

Perancangan Tas Khusus untuk Penggemar K-POP saat Mengunjungi Konser K-POP

Regina Nursyafitri¹, Mohamad Arif Waskito²

Desain Produk, Institut Teknologi Nasional Bandung

reginanursyafitri4@mhs.itenas.ac.id

mawaskito@itenas.ac.id

Page | 38

Abstrak

Suatu kelompok sosial yang memiliki hobi maupun kegemaran yang sama mampu menjadi peluang untuk dijadikan target untuk pencarian solusi yang ada di kelompok tersebut. Perancangan tas ini diperuntukan dengan sesuai kebutuhan komunitas saat mendatangi konser yaitu dengan rentang usia 16-33 tahun. Penelitian ini dilatari oleh adanya kebutuhan/peluang kebutuhan penggemar *kpop* saat mendatangi konser dengan adanya beberapa peraturan yang mengatur barang bawaan hingga ukuran tas yang digunakan. Pada saat mendatangi konser *kpop* ada suatu barang yang menjadi ciri khas yang membuat tas ini berbeda dengan tas lainnya, barang tersebut bernama *lightstick*. Dasar dari perancangan ini juga dikarenakan melihat betapa mereka sangat menjaga barang ini dan pertimbangan barang bawaan lainnya dikarenakan adanya keterbatasan ukuran tas yang ditetapkan oleh penyelenggara pihak konser. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan desain tas yang menjadi solusi komunitas saat mendatangi konser dengan adanya kompartemen khusus untuk menyimpan *lightstick* agar tetap aman dan masih dapat menyimpan produk lainnya. Desain yang dihasilkan memiliki nilai kebaruan yang ditawarkan yaitu pengembangan desain dari produk yang sudah ada selain itu kelebihan tas yang dirancang ini memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk yang sudah ada karena produk tersebut buatan luar negeri, dengan desain yang *compact* dengan mengacu pada *casual – korean look*. Proses desain dilaksanakan melalui pendekatan *design thinking double diamond*, yaitu dengan pencarian data mengenai target user dengan menumbuhkan rasa empati, mencari solusi apa yang produk apa yang dibutuhkan, lalu mencari gagasan ide yang sesuai, dan pada akhir proses dihasilkan desain berupa *dynamic mock-up* yang kurang lebih memiliki ukuran dan fungsi yang sesuai dengan desain yang dihasilkan.

Kata kunci: tas, konser, *k-pop*

Abstract

A social group that has the same hobbies or interests can be an opportunity to become a target for finding solutions in that group. The design of this bag is intended to suit the needs of the community when attending concerts, namely the age range of 16-33 years old. This research is motivated by the needs/opportunities of the needs of Kpop fans when attending concerts with several regulations that regulate luggage to the size of the bag used. When go to a K-pop concert, there is an item that is characteristic that makes this bag different from other bags, that item is called a lightstick. The basis of this design is also due to seeing how much they take care of this item and other considerations of luggage due to the limited bag size set by the concert organizer. The purpose of this research is to produce a bag design that is a community solution when attending concerts with a special compartment to store lightsticks so that they are safe and can still store other products. The resulting design has a novelty value that is offered, namely the development of designs from existing products besides the advantages of this designed bag having a cheaper price compared to existing products because the product is made abroad, with a compact design with reference to casual - korean look. The design process is carried out through a double diamond design thinking approach, namely by searching for data about the target user by fostering a sense of empathy, finding solutions for what

products are needed, then looking for appropriate ideas, and at the end of the process a design is produced in the form of a dynamic mock-up that more or less have the size and function in accordance with the resulting design.

Keyword: bag, concert, k-pop

1 Pendahuluan

Page | 39

Tujuan dari penelitian pada tulisan ini adalah proses perancangan tas yang diperuntukan dengan sesuai kebutuhan komunitas saat mendatangi konser yaitu dengan rentang usia 16-33 tahun, yang di latar belakang oleh kebutuhan penggemar *kpop* saat mendatangi konser dengan adanya beberapa peraturan yang menetapkan barang bawaan hingga ukuran tas yang digunakan. Pada saat mendatangi konser *kpop* terdapat suatu barang yang menjadi ciri khas yang membuat tas ini berbeda dengan tas lainnya, barang tersebut bernama *lightstick*. Dasar dari perancangan ini juga dikarenakan melihat betapa mereka sangat menjaga barang ini dan pertimbangan barang bawaan lainnya. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah menghasilkan desain tas yang menjadi solusi komunitas saat mendatangi konser.

Kelompok komunitas ini dikenal akan sifatnya yang royal, mereka akan membeli produk yang sekiranya berhubungan dan mendukung dari apa yang mereka senangi. Dilihat dari tingkat pertumbuhan penggemar *kpop* di Indonesia tahun-pertahun terus meningkat yang menjadikan peluang pasar untuk mengembagkan produk yang berhubungan dengan hal tersebut semakin besar.

Lightstick merupakan suatu tongkat yang mengeluarkan cahaya yang dimiliki oleh *kpopers* – sebutan penggemar *k-pop*. Benda ini memiliki bentuk dan dimensi yang berbeda sesuai dengan suatu grup *k-pop* yang mereka ikuti dan juga sebagai identitas dari kelompok tersebut. Namun pada umumnya *lightstick* ini memiliki bentuk dasar tabung dengan bagian atas terdapat bentuk logo yang menjadi pembeda dengan *boygroup* / *girlgroup* lain. Berikut beberapa contoh dari bentuk yang beragam dari *lightstick* seperti yang tertera pada gambar 1. Fungsi dari *lightstick* ini selain sebagai identitas juga digunakan disebuah konser atau acara panggung di penampilan *idol*, karena adanya tradisi untuk meramaikan acara konser dan juga membuat suasana konser lebih hidup. Hal tersebut tidak ditemukan pada pada konser selain *k-pop*.



Sumber <https://smglobalshop.com/>

Gambar 1 contoh *lightstick* dari setiap fandom (sekelompok yang memiliki kesamaan dalam kegemaran kepada sesuatu)

Menjadi penggemar *k-pop* sebagai bahan penelitian merupakan hal yang menarik untuk dibahas, karena mereka memiliki daya tarik yang unik dan menonjol dari kelompok lainnya. Selain itu, kelompok ini dikenal dengan memiliki sifat yang royal dan konsumtif, mereka rela membeli barang

yang berkaitan dengan hobi mereka, baik itu *official* maupun *non-official*. Dilihat dari penggemar membeli produk *official* maupun *non-official* juga dapat memperlihatkan status sosial mereka. Banyaknya aktivitas yang mereka lakukan juga menjadi bahan pertimbangan memilih kelompok ini. Pada saat membeli produk *official* dan *non-official* tentunya memiliki kepuasan yang berbeda, biasanya barang *official* memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan barang *non-official* karena pada dasarnya manusia menginginkan hal yang terbaik dalam hidupnya [1]. Menurut Henry Jenkins memandang aktivitas pembacaan yang dilakukan penggemar adalah sebuah pengembangan “tindak berburu menjadi sebuah seni” (Storey, 2006:162). Hal yang mendorong penggemar *k-pop* untuk membeli produk seperti *merchandise* yang berguna hingga tidak berguna karena adanya *impulsive buying*. Hasrat ingin membeli produk yang bertujuan untuk ajang *show-off* kepada penggemar lainnya saat mendatangi tempat yang biasa dijadikan untuk berkumpul untuk para penggemar *k-pop*[2]. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001), segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda [3].

Selama ini, desain yang sudah ada cenderung tidak mempertimbangkan barang bawaan lain, hanya memfasilitasi *lightstick* ini dan juga mempunyai harga yang lebih mahal. Sebagai contoh memiliki kompartemen didalam tas untuk barang aksesoris lainnya dan material yang digunakan.

Oleh karena itu, pada perancangan yang dilakukan ditetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi pada pertimbangan desain yang memiliki batas maksimal ukuran tas yang harus di perhatikan dapat dilihat pada gambar 2 menjelaskan mengenai batasan ukuran penggunaan tas dan juga bentuk tas yang harus memperlihatkan bahwa tas ini diperuntukan untuk mengunjung konser *kpop*. Untuk memenuhi pemenuhan kriteria tersebut, maka pada penelitian ini dilakukan metoda seperti menganalisis mengenai peraturan yang ditetapkan di arena konser dan kebiasaan barang bawaan anggota komunitas tersebut saat mengunjung konser pada tahap proses *discover* dan *define* dalam proses desain.

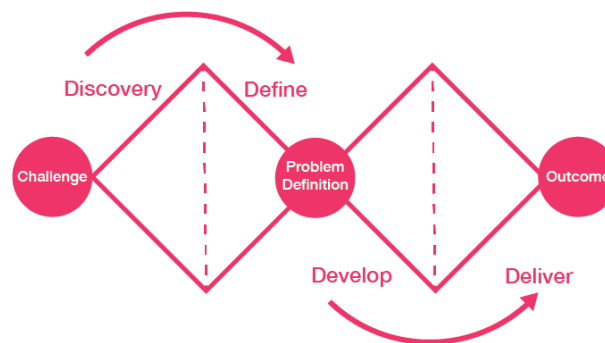


Sumber: Twitter @mecimapro
Gambar 2 Peraturan mengenai barang bawaan di arena konser

Untuk mendapatkan data yang dapat mendukung seperti pemahaman maupun istilah asing yang biasa komunitas gunakan didapat dari beberapa artikel internet dan juga kajian yang membahas hal tersebut menjadi pendukung suatu desain yang dihasilkan.

2 Metodologi

Pemahaman yang diperoleh dari hasil pengamatan terhadap sebuah aktivitas manusia secara langsung akan memungkinkan terjadinya sebuah inovasi, hal kecil yang biasanya tidak terlihat jika diteliti kembali terdapat peluang yang dampaknya besar. Proses desain dilaksanakan melalui *Double Diamond Design Process*, yaitu dengan pencarian data mengenai *target user* dengan menganalisis karakteristik dan kecenderungan *style* dalam kehidupan sehari-hari, mencari solusi apa yang produk apa yang dibutuhkan, lalu mencari gagasan ide yang sesuai. Alur proses yang dilakukan diwakili dengan diagram yang terdapat pada gambar 3.



Sumber mgearon.com

Gambar 3 Design thinking design process

2.1 Discover

Ditahap ini pengungkapan data hasil observasi dimana sebelumnya telah melakukan penyebaran kuisisioner kepada anggota komunitas yang dituju, mengamati aktivitasnya melalui media sosial dan mencoba untuk menjadi salah satu anggota komunitas guna untuk memahami apa yang mereka butuhkan.

2.2 Define

Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, pada tahap ini memilah dan menginterpretasikan data guna untuk menemukan komoditi produk yang sesuai untuk kondisi yang dituju.

2.3 Develop

Pada tahap ini mulai menemukan solusi dari apa yang telah di temukan dari proses sebelumnya, lalu merancang konsep dengan membuat berbagai *board* yang dibutuhkan. Pada tahap ini meliputi *brainstorming* dan pembuatan alternatif desain.

2.4 Deliver

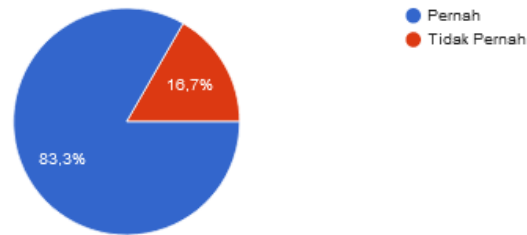
Tahap membuat *3D-modeling* dan *dynamic mock-up*

3 Diskusi

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, penulis menyebar kuisisioner mengenai seberapa banyak orang yang pernah mengunjungi konser *k-pop*. Diagram dapat dilihat pada gambar 4 hasil dari jumlah responden dan tanggapan mengenai orang yang pernah mendatangi konser *kpop* dan tidak. Dari 36 responden bahwa 30 responden pernah mendatangi konser *k-pop*. Dari rentang usia 16 – 33 tahun yang paling banyak mendatangi konser yaitu usia 20, 21 dan 25 dengan masing masing berjumlah 5 responden.

Pernahkah kamu mengunjungi suatu konser Kpop?

36 jawaban



Sumber Dokumentasi pribadi

Gambar 4 Hasil survey tidak dan pernah mendatangi konser k-pop

Berikut kesimpulan yang didapat dari menyebarkan kuisisioner dari pertanyaan yang diajukan.

1. Berada diusia 16-33 tahun (namun kebanyakan 20-25 tahun)
2. Mahasiswa dan bekerja
3. Penghasilan yang didapat dalam satu bulan uang saku maupun penghasilan sendiri Rp1.000.000 – Rp5.000.000 (kebanyakan diatas Rp5.000.000)
4. Barang utama bawaan *smartphone* dan dompet. dengan barang tambahan yang paling banyak diminati yaitu *lightstick* dan *powerbank*.
5. Tas yang digunakan antara *sling bag / crossbody bag* dan *mini backpack* (responden didominasi memilih *sling bag/ crossbody bag*)
6. Setelan pakaian kebanyakan memilih kaos dan jeans (memilih pakaian nyaman mungkin)
7. Jumlah ketertarikan untuk membeli *merch* cukup tinggi dengan jenis *merch* seperti gantungan kunci dan pin.

Data sekunder yang digunakan untuk mendukung dari perancangan produk ini yaitu dengan cara membaca dari artikel dan menganalisis media sosial dari *influencer* yang dikenal sebagai penggemar *k-pop*. Penganalisisan ini menjadikan penulis sebagai tolak ukur aktivitas dan gaya hidup penggemar *k-pop* yang biasanya diikuti penggemar *k-pop* lain.

Pada umumnya sarana bawa yang dikhususkan untuk *lightstick* ini memiliki bentuk persegi panjang, keras pada bagian luar dan tidak dapat meletakkan barang lainnya seperti dompet, *smartphone*, dan benda lainnya yang dibutuhkan saat mendatangi konser sehingga penggemar memiliki keterbatasan dalam membawa benda saat ke konser ataupun membawa tas lainnya untuk menyimpan benda tersebut.

3.1 Konser Korean Pop

Dari konser *k-pop* yang telah diselenggarakan di Indonesia bahwa terdapat beberapa peraturan yang harus dipatuhi agar suasana konser yang aman dan teratur dapat tercipta. Dari hal tersebut dimana penulis menemukan fenomena dimana adanya penggemar tidak boleh langsung masuk kedalam arena konser dikarenakan tas yang digunakan melebihi peraturan yang telah ditetapkan hal tersebut merugikan dari penggemar dalam segi waktu dan posisi antrian yang telah dia tunggu. Hal ini penulis memutuskan untuk membuat sarana bawa yang aman digunakan untuk mengunjungi konser *k-pop* namun masih tetap dapat membawa produk lain yang dibutuhkan.



Sumber Twitter @SMTOWN_JKT dan dokumentasi pribadi
 Gambar 5 Jenis arena konser kpop (outdoor dan indoor)

Arena yang ada di Indonesia terbagi menjadi 2 jenis yaitu *outdoor* (luar ruangan) dan *indoor* (dalam ruangan) contoh suasana konser dapat dilihat pada gambar 5, dimana biasanya panggung *outdoor* memiliki ruang yang cukup besar dan menampung lebih banyak penonton dibandingkan dengan panggung *indoor*. Beda tempat biasanya penerapan tata cara masuknya pun berbeda, berikut contoh perbedaan skema alur ketika memasuki arena konser *outdoor* dan *indoor* yang dijelaskan pada diagram 1. Untuk arena konser *indoor* biasanya memiliki durasi waktu saat memasuki arena konser lebih lama karena adanya keterbatasan pintu masuk dan urutan masuk dibagi berdasarkan *section* tempat duduk. Sedangkan untuk arena *outdoor* penonton ketika sudah berada di *gate* yang sesuai maka akan langsung diarahkan ke tempat yang dituju.

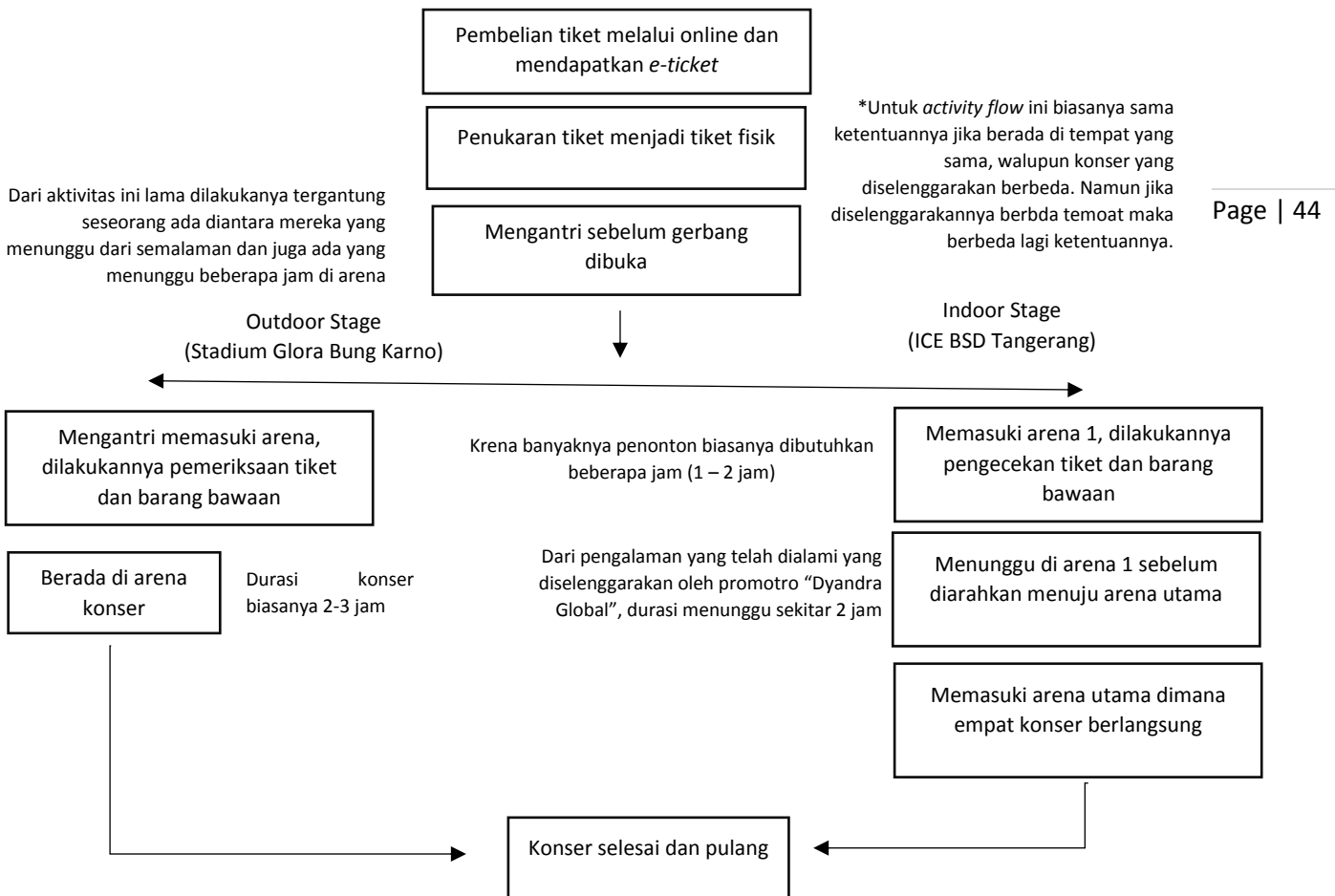


Diagram 1 activity flow saat memasuki arena konser

3.2 Penentuan Desain

Dalam menetapkan desain yang ditentukan, ada beberapa aspek dasar yang perlu dipertimbangkan:

1. Aspek Pengguna

Dari hasil kuisisioner yang disebar terdapat *range* usia saat penggemar pendatang konser yaitu 16-33 tahun. Berdasarkan rentang usia yang didapat dari hasil penyebaran kuisisioner, ini menjadikan beberapa faktor dalam pertimbangan desain. Selain itu melihat dari *fashion style* yang digunakan penggemar saat mengunjungi konser menjadi pertimbangan dalam keputusan desain.

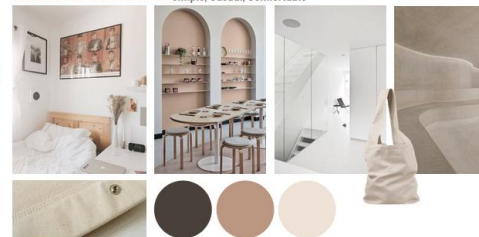
2. Aspek Perupa

Perupa lebih mengutamakan "*Form Follow Function*" dimana pertimbangan bentuk didasarkan kebutuhan, namun tetap tidak menghilangkan keunikan visual yang mencirikan bahwa tas ini dikhususkan untuk penggemar *k-pop* saat mengunjungi konser dengan acuan konsep yang diangkat yaitu *casual-korean look*.

Styling Board



Mood Board



Sumber: Pinterest

Gambar 6 StylingBoard dan Moodboard

Perpaduan *casual style* yang berupa gaya busana yang santai disesuaikan dengan tempat yang akan dituju, sedangkan untuk *korean style* memiliki kecenderungan ciri khas warna yang kalem seperti warna pastel. Penggunaan warna *basic earthtone* juga berfungsi agar dapat dipadu padankan dengan warna pakaian yang digunakan. *Styling board* dan *mood board* dapat dilihat pada gambar 6.

3. Aspek Material

Material yang digunakan berupa kanvas marsoto yang merupakan diinspirasi oleh totebag yang sangat diidentikan dengan *korean look*. Penggunaan busa ati sebagai konstruksi tas pertimbangan lain juga dikarenakan busa ati memiliki bobot yang tidak begitu berat dan tali *webbing* untuk bahan tali. Material-material tersebut telah dipertimbangkan selain dari segi ergonomi namun juga pendukung dari *concept style* yang diangkat yaitu *casual-korean look*.

4. Aspek Fungsi

Fungsi dari produk yang akan dirancang ini yaitu sarana bawa yang dikhususkan untuk penggemar *k-pop* saat mengunjungi dengan mempertimbangkan barang bawaan lain yang biasa dibawa penggemar saat mengunjungi konser.

5. Aspek Ergonomi

Seseorang ketika menggunakan tas tentunya memiliki posisi yang dirasa nyaman saat digunakan, salah satunya penggunaan tas jenis *sling bag* ini. Ada tiga cara saat penggunaan *sling bag* dan juga tumpuan saat penggunaan tas yang dapat mempengaruhi beban pada sisi badan yang digunakan dapat dilihat pada gambar 7.



Sumber: Google.com

Gambar 7 Beberapa tipe penggunaan sling bag

Ketentuan ergonomic agar tas nyaman saat digunakan yaitu:

1. Maksimal beban bahu 10% - 20% dari berat badan[4].
2. Panjang tali tas standar Indonesia yaitu 1.2m
3. Barang-barang yang dibawa oleh penonton konser yaitu barang yang memiliki ukuran yang relatif kecil dan tidak memiliki bobot yang berat.

3.3 Desain Produk

Dalam sebuah produk dapat ditentukan beragam instrumen informasi baik bentuk, warna, tekstur, proporsi, komposisi dan lainnya, yang masing-masing bekerja merekonstruksi suatu *image* atau pencitraan tertentu. Citra yang dibentuk tersebut dapat diwujudkan berdasarkan tematik tertentu. Misalnya citra bentuk yang memiliki konten unsur-unsur informasi “fungsi penggunaan” atau operasionalnya, citra informasi “peristiwa/proses” yang terjadi dalam suatu system yang digunakan pada produk ataupun informasi tentang bagaimana produk dibuat [5]. Dalam kasus ini aspek fungsi penggunaan yang sangat di tonjolkan untuk mencapai dari tujuan yang ingin dicapai, namun untuk menonjolkan tas ini berbeda dengan tas pada umumnya dibuatlah beberapa komponen dan ciri khas agar terlihat yang menjadi aspek pembeda dari tas lainnya, penjelasan mengenai detail dapat dilihat pada gambar 9 dan gambar 10. Sedangkan untuk gambar 8 merupakan *final design* yang ditetapkan.



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 8 Desain tas



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 9 Tas saat keadaan terbuka

Tas ini memiliki ukuran 30 cm x 17 cm x 10 cm keadaan saat tertutup untuk bagian atas. Ukuran hanya bagian atasnya saat terbuka memiliki panjang 17 cm.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 10 Detail tas bagian dalam terdapat slot untuk menaruh baterai cadangan

4 Kesimpulan

Pada dasarnya perancangan produk memiliki tujuan apa yang ingin dicapai seperti untuk siapa dan untuk apa produk itu digunakan. Individu yang berbeda yang memiliki aktivitas yang berbeda tentunya memiliki kebutuhan produk yang berbeda pula. Adanya faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi produk yang dibutuhkan [6]. Dari contoh kasus dari komunitas penggemar *kpop* ini dapat dilihat bahwa banyaknya aktivitas yang mereka lakukan berbeda pula kebutuhan benda yang mereka gunakan.

Produk ini diharapkan sesuai dengan apa yang calon pengguna butuhkan dan memudahkan penggunaannya. Dengan dilakukannya proses desain yaitu pembuatan studi model dan sudah disesuaikan dengan apa yang akan diproduksi hingga menjadi *prototype*. Luaran dari produk ini yaitu agar dapat bersaing dengan produk diluar sana dan memiliki daya jual.

5 Referensi

- [1] B. Menoreh and S. Setiawan, "Pengaruh Unsur Military Terhadap Desain Fashion Kalangan Muda di Indonesia," *J. Desain Indones.*, pp. 1–10, Mar. 2021, doi: 10.52265/jdi.v3i1.42.
- [2] N. Nafeesa and E. Novita, "HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA PENGGEMAR K-POP," *Cakrawala - J. Hum.*, vol. 21, no. 2, pp. 79–86, Sep. 2021, doi: 10.31294/jc.v21i2.10319.
- [3] D. Munandar, "ANALISIS PENENTUAN SEGMENT, TARGET, DAN POSISI PASAR HOME CARE DI RUMAH SAKIT AL-ISLAM BANDUNG," no. 2, p. 12.
- [4] W. Bumgardner, "How to Wear Your Backpack for Back Pain Prevention." Michael Lau, PT, DPT. [Online]. Available: <https://www.verywellfit.com/right-and-wrong-ways-to-wear-a-backpack-3435014>
- [5] M. A. Waskito, "Pendekatan Semantik Rupa Sebagai Metoda Pengembangan Desain Produk Dengan Studi Kasus Produk Mug di Industri Kecil Keramik," p. 9.
- [6] T. Subianto, "STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN," p. 18.