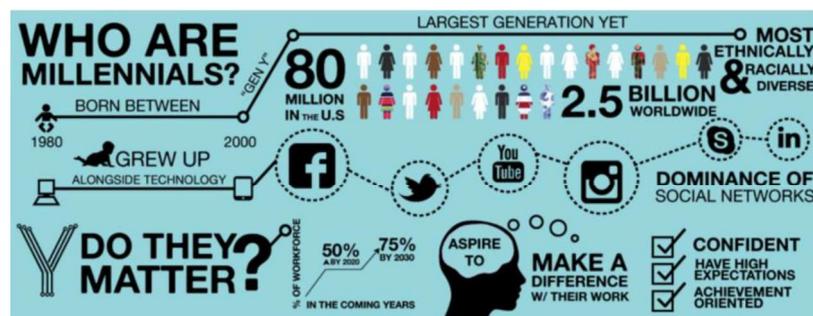


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Millennials adalah sebuah sebutan untuk orang-orang yang lahir di tahun 1980-2000 (Stein: 2013) dan menjadi jumlah penduduk terbesar di Indonesia sebesar 40% menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016. Selain generasi *millennials*, ada juga generasi Z atau *Gen Z*, yaitu sebutan untuk anak-anak yang lahir pada tahun 2001-2010. Sebelum *millennials* terdapat generasi *Baby Boomer* yang lahir sebelum tahun 1960, lalu generasi X yang lahir pada tahun 1961-1979. Hampir sama dengan *millennials*, *Gen Z* adalah generasi yang sangat bergantung terhadap teknologi, sedangkan untuk generasi *boomer* adalah generasi yang lahir sebelum teknologi berkembang, generasi X adalah salah satu generasi yang mengalami waktu dimana teknologi belum ada hingga menjadi canggih seperti sekarang. Generasi *millennials* juga sering disebut sebagai *Me Me Me Generation* dimana hal itu menggambarkan karakter *millennials* yang narsistik, kurangnya keinginan untuk bersosialisasi dan rendahnya minat pada masalah politik dibanding dengan generasi sebelumnya. (Stein: 2013)



Gambar 1. 1 Millennials

(Sumber: <https://medium.com/@tarynjohnson/millennial-generation-the-lazy-narcissistic-ambitious-do-gooders-78a5bb7c6132>. Diunduh 26 Februari 2021

James Wolcott, di sebuah artikel Vanity Fair menuliskan “*Millennials* membutuhkan pujian dan ucapan terima kasih yang terus-menerus, dorongan untuk tetap termotivasi atau setidaknya berhenti gelisah.”. Hal ini disebabkan karena *social media* yang memperlihatkan banyak kehidupan

mewah dan keberhasilan orang-orang. *Millennials* biasanya rajin mem-posting kegiatan konsumsi mereka di media sosial. Karena bagi mereka, seberapa ramai akun media sosial seorang *millennial*, menunjukkan eksistensi sang *millennial* tersebut. (Anton Wirjono, 2018: 34)



Gambar 1. 2 The Adventurer

(Sumber: Indonesia Millennial Report, 2020. Diunduh 26 Februari 2021)

Indonesia *Millennial Report* 2020 oleh IDN Research mengatakan terdapat 7 tipe *millennials*, yaitu *The Adventurer*, *The Visionary*, *The Artist*, *The Leader*, *The Socializer*, *The Conservative* dan *The Collaborator*. Tipe-tipe *millennials* ini memiliki ciri khas dan perilaku mereka masing-masing sesuai dengan nama mereka. Untuk *millennials* yang menjadi *stereotype millennials* di Indonesia sendiri adalah *millennials* dengan tipe *The Adventurer*. Bagi mereka hidup penuh dengan kemungkinan yang tak terbatas dan dunia adalah taman bermain mereka. (IDN Media, 2020: 7). *Millennials* tipe ini adalah tipe yang selalu ingin mencari pengalaman baru dan pergi ke tempat-tempat baru. Menjadikan petualangan mereka sebagai bagian dari gaya hidup dan konsumsi mereka.

Hal ini membuat beberapa tahun belakangan ini bermunculan kafe serta destinasi wisata serta hotel dengan konsep yang unik. Kepala Biro Komunikasi Publik Kemenpar Guntur Sakti mengatakan dalam tahun 2013—2018, jumlah perjalanan wisatawan domestik telah meningkat lebih

dari 21%. Menurutnya, selama ini tren wisatawan domestik yang terus meningkat lebih didominasi oleh generasi *millennials*. Banyaknya opsi dalam membuat perjalanan juga menjadi faktor penyebab naiknya angka pariwisata domestik. *Millennials* sebagai generasi yang tumbuh dengan perkembangan teknologi menyukai hal-hal yang instan. Hal-hal ini terbukti dengan banyaknya aplikasi *e-commerce* dan *travel* yang bermunculan. *Millennials* pun dibuat semakin mudah untuk dalam memesan tiket perjalanan dan hotel dengan banyaknya aplikasi perjalanan yang ada seperti Traveloka, Pegi-peggi dan lainnya. Karena melalui aplikasi itu mereka sudah bisa memesan beberapa tiket perjalanan dan hotel tujuan mereka dalam sekejap. Salah satu barang penting saat dibawa saat *travelling* adalah tas. Tas yang dibawa pada saat *travelling* bisa bermacam-macam, mulai dari koper, *tote bag*, *backpack* atau yang lain. Pada masa ini, sudah banyak wisatawan dari generasi *millennials* yang berpergian menggunakan *backpack* saja atau biasa disebut *backpacker*. *Backpacker* pada dasarnya adalah orang yang berpergian dengan membawa *backpack* atau tas punggung saja. Istilah *backpacker* biasanya ditujukan kepada orang-orang yang menyukai berpetualang ke tempat-tempat seperti gunung dan lainnya. Menurut Natan Uriely, terdapat 4 jenis *backpacker* yaitu *experimental backpacker*, *humanistic backpacker*, *diversionary and recreational backpacker*, dan *multitype backpacker*.

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, muncul istilah baru yang ditujukan untuk *backpacker* yang berpergian membawa *gadget* mereka dan berpergian secara singkat dan memiliki budget lebih ketimbang *backpacker* biasa, yaitu *flashpacker*. Menurut Hannam dan Diekman (2010), *flashpacker* adalah *backpacker* dengan rentang umur 20 hingga 30 tahun yang berpergian dengan *backpack* mahal, bermalam di dekat tempat wisata, memiliki pemasukan lebih, mengunjungi banyak lokasi terisolasi, membawa *gadget* dan tetap melakukan apa yang *backpacker* biasanya lakukan. Adanya *social media*, jumlah *Flashpacker* meningkat yang memunculkan banyak *travel blogger* dan *vlogger* yang memperlihatkan kegiatan *travelling* mereka. Beberapa dari mereka berpergian dengan waktu singkat

menggunakan *backpack* sehingga bisa disebut *flashpacker*. Selain itu banyaknya *vlog travelling* membuat banyak *millennials* juga menginginkan *travelling* walaupun singkat, hal inilah yang membuat *flashpacker* semakin meningkat. Berpergian dengan *backpack* memang lebih praktis dibanding dengan membawa koper namun tetap saja para *backpacker* atau *flashpacker* menemukan beberapa masalah saat membawa barang mereka.

Dilansir dari *Travellerspoint*, ada beberapa *backpacker* dan *flashpacker* yang membagikan masalah mereka mengenai tas yang mereka gunakan dalam membawa barang seperti susahnya mengambil barang-barang mereka yang berada di bagian bawah tas, tidak adanya kompartmen untuk menaruh pakaian kotor mereka, membutuhkan tas lebih kecil untuk jalan-jalan sebagai turis yang bisa dipasang ke *backpack* mereka, barang mereka yang bertambah ditengah perjalanan akibat souvenir yang dibeli, desain tas yang kurang menarik dan lainnya. Hal inilah yang mendatangkan ide untuk membuat sebuah *expandable backpack* yang bisa mengatasi masalah tersebut. *Expandable* menurut *Cambridge dictionary* adalah “able to increase size” atau bisa menambah ukuran. *Expandable backpack* adalah tas punggung yang bisa menambah ukuran.

Adanya *expandable backpack*, maka para *flashpacker* akan dimudahkan dalam berpergian. Ukuran tas akan bisa bertambah sehingga jumlah barang yang bertambah saat *travelling* masih bisa dimasukkan ke dalam tas. Selain itu adanya kompartmen kecil yang bisa dilepas pasang dan dijadikan tas kecil akan memudahkan para *backpacker* dan *flashpacker* saat sedang berjalan-jalan di tempat wisata tanpa harus membawa banyak tas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, permasalahan yang akan dibahas meliputi hal berikut:

1. Bagaimana rancangan *backpack* yang memiliki kompartmen yang bisa dilepas pasang yang bisa dijadikan tas kecil?
2. Apa saja fitur *backpack* yang sesuai dengan kebutuhan *backpacker millennials*?

C. Tujuan Perancangan

1. Mendapatkan rancangan *expandable backpack* dengan kompartemen yang memudahkan para backpacker.
2. Membuat *expandable backpack* dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan *backpacker millennials*

D. Batas Lingkup Perancangan

Untuk menghindari topik yang terlalu luas maka perancangan membatasi topik dan permasalahannya. Perancangan *expandable backpack* akan dibatasi pada perancangan hanya membuat sebuah *backpack* yang bisa di 'ekspan', memiliki kompartemen yang bisa dilepas-pasang dan dijadikan tas kecil, dan memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan *backpacker* dengan tipe *flashpacker kalangan millennials*.

E. Manfaat

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Rancangan ini dapat dijadikan sebagai pembelajaran mengenai perancangan tas.
 - b. Sebagai aplikasi nyata ilmu yang telah didapat di bangku kuliah.
2. Bagi Masyarakat
 - a. Tas ini diharapkan akan menjadi alternatif pilihan bagi kalangan muda untuk bisa bergaya tanpa harus kesusahan dalam membawa barang mereka.
 - b. Tas ini diharapkan akan menjadi terobosan baru bagi *apparel* yang sudah ada.
3. Bagi Institusi
 - a. Sebagai sumber referensi kepustakaan dan acuan riset mengenai perancangan tas.
 - b. Sebagai sumber referensi kepustakaan dan acuan riset mengenai cara menunjang penampilan