebutuhan konsumen atau pelanggan [13]. Desain merupakan sebuah media yang dapat menarik perhatian konsumen untuk berkeinginan untuk dimilikinya dikarenakan produk tersebut salah

satunya menarik dan memenuhi kebutuhan penggunanya. Desain produk merupakan actor utama dalam persaingan produk di bangsa pasar. Menurut Kotler menyatakan bahwa “desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen. Kemudian beliau menambahkan kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing” [14]. Secara kualitas paling bagus pada produk menjadi salah satu ujung tombak yang bisa mempengaruhi konsumen akan membeli sebuah produk.

Kualitas produk merupakan senjata ampuh dalam persaingan dibangsa pasar. Namun, pengembangan desain harus tetap dilakukan secara berkala guna memberikan kepada para pelaku UMKM bisa mengembangkan usahannya dibidang keramik. F.H. Norton menjabarkan tiga dasar dalam pengembangan desain [15], yaitu:

- A. *Unity (kesatuan bentuk)*: keutuhan antara beragam elemen yang mempengaruhi terwujudnya suatu benda.
- B. *Order (keteraturan)*: adanya hubungan yang sistematis antara beragam komponen visual yang terdapat pada sebuah benda seperti proporsi, keseimbangan, hingga komposisi.
- C. *Variety (keragaman)*: adanya peluang menciptakan keterkaitan baru, asosiasi baru dan hal-hal menarik yang terdapat pada proses pengembangan desain sebuah produk.



(a)



(b)

Gambar 4. (a) Produk Keramik Wadah Set (gula, kopi dan teh), (b) Produk Keramik Wadah Set dalam keadaan terbuka.

Hasil penelitian berbasis proyek ini dibuat ke tahap *prototype*, sehingga *prototype* dapat digunakan atau dioperasikan dan volume. Disamping itu, konsumen juga dapat melihat dan merasakan mulai dari warna, ukuran, bentuk dan dimensi. (Lihat Gambar 4).

4. Kesimpulan

Dari penelitian berbasis proyek ini maka dapat disimpulkan:

1. Perancangan wadah set (gula, kopi, teh) ini mampu dilakukan di UMKM dan para pelaku UMKM mampu mengaplikasikannya sampai dengan ke tahap *prototype*.
2. Perancangan wadah set ini merupakan usaha memberikan ide atau gagasan kepada pelaku UMKM untuk mengembangkan desainnya dan dapat diterima di bangsa pasar serta sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Pengembangan sebuah produk desain yang menggunakan metafora bunga dapat dilakukan secara pendekatan semantic untuk mendapatkan sebuah bentuk kebaruaran dan unik.
4. Desain yang inovatif menjadi penting dalam meningkatkan nilai jual dalam sebuah produk.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kepada ADPII (Asosiasi Desain Produk Industri Indonesia) dan ISI Padangpanjang khususnya Prodi Desain Produk, kemudian Elina Keramik Bandung yang turut berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini sampai dengan ke tahap *prototype* dalam pembuatan wadah set (gula, Kopi, teh). Juga kepada rekan-rekan sesama keilmuan desain yang memberikan tanggapan, saran, gagasan, masukan terhadap pengembangan desain produk keramik tersebut.

Daftar Rujukan

- [1] Satria, A.A. (2013). Riya Keramik : Wujud, Posisi, dan Perannya di Masa Kini. Corak Jurnal. Vol. 01 (2), halm. 169.
- [2] Yana, D., Dienaputra, R. D., Suryadimulya, A. S., Sunarya, Y. Y. (2020). Budaya Tradisi sebagai Identitas dan Basis Pengembangan Keramik Sitiwinangun di Kabupaten Cirebon. Jurnal Panggung. Vol. 30 (2), halm. 208.
- [3] Primadani, T. I. W., Putra, W. W., Kurniawan, B. K., Wardhana, M. (2022). Pengembangan Kombinasi Produk Keramik dan Bambu sebagai Dekorasi Interior Modern. Productum : Jurnal Desain Produk. Vol. 05 (2), halm. 50.
- [4] Gumulya, D., Merliana. (2017). Desain sebagai Strategi dan Rencana Bisnis Desain Produk Tas Tangan dengan Pendekatan Teori Semantik. Jurnal Ideolog. Vol. 02 (3), halm. 276.
- [5] Oenotono, K. (2019). Pengembangan Desain Teko Set Gerabah Kontemporer Berbasis Budaya Lokal di Kabupaten Bojonegoro. Productum: Jurnal Desain Produk. Vol. 03 (6), halm. 191.

- [6] Saraswati, M. A. (2020). Desain Perhiasan Keraamik Kombinasi Logam dengan Inspirasi Flora dan Fauna Khas Jawa Barat. *Jurnal Desain Indonesia*. Vol. 03 (1), halm. 58.
- [7] Sumartono. (2018). Semantik dan Netnografi sebagai pendekatan penelitian untuk merancang Kembali (redesain) sebuah produk. *Jurnal Productum: Jurnal Desain Produk*. Vol. 03 (3), halm. 96.
- [8] Romadoni, M., Pranoto, I. (2023). Transformasi Estetik Keramik Kasongan Bantul, Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*. Vol. 15 (1), halm. 114.
- [9] Nugraha, A. (2019). Perkembangan Pengetahuan dan Metodologi Seni dan Desain Berbasis Kenusantaraan: Aplikasi Metoda ATUMICS dalam Pengembangan Kekayaan Seni dan Desain Nusantara. *Seminar Nasional Seni dan Desain: Reinvensi Budaya Visual Nusantara*. Jurusan Seni Rupa dan Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya, 19 September 2019.
- [10] Prastawa, W., Yulika, F., Akbar, T. (2020). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Desain Produk Kerajinan Gerabah Galogandang Kabupataen Tanah Datar. *Jurnal Abdidias*. Vol. 01 (5), halm. 387.
- [11] Susanto, M. R. (2012). Desain Inovatif Keramik Kasongan Memasuki Persaingan Pasar Global. *Jurnal Literasi*. Vol. 02 (2), halm. 141.
- [12] Onggo, T. A., Gumulya, D. (2016). Kajian Semiotika pada Desain Kemasan Perawatan Kulit Wanita. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 10 (2), halm. 280.
- [13] Rinandiyana, L. R., Kurniawati, A., Kurniawan, D. (2016). Strategi untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing melalui Pengembangan Desain dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 02 (2), halm. 106.
- [14] Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., Hidayat, W. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 04 (2), halm. 4.
- [15] Waskito, M. A. (2014). Pendekatan Semantik Rupa sebagai Metoda Pengembangan Desain Produk dengan Studi Kasus Produk Mug di Industri Kecil Keramik. *Jurnal ITENAS Rekarupa*. Vol. 01 (2), halm. 7.