

Lampiran. 6. Artikel Ilmiah Jurnal CORAK

KAYU MINDI SEBAGAI RAW MATERIAL PEMBUATAN CASING TEKNOLOGI INFORMASI

Sumino¹

Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, masmino67@gmail.com,
masmino67@isi.ac.id
087838214546

Achmad Gilang Romadhon²

Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, agilangromadhon123@gmail.com
089685503558

ABSTRAK

Penggunaan kayu untuk produk industri saat ini telah nyata mendukung peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor non minyak. Hal demikian ditandai dengan maraknya beragam produk estetis ataupun fungsional oleh pelaku bisnis berbahan kayu. Sebagian besar para pelaku mengacu pada trend dan fashion yang mencerminkan karakter dan gaya hidup kekinian, tetapi jarang sekali menampilkan karakter sentimentil yang seolah-olah bernostalgia ke masa lalu. Penggunaan kayu jati solid kelas satu selalu menjadi pilihan sehingga mengabaikan kayu-kayu yang lain, padahal kayu Mindi justru tampak sifat lokalitasnya, sehingga cenderung menonjolkan kesan kuno dan eksklusif yang menawarkan keunikan serat kayu. Guna menuju pencapaian konsep kuno diperlukan sejumlah experiment dan metode yang tepat dalam penggarapannya, yakni: a) Tahap observasi dan analisis, b) Tahap imajinasi, c) Tahap pengembangan imajinasi, d) Tahap implementasi. Metode tersebut kemudian disebut dengan metode penciptaan Practice-led Research. Perancangan ini akan merealisasikan disain-disain kebaruan yang meliputi Commercial Casing untuk produk Information Technology.

Kata kunci: kayu mindi, casing, industri, media, Informasi Teknologi

Abstract

The current use of wood for industrial products has significantly supported the increase in Gross Domestic Product (GDP) of the non-oil sector. This is characterized by the rise of a variety of aesthetic or functional products by businesses made of wood. Most of the actors refer to trends and fashions that reflect the character and lifestyle of the present, but rarely display sentimental characters that seem nostalgic to the past. The use of solid teak wood first class has always been an option so as to ignore the other wood, whereas Mindi wood actually looks locality, so it tends to accentuate the impression of ancient and exclusive that offers the uniqueness of wood fibers. In order to achieve the ancient concept required a number of experiments and appropriate methods in its implementation, namely: a) Observation and analysis stage, b) Imagination stage, c) Imagination development stage, d) Implementation stage. The method is then referred to as the Practice-led Research creation method. This design will realize novelty designs that include Commercial Casing for Information Technology products.

Keywords: wood mindi, casing, industry, media, Information Technology

PENDAHULUAN

Peningkatan penggunaan kayu di Yogyakarta yang hampir mencapai 20 % merupakan kayu olahan yang tersedia dari perhutani, sedangkan 80 % lainnya tersebar di beberapa daerah. Hal ini disebabkan semakin meningkatnya para pengusaha lokal dan pengusaha asing mengembangkan usahanya di Yogyakarta semenjak terjadinya gempa 25 Mei 2006 yang lalu. Dampaknya terhadap pesanan produk kayu meningkat mencapai sekitar 478.800 m³, dengan demikian bisa diprediksi peningkatan pemakaian kayu di Yogyakarta jumlahnya mencapai 95.760 m³. Sebagian besar mereka mengolah kayu olahan untuk produk-produk mebel (sumino,2016).

Nilai strategis komoditas produk berbahan kayu adalah melahirkan pekerjaan padat karya yang menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang signifikan. Secara nasional industri perkerajinan kayu di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja sebesar 50.000 orang, kemudian pada tahun 2018 dari 50.000 orang naik menjadi 175.000 orang.

Di tengah maraknya berbagai tren produk berbahan kayu di Indonesia, kayu mindi menjadi salah satu di antaranya material yang paling diminati sebab kayu mindi memiliki karakteristik yang menarik. Massa kayunya berwarna terang dan disilangi serat-serat kayu berwarna kuning kecoklatan. Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh kayu mindi yaitu kehalusan tekstur, ketahanan terhadap serangga dan bobot yang ringan. Pesonanya pun sering disamakan dengan kayu jati sehingga menjadikan kayu mindi sebagai material ideal untuk pembuatan berbagai produk.

Tak luput dari bidikan para pengguna kayu, penganut digitalisme di era milenialpun menjadi incaran dalam menawarkan produk eksklusif berbasis kayu, seperti produk IT (*Information Technology*) di antaranya, televisi, radio, komputer, ponsel, merupakan perangkat-perangkat penunjang aktifitas sehari-hari, bahkan bisa dikatakan sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat dunia global saat ini.

Persaingan antar produsen pun semakin membuat masing-masing dari mereka berinovasi tanpa henti untuk memberikan produk terbaik bagi konsumen. Salah satu metode untuk menarik perhatian pasar yang digunakan adalah dengan memberikan tampilan fisik dan visual agar menarik. Para produsen produk IT seringkali bermain pada pembungkus teknologi mereka atau lebih dikenal dengan istilah *casing*. Seringkali tampilan *casing* sebuah produk menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hal ini terkait dengan tren dan fesyen yang sedang *up-to-date* di era sekarang. Beberapa produsen produk IT terkemuka telah berinovasi *casing* terhadap produk-produk mereka dengan material kayu.

Paparan di atas merupakan kondisi yang patut mendapatkan perhatian sebagai media pengembangannya. Alasan utama hal ini menarik adalah jenis kayu Mindi tersebut meskipun dianggap kayu lokal namun dapat dirancang menjadi produk bernilai eksklusif yang menawarkan keunikan serat kayu.

Salah satu upaya di dalam pengembangan produk berbahan kayu mindi non mebel yaitu diwujudkan rancangan karya seni kriya dalam bentuk *casing* media informasi. Tentu saja rancangan ini akan menawarkan disain-disain kebaruan mengikuti trend pasar, sekaligus sebagai uji pasar dan uji kualitas kayu.

Merebaknya pengusaha dan penggemar produk kayu di berbagai wilayah mengakibatkan persaingan perdagangan semakin ketat dalam meraih pasar, maka hal yang mesti diperkuat antara lain disain-disain kreatif, teknologi yang memadai dan gagasan inovatif, agar diperoleh cara yang efisien dan efektif dalam pembuatannya.

METODE

Metode penelitian yang luarannya wujud bentuk karya, model, purwarupa, dan prototipe merupakan metode penelitian lanjutan atau aplikasi dari penelitian dasar yang kemudian disebut dengan *Practice-led Research* (Hendriyana, 2018). Karakteristik metode ini yang akan digunakan dalam perancangan karya ini meliputi tahapan sebagai berikut:

c. Tahap Persiapan

Meliputi kegiatan observasi dan analisis yaitu melakukan observasi dengan riset awal dalam rangka mencari data terkait dengan isu dan permasalahan yang didapatkan di masyarakat. Hasilnya kemudian dianalisis sehingga menemukan formulasi ide atau gagasan awal yang kemudian menjadi fokus dalam perancangan ini.

Strategi yang perlu dilakukan dalam observasi ini antara lain dengan mengeksplorasi sumber daya lokal meliputi nilai-nilai orisinalitas produk kayu Indonesia, memastikan ketersediaan yang stabil dan fleksibel sehingga dapat memenuhi kebutuhan. Kemudian ketersediaan potensi lokal tersebut dianalisis kekuatan dan kelemahannya dikala akan dibuat suatu produk. Tentunya mengacu pada tren pasar atau disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Diharapkan dengan penerapan strategi ini tidak hanya meningkatkan kuantitas penjualan, tapi juga memberikan keuntungan yang maksimal bagi perancang.

d. Tahap Mengimajinasi

Tahap ini meliputi pemaparan pengalaman praktis terkait dengan pembangkitan atau penggugah semangat atau dorongan imajinasi, sehingga menemukan potensi dan

peluang yang bisa diwujudkan atau dikembangkan. Pada tahap ini juga dilakukannya eksplorasi-eksplorasi bentuk dan experimentasi teknik dan material bahan yang akan digunakan.

Penekanan perancangan untuk menuangkan konsep gagasan dimulai dari deskripsi verbal hasil analisis yang dilakukan ke dalam bentuk visual dua dimensional dan tiga dimensional. Penuangan gagasan kreatif itu dilakukan dengan pertimbangan berbagai aspek, menyangkut kompleksitas nilai seni kriya, antara lain aspek material, teknik, proses, metode, konstruksi, ergonomi, keamanan, kenyamanan, keselarasan, keseimbangan, bentuk, unsur estetika, gaya, filosofi, pesan, dan makna, berikut fungsi sosial, ekonomi, dan budaya, serta peluang masa depannya.

c. Tahap Pengembangan Imajinasi

Tahap ini melakukan penajaman kematangan konsep sebagai hasil evaluasi dan perbaikan peningkatan nilai dari pokok permasalahannya, kemudian dilanjutkan pada pengembangan desain yang dilakukan dengan melihat perbandingan desain dan produk yang sudah ada, dengan demikian akan muncul deskripsi persoalan yang harus dipecahkan. Melakukan evaluasi atau analisis menggunakan analisis SWOT, proses pembuatan sket-skets alternatif, dan proses perancangan.

d. Tahap Pengerjaan

Tahap ini merupakan tahap mengimplementasikan keputusan-keputusan desain yang diperoleh dari sebuah konsep yang matang. Tahapan kerja ini merupakan zona nyaman yang dapat didelegasikan pekerjaannya kepada *drafter* atau tim kerja. Pekerjaan ini bergelut dengan material bahan, teknik dan bentuk-bentuk yang akan diwujudkan.

Langkah selanjutnya, yaitu visualisasi gagasan dari rancangan sketsa alternatif terpilih atau gambar teknik yang telah dipersiapkan menjadi suatu bentuk model prototipe. Pembuatan model prototipe ini dibangun berdasar butir penting hasil analisis dan tahap sintesis yang berhasil dirumuskan, atau berdasarkan gambar teknik yang telah disiapkan. Penyajiannya berdasarkan proses pembentukan karya seni yang berlaku, yaitu berdasarkan gambar teknik berikut detail kelengkapannya, atau berdasarkan model prototipe tadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pangsa Pasar

Pada catatan penelitian sumino tahun 2016 menyebutkan bahwa permintaan produk berbahan kayu Indonesia rata-rata senilai 1,25 milyar USD setiap tahunnya, dengan profit relatif stabil dari tahun ke tahun. Melihat profil lima tahun terakhir (2015-2019)

dapat dikatakan bahwa potensi pasar dunia untuk produk kayu selalu ada dan cenderung stabil, dengan kenaikan rata-rata 6.6% dalam lima tahun terakhir. Produk-produk yang diminati konsumen meliputi *Living room, Designer Collections, Dinning set, Kitchen set, Commercial Tables and Chairs, Officeroom, Kept Concept, Bedroom, Kids Mattress, Beauty Commercial, Home Furniture* dan *Lighting* (sumino, 2016).

Ketika produk elektrik membanjiri pasar, maka keperluan pelindung keamanan atas produk tersebut juga marak diproduksi. Fungsi semula sebagai pelindung keamanan, namun berkembang menjadi keperluan asesoris yang memiliki fungsi ganda, yakni selain aman namun juga konsentrasi terhadap keindahan. Merebaknya produk yang kemudian mendapat sebutan *Comercial Casing* tidak lagi menjadi heran bagi kalangan masyarakat Indonesia, apalagi di kalangan generasi pasca modern yang identik dengan kaum komsumerisme. Kemudian "*Casing*" berkembang dalam kondisi tidak terbatas dan jauh mengiringi lajunya teknologi modern. Meskipun demikian pemilihan material tetap diperhitungkan dan dikembangkan dengan mengedepankan bobot keindahan tanpa melepas fungsi-fungsi bagi keperluan masyarakat.

Produk *casing* merupakan terobosan kreatifitas mendunia di masa sekarang. Bagaimanapun kondisinya selama proses berjalan, diperlukan konsep identitas di semua model, tentu tidak melepaskan ciri dan nilai yang diyakini menjadi *social capital* bagi komunitas. Spirit, nilai-nilai, serta realitas khas yang dimiliki oleh komunitas pada akhirnya membentuk identitas (Kasiyan, 2009).

Bila demikian harapan kedepan, berkembangnya produk *casing* mesti disambut dengan kearifan baik meliputi material, konsep, nilai dan ciri khas suatu produk hingga pada kekuatan sosial bagi penggunaannya.

Seiring meningkatnya industri kreatif, kebutuhan produk-produk seni maupun non seni menunjukkan gairah aktivitas yang dinamis. Selain di luar negeri, aktivitas berkesenian maupun perdagangan di dalam negeri pun nampak meningkat. Kegairahan tersebut ditandai dengan maraknya komunitas seni maupun kelompok seni di berbagai daerah, bahkan dibarengi pula dengan tumbuhnya galeri-galeri maupun *arts space*, lembaga dagang produk *furniture* dan kerajinan, ajang pameran bergengsi seperti *Artjog*, *Jiffina*, *Undagi* dan lain sebagainya. Di Yogyakarta ada Hobi Kayu (HKI) sebuah komunitas penggemar kayu, di luar negeri ada *Woodworker* sebuah komunitas penggerak karya seni berbahan kayu (Sumino, 2016).

Berdasarkan informasi dari kantor Dagang dan Industri, total ekspor produk-produk kayu untuk jenis *ornament of wood, Wood marquetry and inlaid wood, Furniture not failling*

mencapai USD 10.59 miliar di tahun 2018. Pada tahun 2018 tercatat mengalami kenaikan hingga mencapai 55,9 % untuk pasar Eropa dan Taiwan. Hal demikian ini menjadi peluang bagi pengusaha untuk memasarkan produk kayu Indonesia selain dalam negeri sedangkan untuk jenis produk *filing* kabinet ataupun *casing* media teknologi informasi luput dari gairah pasar di negara tersebut lebih lebih komoditas produk berbahan kayu Mindi (*Melia azedarach Linn*) (Dewi Purningsih, 2021).

B. Potensi Kayu Mindi

Kayu mindi banyak ditanam di hutan rakyat di wilayah Yogyakarta, sebab kayu mindi mudah tumbuh di berbagai kondisi tanah. Penyebarannya diseluruh pulau Jawa, Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Ia mampu tumbuh di tanah tertier seperti tanah liat, tanah berbatu, dan tanah berpasir vulkanis (Harry Praptoyo, 2010)

Dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok industri pengolahan kayu hilir, yaitu industri *solid wood* (kayu padat) dan industri *plywood* (kayu lapis), termasuk *block board*, *medium density fibreboard* (mdf), dan *particle board*. Perbedaan bahan baku tentu akan mempengaruhi harga jual produk furnitur dan produk-produk lainnya, produk yang terbuat dari bahan baku kayu keras memiliki harga jual lebih tinggi bila dibandingkan jenis bahan baku kayu lunak (Zamroni Salim, et all: 2017)

Munculnya varian produk pengolahan kayu, merupakan terobosan teknologi maju yang dapat memfasilitasi masyarakat akan pentingnya alternatif material ramah lingkungan, saat ini sungguh telah mendukung berbagai program anti pemanasan global. Kendati demikian permasalahan berikutnya yakni penerapan sistem efisiensi bahan yang berujung pada persoalan limbah. Budaya umum yang mereka lakukan adalah menimbun dan membuang sisa-sisa kayu (Bambang , Tt)

C. Trend Fesyen

Trend dan *fashion* lahir bersamaan, hampir selalu mengalami pengulangan, siklus “muncul-berkembang-mencapai puncak- tenggelam- dan muncul kembali”, demikian juga “kuno-modern-mutahir-pasca modern-kembali ke kuno” merupakan gaya hidup dalam mensikapi masyarakat penganut aliran *consumer*. Rindu terhadap produk yang pernah populer merupakan pernyataan sikap nostalgia, kemudian hal demikian diberi label retro. Retro bisa diartikan sebagai desain yang mencerminkan karakter dan gaya hidup sesudah perang dunia ke dua, yaitu sekitar tahun 1940 hingga 1980. Desain retro dianggap dapat menampilkan karakter sentimentil yang seolah-olah membawa pelihatnya bernostalgia ke

masa lalu. Sehingga dalam penerapannya, karakter retro lebih cenderung dipakai untuk menonjolkan kesan kuno, idealis, nostalgia, dan berbeda.

Casing Laptop, casing radio, casing televisi ataupun *handphone* kini menjelma menjadi barang *fashion* yang melengkapi kebutuhan gaya para pengguna. Tren model *casing handphone* misalnya terus bergulir dengan cepat seiring dengan tren munculnya tipe dan merek telepon baru, demikian halnya tipe laptop. *Casing* atau pelindung tampaknya tak lagi hanya sekedar pelengkap tetapi menjadi sama pentingnya dengan kebutuhan terhadap *handphone* itu sendiri. Tren belakangan ini, para pengguna telepon pintar tidak lagi puas dengan *casing* yang asal ada. Mereka mencari *casing* yang punya desain unik, baik dari segi bentuk, bahan, warna, hingga gambarnya.

D. Produk Hasil Rancangan

Rancangan produk casing radio menggunakan kayu mindi memberikan keuntungan lebih dari sisi dekorasi, kelunakan, warna cerah dan kemudahan dalam pengerjaannya, sehingga menghasilkan *casing* yang indah dan mempesona. Hasil perancangan karya seperti gambar 1.



Gb. 1. New Generation 1

Produk yang diberi label New Generation I merupakan generasi kekinian dari embrio model radio merek “cawang” yang muncul di era 70-an. Kemudian lahir generasi secara berturut-turut yakni merek “satelit”, “Philip”, “Nasional”, “Panasonic” dan sekarang lebu banyak lahir merek-merek lainnya.

Dari bentuk yang lugu tanpa variasi, feminim menuju bentuk-bentuk maskulin, kekokohan dan simple lahirlah bentuk berdiri menuju ke atas. Bentuk seperti ini menambah kesan kokoh dan gagah, lihat gambar 2. New Generation II.

PENUTUP

Casing laptop, radio ataupun handPhone yang dibuat oleh pabrik dengan material plastik nampaknya mendominasi dan meninabobokkan minat masyarakat, sebab mudah didapat, harga murah dan banyak pilihan. Tidaklah mengherankan apabila perkembangan produk-produk berbasis kayu agak ketinggalan, bahkan nyaris sedikit minat sebab penggarapannya ribet dan memerlukan berbagai syarat yang standar.

Meskipun demikian produk-produk berbahan kayu tetap menjadi idola di kalangan penghobi sebagai barang eksklusif meski porsinya tidak besar dibanding produk berbahan plastik atau non kayu lainnya. Tetapi untuk jenis *furniture* justru menunjukkan angka yang signifikan peningkatannya. Berarti produk-produk berbahan kayu masih unggul bila dilihat dari perolehan pendapatan. Meskipun demikian masih diperlukan inovasi dan tindakan kreatif sebagai daya ungkit dalam mengolah kayu lokal.

Experiment secara terus-menerus perlu dilakukan sebagai proses perwujudan yang komprehensif, sebab dengan cara seperti itu masyarakat tidak canggung lagi untuk memilih produk kayu.

Daftar Pustaka

- Bambang, Moch.(Tt). Pemanfaatan Limbah Kayu Untuk Perancangan Casing Produk Information Technology Dengan Pendekatan Konsep Retro dalam *Laporan Penelitian*. Surabaya: Jurusan Desain Produk Industri, FTSP-ITS Surabaya.
- Hendriyana, Husen. 2018. *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Seni Kriya & Desain Produk Non Manufaktur*. Bandung: Sunan Ambu Press.
- Kasiyan.(2009). *Lanskap Tradisi, Praksis Kriya, dan Desain*, Yogyakarta: PB ISI Yogyakarta.
- Praptoyo, Harry. 2010. Sifat Anatomi dan Sifat Fisika Kayu Mindi dalam Jurnal Ilmu Kehutanan: *Jurnal Ilmu Kehutanan UGM*, Vol. IV. No. 1. Januari 2010)
- Sumino.2016. Perancangan Produk Casing Berbahan Ranting Kayu Kopi. Dalam *Laporan Perancangan*. Yogyakarta: Lppm ISI Yogyakarta.
- Zamroni Salim, Ernawati. 2017. *Info Komoditi Furnitur*. Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik.
- Purningsih, Dewi. Nilai Ekspor Kayu Olahan Indonesia Capai USD 10.59 Miliar. Retrieved Februari 15, 2021. From <https://www.greeners.co/berita/nilai-ekspor-kayu-olahan-indonesia-capai-usd-10-59-miliar/>