

PERANCANGAN ILUSTRASI PASAR TRADISIONAL PADA TAS BELANJA BERBAHAN DASAR *SPUNBOND* BAGI GEN Z

Maharani Sima Putri¹, Hendro Aryanto²

^{1,2}Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: maharanisima.20013@mhs.unesa.ac.id.

Abstrak

Pasar tradisional di Indonesia menghadapi tantangan dari pasar modern dan belanja online yang menurunkan minat generasi Z. Untuk memperkenalkan kembali pesona pasar tradisional dan meningkatkan kesadaran lingkungan, penelitian ini mengusulkan penggunaan ilustrasi bertema pasar tradisional pada tas belanja spunbond. Desain ini menggabungkan motif, warna, dan komposisi menarik dengan pesan tentang keberlanjutan lingkungan, mencerminkan keberagaman budaya, dan alam Indonesia. Melalui tas ini, generasi Z diharapkan memahami nilai-nilai tradisional sambil memperhatikan kepraktisan dan keberlanjutan lingkungan.

Kata Kunci: Pasar; Pasar Tradisional; Gen Z; Ilustrasi; Tas Belanja Spunbond

Abstract

Traditional markets in Indonesia face challenges from modern markets and online shopping, leading to decreased interest among Generation Z. To reintroduce the charm of traditional markets and raise environmental awareness, this study proposes the use of traditional market-themed illustrations on spunbond shopping bags. The design combines attractive motifs, colours, and compositions with messages about environmental sustainability, reflecting Indonesia's cultural and natural diversity. Through these bags, Generation Z is expected to appreciate traditional values while considering practicality and environmental sustainability.

Keywords: Market; Traditional Market; Gen Z; Illustration; Spunbond Shopping Bag

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli yang menjadi tempat terjadinya proses transaksi secara langsung dan biasanya terjadi proses tawar – menawar, bangunannya terdiri dari kios–kios atau gerai dengan model los dan dasaran terbuka yang dijaga oleh pedagang atau pengelola pasar (SCP, 2008, hal. 9). Tak hanya itu, pasar tradisional juga mencerminkan keanekaragaman budaya dan alam di daerah tempat pasar tersebut berada. Setiap pasar tradisional memiliki keunikan tersendiri yang mencerminkan identitas lokalnya. Selain sebagai tempat untuk berbelanja, pasar tradisional juga menjadi tempat untuk menjalin hubungan sosial. Pasar tradisional mampu menumbuhkan kedekatan dan hubungan kekeluargaan pada pelaku kegiatan jual beli (Aliyah, 2017, hal. 3).

Seiring berjalannya waktu, pasar modern dan fenomena belanja *online* telah menjadi pesaing serius bagi pasar tradisional. Keberadaan pasar modern yang menjual barang yang kualitasnya terjamin, tempat yang bersih dan nyaman memberikan pengalaman belanja yang berbeda dari pasar tradisional. Sama halnya dengan kegiatan belanja *online* yang memungkinkan pembeli untuk melakukan transaksi

dimanapun tanpa mengenal tempat dan waktu menjadi daya tarik tersendiri bagi pembelinya, terutama generasi Z yang lebih menyukai pengalaman berbelanja yang efisien dan praktis. Dampak dari fenomena pada pasar tradisional dapat dirasakan dengan menurunnya jumlah pengunjung terutama dari kalangan generasi Z.

Dari permasalahan tersebut, diperlukan sebuah media untuk memperkenalkan pasar tradisional kepada generasi Z yang sesuai dengan selera mereka. Salah satunya dengan membuat ilustrasi bertemakan pasar tradisional yang akan diterapkan pada media yang sering dikaitkan dengan kegiatan belanja. Dalam upaya untuk menarik minat generasi Z dan sekaligus mengedukasi mereka tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan, penggunaan tas ramah lingkungan dapat menjadi solusi yang relevan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utami, dkk (2021, hal. 236) menunjukkan bahwa generasi Z lebih mengenal tas *spunbond* sebagai tas belanja ramah lingkungan. Penggunaan ilustrasi bertema pada tas *spunbond* bisa menjadi strategi yang efektif dalam memperkenalkan pesona pasar tradisional kepada generasi Z sambil juga meningkatkan kesadaran lingkungan mereka.

Selain menjadi media yang efektif dalam memperkenalkan pesona pasar tradisional dan meningkatkan kesadaran lingkungan, penggunaan tas *spunbond* memiliki beberapa kelebihan yang membuatnya menjadi pilihan yang tepat bagi generasi Z. Pertama, tas *spunbond* umumnya lebih tahan lama dan kuat dibandingkan dengan kantong plastik sekali pakai. Hal ini memungkinkan tas tersebut dapat digunakan berulang kali dalam berbagai kegiatan belanja tanpa mudah rusak atau robek. Tas *spunbond* juga ringan dan mudah dilipat, sehingga memudahkan untuk dibawa dan disimpan di dalam tas atau kantong kecil. Hal ini cocok dengan gaya hidup generasi Z yang dinamis dan mobilitas tinggi yang sering melakukan kegiatan belanja atau aktivitas lain di luar rumah.

Spun shoba merupakan produk tas berbahan dasar *spunbond* yang dibuat oleh penulis bekerja sama dengan UPT Rehabilitasi Sosial Bina Daksa Pasuruan dalam pembuatan produk. Produk ini dibuat dengan tujuan untuk dapat menjadi alternatif kantong belanja selain plastik. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dibuatlah perancangan ilustrasi bertemakan pasar tradisional pada media tas belanja *spunbond*. Ilustrasi yang dibuat akan menggambarkan keberagaman budaya dan alam. Alasan dipilihnya tema ini agar generasi muda dapat lebih mengapresiasi kekayaan budaya dan alam yang dimiliki oleh Indonesia, serta memahami pentingnya melestarikan warisan budaya dan lingkungan. Dengan menggunakan ilustrasi bertema pasar tradisional pada tas belanja *spunbond*, diharapkan generasi Z dapat merasakan nilai-nilai tradisional sambil tetap memperhatikan kebutuhan akan kepraktisan dan keberlanjutan lingkungan.

KERANGKA TEORETIS

a. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam membuat perancangan ini, ditemukan beberapa sumber dari penelitian terdahulu sebagai referensi dalam pembuatan perancangan ini. Penelitian yang digunakan sebagai referensi menjadi dasar pembahasan dalam pembuatan perancangan. Ada beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan dalam pembuatan karya perancangan ilustrasi pada produk tekstil yakni “Perancangan Ilustrasi Folktales of Indonesia pada Tekstil untuk Produk Fashion” oleh Cindana (2019) dari Universitas Tarumanagara. Dalam “Perancangan Ilustrasi Folktales of Indonesia pada Tekstil untuk Produk Fashion” dijelaskan bahwa pembuatan penelitian tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dongeng Indonesia pada generasi muda menggunakan media tekstil sebagai produk *fashion*. Penelitian ini menerapkan teknik

dasar ilustrasi dan *digital printing*. Hasil dari perancangan berupa *scraf*, kemeja, *outer*, dan *dress* berilustrasikan dogeng Nusantara.

Dalam perancangan lain oleh Cindani (2019) dari Universitas Tarumanagara yang berjudul “Perancangan Ilustrasi Bertema *Exotic Wildlife* pada Koleksi Produk The Good” yang berfokus pada perancangan ilustrasi pada pakaian dan produk The Good bertemakan hewan-hewan eksotis Indonesia untuk diperkenalkan pada generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode *digital painting* dalam pembuatan ilustrasi yang kemudian digunakan pada pakaian dan produk The Good. Gaya ilustrasi yang digunakan adalah semi realis. Sementara itu, palet warna yang dipilih adalah warna-warna *earth tone*. Ilustrasi tersebut diaplikasikan pada pakaian berupa *T-shirt* dan kemeja. Tidak hanya pakaian, ilustrasi tersebut juga diaplikasikan pada media pendukung seperti *packaging*, *hang tag*, *phone case*, *pop socket*, *canvas bag*, *laptop cover*, *passport cover*, *notebook*, *bag tag*, dan katalog. Dari kedua perancangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perancangan ilustrasi pada produk tekstil dapat menjadi media untuk memperkenalkan atau menyampaikan tujuan dari perancang kepada audiens yang dituju.

b. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa Latin *illustrare* yang artinya “menerangkan” atau “mengambarkan”. Ilustrasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki makna gambar, desain, atau diagram untuk menghias (halaman sampul dan sebagainya). Sementara, menurut Alan Male (2017, hal. 10) ilustrasi adalah sebuah bahasa visual yang tidak memiliki batasan media. Ilustrasi dapat mengomunikasikan pesan kontekstual tertentu pada audiens. Ilustrasi dapat memberikan perspektif dan persuasi kepada audiens untuk membeli atau melakukan sesuatu.

Berdasarkan penjelasan di atas, ilustrasi adalah sebuah representasi visual yang digunakan untuk memperjelas, menjelaskan, dan menghias suatu ide atau konsep yang dirancang untuk menyampaikan informasi atau cerita agar mudah dipahami dan juga menarik perhatian audiens.

c. Warna

Warna jika dilihat dari Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. Warna adalah komponen yang melekat pada desain grafis. Warna ini dapat mewakili karakter, suasana hati, kemampuan, dan resonansi (Opara & Cantwell, 2014, hal. 8). Menurut Eddie Opara dan John Cantwell (2014, hal. 14) warna tidak seharusnya menjadi dasar dalam pembuatan karya yang seharusnya digunakan untuk dapat menyoroti *mark form* dan konten suatu karya.

d. Sablon DTF

Sablon DTF merupakan sebuah metode sablon yang dilakukan dengan cara mentransfer gambar yang menggunakan tinta khusus ke atas kertas film dengan bantuan bubuk lem sebagai perekat agar dapat menghasilkan gambar pada media tekstil. Teknik sablon ini menggunakan menggunakan tinta khusus untuk DTF.

e. Digital Painting

Digital painting merupakan metode pembuatan karya seni lukis secara digital. Metode ini merupakan bentuk pengembangan dari seni lukis tradisional dengan mengadaptasi teknologi yang berkembang. Metode ini dilakukan dengan menggunakan *software* grafis yang mendukung pembuatan karya seni secara digital.

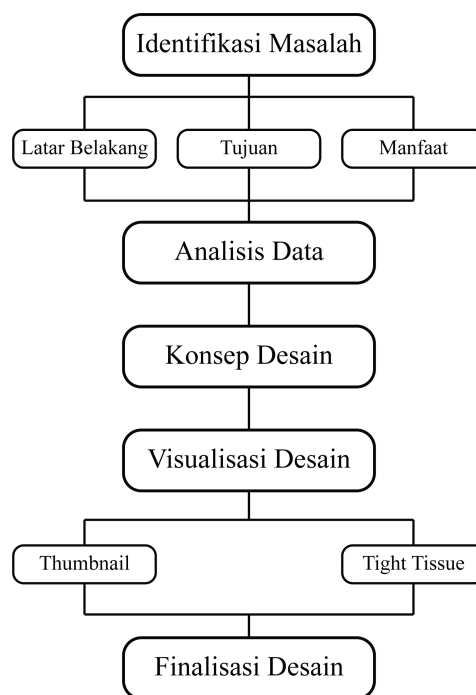
f. Tas *Spunbond*

Tas *spunbond* adalah tas berbahan dasar kain *spunbond* yang merupakan kain berbahan non-woven yang merupakan serat sinteis yang diikat secara termal. *Spunbond* memiliki karakteristik ringan, kedap air, dan dapat diuraikan. Ketebalan *spunbond* menentukan berapa lama kain tersebut dapat dipakai. *Spunbond* sangat mudah ditemukan dan harganya cukup terjangkau.

METODE PERANCANGAN

Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap target audiens. Sementara itu, data sekunder didapat dengan cara melakukan literasi, baik dari media cetak maupun media digital. Perancangan ini menggunakan metode 5W+1H sebagai teknik analisis data yang didapat dari wawancara dan observasi. Metode 5W+1H merupakan akronim dari *what* (apa), *why* (mengapa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan) dan *how* (bagaimana). Kata-kata tanya tersebut berfungsi sebagai dasar untuk menggali data lebih dalam lagi.

Proses perancangan diawali dengan melakukan identifikasi masalah. Kemudian melakukan pengumpulan data primer dan sekunder untuk dijadikan acuan dalam pembuatan konsep desain. Visualisasi desain dilakukan sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Finalisasi dilakukan untuk memoles visualisasi yang telah dibuat.



Gambar 1 Sistematika Perancangan
(Sumber: Putri,2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapat dengan cara melakukan wawancara kepada narasumber, yaitu gen z sebagai target audiens, didapat bahwa Gen Z cenderung mengutamakan

kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja, yang sering kali ditemukan di *platform* belanja *online* dan *supermarket* modern. Namun, mereka juga menunjukkan minat yang kuat terhadap isu alam dan produk lokal. Data juga diperoleh dengan cara melakukan observasi. Diketahui bahwa Gen Z lebih menyukai gaya-gaya ilustrasi yang sederhana atau minimalis. Warna yang cerah menjadi pilihan yang baik digunakan untuk menarik perhatian generasi Z.

b. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, diperoleh data yang dianalisis dengan metode 5W+1H.

1) *What* (Apa)

Apa yang menjadi tujuan dari perancangan ini?

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan generasi Z (Gen Z), yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an tentang pasar tradisional.

2) *Who* (Siapa)

Siapa target audien dari perancangan ini?

Target audiens dari perancangan adalah gen Z atau mereka yang lahir pada pertengahan tahun 1990-an sampai awal tahun 2010-an.

3) *Why* (Mengapa)

Mengapa tas belanja *spunbond* digunakan sebagai media penerapan perancangan ini?

Tas belanja *spunbond* digunakan sebagai media utama karena tas *spunbond* menyediakan permukaan yang cukup luas untuk menampilkan ilustrasi. Ini memungkinkan perancangan ilustrasi yang detail dan menarik.

4) *When* (Kapan)

Kapan perancangan ini akan ditampilkan?

Perancangan ini akan ditampilkan pada 15–16 Juni 2024 di pagelaran pameran tugas akhir Galasteria.

5) *Where* (Di mana)

Di mana perancangan ini akan ditampilkan?

Perancangan ini ditampilkan di Grand City Mall, Surabaya, Jawa Timur

6) *How* (Bagaimana)

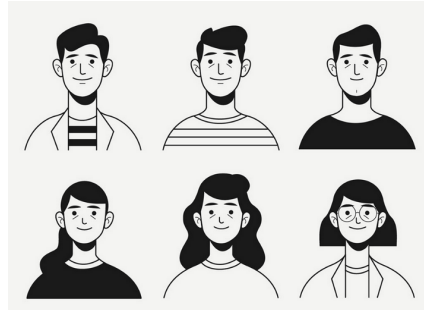
Bagaimana gaya ilustrasi yang akan digunakan?

Gaya ilustrasi yang digunakan adalah gaya minimalis yang disukai oleh generasi z.

c. Strategi Kreatif

Gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah kartun dengan karakteristik sederhana atau minimalis. Pendekatan ini dipilih karena dianggap mampu menarik perhatian serta sesuai dengan preferensi estetika yang umum di kalangan Gen Z. Gaya ini juga diharapkan dapat

memberikan kesan yang ramah, ceria, dan mudah didekati, sehingga mendukung konsep visual yang ringan tetapi tetap komunikatif.



Gambar 2 Gaya Ilustrasi
(Sumber: pinterest.com)

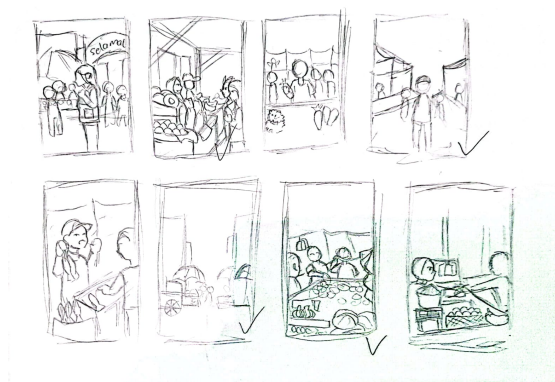
Warna-warna cerah dan komposisi yang menarik dapat membuat ilustrasi lebih *eye-catching* bagi generasi Z. Penggunaan warna-warna yang kaya dan ceria juga dapat mencerminkan kehidupan pasar tradisional yang riuh dan berwarna.



Gambar 3 Palet Warna
(Sumber: Putri,2024)

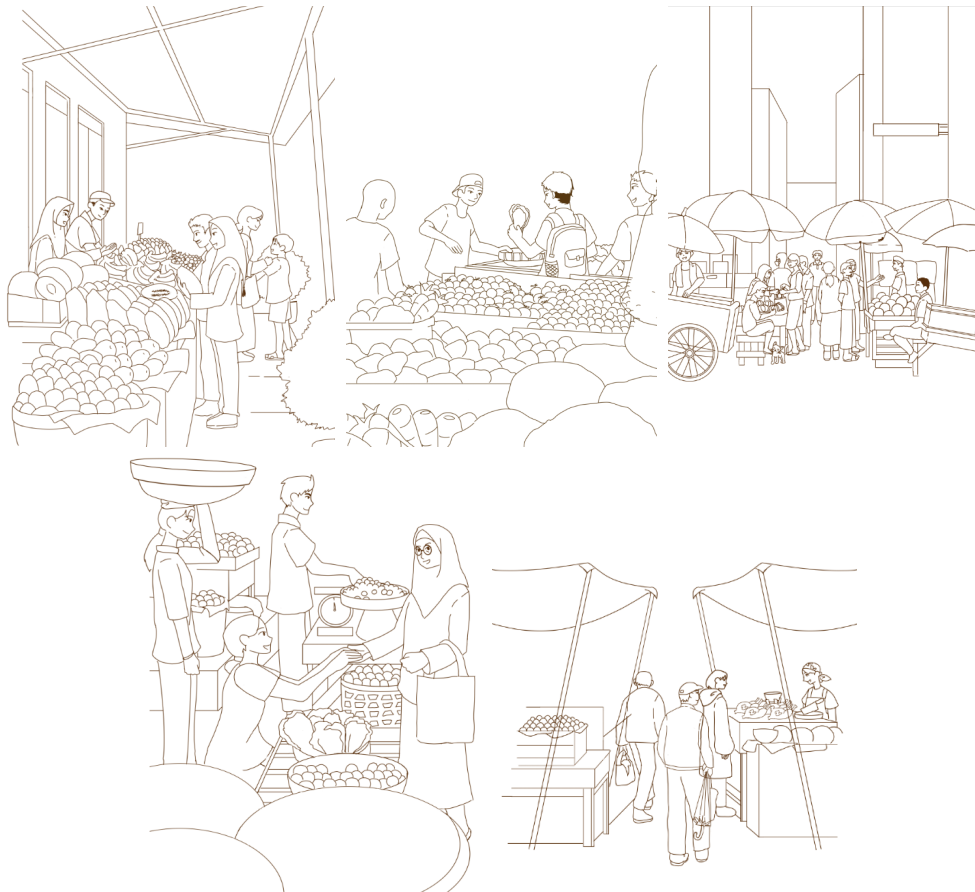
d. Visualisasi Karya

Visualisasi karya dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu pembuatan *thumbnail* atau sketsa, *tight tissue* dan finalisasi karya. Sketsa dibuat berdasarkan referensi yang didapat. Dari beberapa sketsa yang dibuat, dipilih lima sketsa sebagai dasar ilustrasi. Berikut ini merupakan sketsa awal yang dikerjakan secara manual di atas kertas.



Gambar 4 Sketsa Awal
(Sumber: Putri,2024)

Pada tahap pembuatan *tight tissue*, sketsa yang sebelumnya dibuat telah disempurnakan dengan lebih rinci. Ilustrasi pada tahap ini, *line art* telah dibersihkan dan dirapikan, sehingga garis-garis utama terlihat jelas dan siap untuk tahap pewarnaan.



Gambar 5 *Tight Tissue*
(Sumber: Putri, 2024)

Proses finalisasi dilanjutkan dengan melakukan pewarnaan pada ilustrasi. Palet warna yang digunakan disesuaikan dengan konsep visual yang telah direncanakan sebelumnya. Dilanjutkan dengan menambahkan cahaya dan bayangan untuk memberi kedalaman pada ilustrasi.





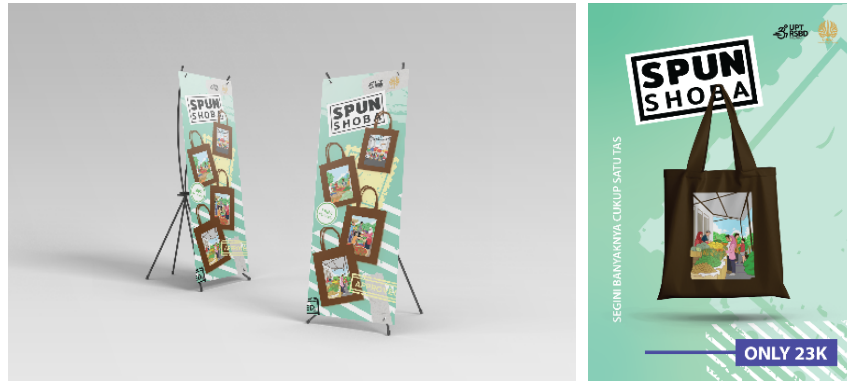
Gambar 6 Ilustrasi final
(Sumber: Putri, 2024)

Hasil ilustrasi yang telah dirancang kemudian diterapkan pada tas belanja berbahan dasar *spunbond* dengan ukuran 40cm x 30cm x 10cm. Ilustrasi diletakkan pada bagian depan tas dengan menggunakan teknik sablon DTF (*Direct to Film*). Teknik sablon DTF dipilih karena sablon yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi, warna yang tajam dan detail yang akurat, sehingga desain dapat menonjol. Metode DTF memiliki daya rekat tinggi, sehingga ilustrasi tidak mudah rusak.



Gambar 7 Penerapan hasil perancangan pada tas spunbond
(Sumber: Putri, 2024)

Hasil perancangan ilustrasi ini tidak hanya pada media utama tas *spunbond*, tetapi juga diterapkan pada beberapa media pendukung berupa poster ukuran A3 dengan ketebalan 240 gsm dan x-banner ukuran 160cm x 60cm berbahan dasar albatros. Media pendukung digunakan sebagai media promosi tas *spunbond*.



Gambar 8 Penerapan hasil perancangan pada media pendukung
(Sumber: Putri, 2024)

Media pendukung lainnya yang digunakan dalam promosi ini mencakup stiker dan mug yang dirancang sebagai *merchandise*. Desain stiker menampilkan ilustrasi yang sesuai dengan konsep karya. Stiker ini diberikan secara gratis kepada pengunjung. Selain itu, mug disiapkan sebagai produk sampingan yang menampilkan ilustrasi dari hasil perancangan.



Gambar 9 Penerapan hasil perancangan pada merchandise
(Sumber: Putri, 2024)

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ilustrasi bertema pasar tradisional pada tas belanja *spunbond* adalah langkah yang relevan untuk mengedukasi generasi Z tentang kekayaan budaya dan alam Indonesia sambil mempromosikan kesadaran lingkungan. Melalui penggunaan tas ini, diharapkan generasi Z dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai tradisional sambil tetap memperhatikan kebutuhan akan kepraktisan dan keberlanjutan lingkungan. Dengan memanfaatkan tas belanja ini, generasi Z dapat berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian alam dalam kehidupan sehari-hari yang dapat digunakan berulang kali. Dengan demikian, perancangan ilustrasi bertemakan pasar tradisional pada tas *spunbond* ini tidak hanya menjadi sebuah karya ilustrasi tetapi juga media edukasi dan promosi kepada generasi Z.

REFERENSI

- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *Cakra Wisata*, 3.
- Bayer, H. (2009). *Graphic Design Theory - Reading from The Field*. New York: Princeton Architectural Press.
- Cindana. (2019). Perancangan Ilustrasi Folktale of Indonesia pada Tekstil. *Rupaka*.
- Cindani. (2019). Perancangan Ilustrasi Bertema Exotic Wildlife pada koleksi produk The Good Dept. . *Rupaka*.
- Male, A. (2017). *ILLUSTRATION A Theoretical and Contextual Perpspective Second Edition*. Bloomsbury Publishing.
- Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Opara, E., & Cantwell, J. (2014). *Best Practice for Graphic Designers Color Work An Essential Guide to Understanding and Applying Color Design Principles*. Miami: Rockport Publishers.
- Russel, A. (2018). *The Fundamentals of Printed Textile Design*. Lausanne: AVA Publishing SA.
- SCP, D. i. (2008). Pasar Tradisional. Dalam D. i. SCP, *Pasar Tradisional* (hal. 9). Semarang: ALPRIN.
- Utami, L. P. (2021). Persepsi Konsumen Milenial dan Generasi Z terhadap Alternatif Tas Belanja Ramah Lingkungan. *Prosiding SINTESA Volume 4*, 233-238.