

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN PRODUK SET PERHIASAN
BERGAYA *POSTMODERN* DENGAN INSPIRASI
BUDAYA SUKU OSING



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh :

Isnaini Monika

1510009027

PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA

2020



Perancangan produk set perhiasan bergaya *postmodern* dengan inspirasi budaya suku Osing

Isnaini Monika*

Program Studi Desain Produk, Institut Seni Indonesia (ISI), Yogyakarta, Indonesia

Abstract

Jewelry is a form of physical culture whose use has been known by humans since prehistoric times. It shows that the instinct of adorning in humans grows and develops in line with the development of human civilization. Nowadays, it is pretty clear that there are many of the wearer of jewelry who can be found in the certain events or daily use. Unfortunately, these days, Indonesian people feel more comfortable and confident when wearing jewelry that does not contain the cultural style. So, It is not surprising if the characteristics of jewelry with the old cultural style are unappealing and almost extinct. From those problems, the design of this jewelry product has a goal to introduce a form of jewelry that has a source of cultural inspiration and wrap them in a postmodern style. From this concept, it is expected to increase consumers' interest in the form of jewelry that contains cultural significance.

keywords: *jewelry*, consumer's intention, culture, *postmodern*.

Abstrak

Perhiasan merupakan wujud kebudayaan fisik yang pemakaiannya sudah dikenal manusia sejak zaman prasejarah. Hal ini menunjukkan bahwa naluri menghias diri pada manusia tumbuh dan berkembang sejalan dengan perkembangan peradaban manusia itu sendiri. Hal tersebut terus-menerus berkembang, hingga kini masih sangat jelas pengguna perhiasan pada masyarakat banyak ditemui baik dalam acara tertentu ataupun pemakaian sehari-hari. Namun pada saat ini masyarakat Indonesia lebih merasa nyaman dan percaya diri ketika memakai perhiasan yang tidak mengandung corak budaya Nusantara. Maka tak heran jika ciri dari perhiasan dengan corak budaya Nusantara lama sendiri semakin tidak diminati dan hampir punah. Atas dasar permasalahan kurangnya minat konsumen terhadap bentuk perhiasan yang mengandung corak budaya Nusantara. Perancangan produk perhiasan ini bertujuan untuk memperkenalkan bentuk perhiasan yang memiliki sumber inspirasi budaya dan dikemas dengan gaya *postmodern*. Dengan konsep ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap bentuk perhiasan yang mengandung makna budaya.

Kata kunci: perhiasan, minat konsumen, budaya, *postmodern*.

1. Pendahuluan

Perhiasan berdasarkan pengertiannya adalah benda yang dipakai untuk berhias dan mempercantik penampilan baik dalam suatu

acara khusus ataupun pemakaian sehari-hari. Perhiasan bukan sekedar sebuah barang yang bisa membuat orang terlihat lebih cantik dan menarik atau bergaya, namun lebih dari itu perhiasan dimaknai sebagai status sosial seseorang di dalam masyarakat. Dalam hal ini jika seseorang menggunakan perhiasan, apapun bentuknya maka orang tersebut akan dipahami sebagai orang berada pada status kelas tertentu. Bahkan juga sebagai penanda suatu kelompok atau suku tertentu. Salah satu bukti adalah penemuan-penemuan perhiasan pada setiap daerah dan wilayah kekuasaan peninggalan kerajaan, baik di Indonesia ataupun di negara lain. Pada hakekatnya perhiasan tidak hanya digunakan untuk mempercantik diri tetapi juga sebagai simbol kesejahteraan bagi seseorang terutama wanita sejak dulu kala.

Sebagai salah satu bukti adalah pada masa Jawa klasik sudah ditemukan adanya cincin, kalung dan gelang (biasanya dari emas) disamping benda-benda peninggalan lain seperti gubahan surat dengan hiasan emas atau perak yang bertuliskan mantra, batu akik, biji-bijian, dan sebagainya. Hal ini memperkuat bukti bahwa pada zaman dahulu kala adanya perhiasan tidak hanya digunakan untuk menghiasi badan maupun pakaian, namun juga memiliki fungsi lain dan arti yang kuat bagi suatu kelompok atau suku tertentu.

Penggunaan perhiasan terus-menerus berkembang, hingga kini masih sangat jelas pengguna perhiasan pada masyarakat banyak ditemui baik dalam acara tertentu ataupun pemakaian sehari-hari. Bahkan prospek bisnis industri perhiasan di Indonesia masih cukup menjanjikan. Selain mulai membaiknya kondisi perekonomian nasional, potensi pengembangan sektor ini juga didukung dengan populasi penduduk yang besar, pertumbuhan kelas menengah, dan faktor kultur masyarakat Tanah Air.

Bentuk dan jenis perhiasan membedakan gaya perhiasan masa kini dan masa lampau. Pada saat ini masyarakat Indonesia lebih merasa nyaman dan percaya diri ketika memakai perhiasan yang tidak mengandung corak budaya Nusantara. Maka tak heran jika ciri dari perhiasan dengan corak budaya Nusantara lama sendiri semakin tidak diminati dan hampir punah.

Hal ini disebabkan oleh banyaknya produsen perhiasan yang menciptakan jenis-

jenis perhiasan dengan mengikuti perkembangan zaman dan mulai melupakan karakter perhiasan budaya Nusantara, karena perhiasan berkarakter budaya Nusantara justru dirasa terlihat kuno, tidak menarik dan memberikan rasa kurang percaya diri saat menggunakannya. Konsumen lebih memilih perhiasan yang diimpor dari negara lain, dengan alasan perhiasan dari luar negeri memiliki bentuk, gaya, dan karakter yang lebih modern dan tidak ketinggalan zaman. Jika hal ini dibiarkan terus menerus maka nantinya masyarakat akan melupakan ciri dan karakter budaya Indonesia sendiri. Jika kita lihat lagi ragam karakter di Indonesia sangat banyak dan lebih dari cukup menarik untuk diangkat menjadi karakter suatu perhiasan, yang nantinya dapat dikemas menjadi perhiasan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pada saat ini kurangnya minat konsumen terhadap perhiasan yang memiliki corak dan motif yang memiliki arti budaya. Hingga membuat konsumen atau masyarakat mulai melupakan ciri dan karakter budaya.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mencoba menanggapi permasalahan tersebut dalam karya tugas akhir ini dengan judul "Perancangan Produk Set Perhiasan Bergaya *Postmodern* dengan Inspirasi Budaya Suku Osing".

Pada perancangan ini perancang memilih suku Osing dari provinsi Jawa Timur yang berada di Kota Banyuwangi dan sekitarnya sebagai dasar inspirasi perancangan perhiasannya. Selain sebagai perancangan perhiasan, perancangan ini juga memiliki tujuan untuk mengangkat dan mengenalkan ciri dan karakter budaya dari suku Osing melalui bentuk perhiasan. Namun dalam perancangan perhiasan ini gaya *Postmodern* akan menjadi fokus utamanya, sehingga nantinya hasil dari perancangan ini adalah perhiasan bergaya *Postmodern* yang memiliki ciri dan karakter budaya.

2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah bentuk perancangan desain perhiasan bergaya *Postmodern* tetapi memiliki bentuk karakter dan rupa budaya suku Osing (Desa Kemiren Banyuwangi, Jawa Timur) ?
2. Perhiasan seperti apakah yang tepat untuk menggambarkan suatu ciri dan karakter budaya suku Osing (Desa Kemiren Banyuwangi, Jawa Timur) ?

3. Metode Perancangan

Berikut adalah tahapan metode perancangan yang digunakan :

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini berawal dari keinginan untuk merancang perhiasan bergaya *Postmodern* dengan inspirasi budaya suku Osing. Seperti yang telah diuraikan perancangan ini memiliki masalah, batasan, tujuan, dan manfaat sampai hasil perancangan. Untuk menyelesaikan perancangan ini digunakan beberapa metode. Beberapa metode yang akan digunakan penulis untuk pengumpulan data yaitu:

a. Data Primer

1) Observasi

Melakukan observasi dan pengumpulan data secara *online* dan *offline*. Dilakukannya observasi juga dapat mempermudah dan membuat perancang lebih fokus saat mencari data yang akurat mengenai gaya *postmodern* dan budaya suku Osing.

2) Survei Lapangan

Survei lapangan dilakukan untuk memperkuat dan mengakuratkan data yang didapat secara *online*. Survei lapangan juga dilakukan untuk mencari data terkini tentang keinginan pasar dan konsumen perhiasan. Selain itu survei lapangan juga dilakukan di desa Kemiren kota Banyuwangi provinsi Jawa Timur.

3) Wawancara

Mewawancarai beberapa orang ahli budaya suku Osing, pengguna perhiasan atau pun yang tidak menggunakan perhiasan, wawancara juga dilakukan untuk memperkuat data.

b. Data Sekunder

1) Studi Literatur

Pengumpulan data-data pendukung untuk memperkuat konsep perancangan. Pencarian data seputar perhiasan dan ciri budaya yang akan diangkat dalam perancangan ini berasal dari jurnal dan buku yang berbentuk *online* maupun *offline*.

2) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari data mengenai gaya *Postmodern* dan budaya suku Osing guna mencari acuan dan data-data yang akurat, baik berupa tulisan maupun gambar yang menyangkut karakteristik Produk. Data dapat diperoleh melalui buku-buku maupun media tertulis dan jurnal tentang gaya *Postmodern* dan suku Osing. Juga dapat mencari data dari media online yaitu internet yang perancang gunakan sebagai media lain untuk melakukan pencarian pustaka berupa gambar, e-book, kamus bahasa, dan lain-lain.

3) Eksplorasi

Melakukan eksplorasi dengan berbagai jenis perhiasan yang banyak dicari serta diminati konsumen dan pasar.

2. Tahap Perancangan

a. Pemilihan Konsep

Memilih konsep perancangan yang akan menjadi acuan dalam perancangan. Adanya konsep juga dapat mempermudah perancang untuk membuat sketsa desainnya.

b. Alternatif Desain

Membuat dan memilih beberapa alternatif desain yang sesuai dengan konsep perancangan. Alternatif desain merupakan sketsa-sketsa yang dibuat dengan tujuan agar terpilih beberapa sketsa yang layak untuk diproduksi. Sketsa alternatif akan dipilih dari segi fungsi, estetika, dan ergonomis bentuk desain.

c. Sketsa Terpilih

Sketsa terpilih adalah pemilihan sketsa terbaik dari sekian banyak alternatif desain yang telah dibuat. Akan dipilih 6 dari kurang lebih 20 alternatif sketsa.

d. Gambar Kerja

Pembuatan gambar kerja adalah gambar desain teknik kontruksi dari sketsa terpilih. Gambar kerja dibutuhkan sebagai tahap untuk membuat karya yang akan diproduksi agar dapat menentukan ukuran dan dimensi produk secara akurat.

e. Membuat *Prototype*

Membuat *Prototype* desain terpilih, dan mengujinya apakah sudah sesuai dengan desain dan harapan perancang. Pembuatan *Prototype* akan dibuat dengan media *3D Printing* dan mesin CNC (resin).

3. Metode Perwujudan

1) Pemilihan Bahan

Pemilihan bahan dipilih dari segi kualitas bahan, sifat, dan karakter bahan, hal ini dilakukan demi menunjang proses kerja yang baik.

2) Proses Pembuatan Produk

Pembuatan produk dibuat dengan beberapa teknik diantaranya teknik cor, patri, seleb atau grafir, pasang batu, poles. Produk harus dibuat sesuai ukuran dan bentuk pada gambar kerja

3) Finishing

Finishing adalah tahap yang dilakukan untuk memperoleh hasil akhir yang sempurna. Tahap ini menggunakan bahan dan alat yang dianggap baik untuk membentuk hasil akhir produk.

4) Evaluasi

Evaluasi produk dilakukan untuk menyesuaikan apakah tema, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan landasan teori serta batasan masalah yang telah ditetapkan dalam latar belakang sudah sesuai. Hal ini juga dilakukan untuk menetapkan kesimpulan dan laporan akhir dari perancangan ini.

4. Landasan Teori

a. Perhiasan

Perhiasan pada umumnya terbuat dari berbagai jenis logam dan batuan mulia, jenis-jenis logam dan batuan tersebut seperti tembaga (*copper*), kuningan (*brass*), perunggu (*bronze*), perak

(*silver*), emas (*gold*), batu intan (*diamond*), batu mirah (*Ruby*), batu safir (*shapphire*), batu Zamrud (*emerald*), batu giok (*jade*), dan masih banyak lagi. Untuk mendapatkan logam dan batuan mulia tersebut harus melalui proses yang berbeda-beda tingkat kesulitannya karena logam dan batuan mulia ini tidak mudah didapatkan. Hal tersebut juga mempengaruhi nilai dan harga dari setiap jenis logam dan batuan mulia. Jenis-jenis logam dan batuan tersebut memiliki ciri dan arti yang berbeda-beda dalam setiap penggunaannya saat menjadi bahan baku perhiasan. Di Indonesia sendiri perhiasan yang berbahan emas, perak, dan batuan mulia dikenal sebagai perhiasan bernilai dan berharga tinggi.

Berdasarkan bentuk jenis-jenis perhiasan yang umum ditemukan atau yang selalu ada dipasaran ada 4 macam yaitu kalung, cincin, gelang, dan anting. keempat macam jenis perhiasan ini dapat dipakai wanita maupun pria, namun ada pula perhiasan yang awalnya dibuat untuk pria dan saat ini mulai digunakan wanita yaitu seperti penjepit dasi (*Tie Clip*).

b. Gaya *Postmodern*

Gaya *postmodern* adalah gaya yang berasal dari pandangan dan pemikiran pada zaman paska *modern*. *Postmodern* bukanlah paham tunggal sebuah teori, namun justru menghargai teori-teori yang bertebaran dan sulit dicari titik temunya. Banyak tokoh-tokoh yang memberikan arti *postmodern* sebagai kelanjutan dari *modern*. Namun kelanjutan itu menjadi sangat beragam. *Postmodern* sendiri adalah sebuah pandangan, pemikiran, dan kritikan terhadap kegagalan-kegagalan yang terjadi pada era *modern*. *Postmodern* secara harfiah dapat diartikan sebagai sebuah masa setelah masa *modern*, juga dapat diartikan sebagai

sebuah zaman yang melahirkan manusia dengan pemikiran yang melawan konsepsi-konsepsi yang dipegang oleh *modernisme* itu sendiri.

Dalam bidang seni, *postmodern* menghadirkan sebuah pembaharuan karena dihilangkannya batasan-batasan yang kaku dalam berkarya dan memberikan keleluasan bagi seniman dalam skala yang amat besar, hingga tercetus frasa *Anything Goes* yang lekat dengan perkembangan *Postmodern* di bidang seni. Keleluasan berkarya ini tidak terbatas hanya pada media yang kemudian menghadirkan banyak media baru yang kadang membingungkan karena pernah dianggap sebagai media yang tabu untuk digunakan sebagai media berkarya seni.

c. Inspirasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), arti inspirasi berarti ilham. Yaitu ilham yang datang pada pikiran manusia dan akhirnya melekat pada jiwa atau hati manusia, akan tetapi inspirasi biasanya justru datang ketika ada rangsangan dari luar diri manusia.

d. *Neo Vernacular*

Neo Vernacular adalah salah satu aliran gaya yang berkembang pada era *postmodern*, aliran gaya ini lahir dan banyak dikenal sebagai salah satu aliran gaya arsitektur yang muncul pada pertengahan tahun 1960-an. Secara bahasa kata *neo* atau *new* yang berarti baru dan kata *vernacular* berasal dari kata *vernaculus* (bahasa latin) yang berarti asli. Dalam arsitektur *neo vernacular* dapat diartikan sebagai arsitektur asli yang dibangun oleh masyarakat setempat.

e. Suku Osing

Suku Osing adalah salah satu suku asli Indonesia yang sampai sekarang penduduknya masih melestarikan dan menjaga keteraturan sukunya, suku Osing sendiri berada di kota Banyuwangi provinsi Jawa Timur. Suku Osing atau biasa diucapkan suku Using adalah penduduk asli Banyuwangi yang juga

disebut sebagai "wong Blambangan" dan merupakan penduduk mayoritas di beberapa kecamatan di Kabupaten Banyuwangi. Suku ini menyebar di desa-desa pertanian subur di bagian tengah dan timur kota Banyuwangi. Hal itu tersebut membuat profesi utama Suku Osing adalah mayoritas petani, dengan sebagian kecil lainnya adalah pedagang, nelayan, buruh dan pegawai di bidang formal seperti karyawan, guru dan pegawai pemda.

Suku Osing memiliki beberapa tradisi serta ciri khas tersendiri seperti contoh adanya tradisi Tumpeng Sewu, tradisi Koloan Slametan, tradisi Ngingang, tradisi Mape Kasur, hingga bahasa sehari-hari yang mereka gunakan dengan sesama suku Osing berbeda dengan bahasa yang digunakan suku Osing kepada masyarakat yang bukan suku Osing. Kesenian suku Osing juga sangat unik dan banyak mengandung unsur mistik seperti kerabatnya suku Bali dan Suku Tengger. Kesenian tersebut ialah kesenian Gandrung Banyuwangi, Patrol, Seblang, Angklung, Tari Barong, Kuntulan, Kedang Kempul, Janger, Jaranan, Jaran Kincak, Angklung Caruk dan Jedor.

Perancang memilih 3 budaya suku Osing sebagai sumber inspirasi dalam pembuatan bentuk perhiasan, 3 budaya tersebut adalah tari gandrung, barongan, dan perhiasan ringgit yang digunakan suku Osing secara turun temurun.



Gambar 2.15 Tari Gandrung, 2019

(Sumber:

<https://travel.kompas.com/read/2019/10/06/123015327/ribuan-penari-akan-bawakan-tari-gandrung-di-festival-banyuwangi>)



Gambar 2.16 Barongan suku Osing, 2019
(Sumber: <https://www.banyuwangikab.go.id/berita-daerah/barong-ider-bumi-ritual-tolak-bala-ala-suku-osing-banyuwangi.html>)



Gambar 2.17 Perhiasan Ringgit, 2019
(Sumber: <https://www.fashion-wanita/perhiasan-aksesoris/8cmhtx-jual-bros-koin-ringgit-mahkota-jumbo>)

5. Konsep Perancangan

Perancangan produk set perhiasan bergaya *postmodern* dengan inspirasi budaya suku Osing ini memiliki konsep perancangan yang menciptakan bentuk-bentuk perhiasan bergaya *postmodern* serta memiliki karakter dan motif tersendiri dengan sentuhan budaya didalamnya. Gaya *postmodern* pada perancangan ini akan fokus dan diterapkan dalam bentuk dasar perhiasan, artinya perhiasan yang dirancang akan memiliki kerangka (tubuh) dengan bentuk ciri-ciri gaya *postmodern*.

Suku Osing masih memiliki banyak tradisi, budaya, dan keunikan yang menarik untuk dilestarikan, namun tidak banyak orang yang mengetahui hal tersebut. Nilai-nilai budaya yang terkandung dalam setiap tradisi pada suku Osing menjadi daya tarik tersendiri, hal itu pula yang menjadi pertimbangan perancang saat memilih suku Osing sebagai inspirasi perancangan ini. Sebelum perancangan ini dilakukan perancang akan melakukan beberapa metode yang bertujuan untuk pendekatan dan pemahaman perancang tentang suku Osing, terutama dengan budaya suku Osing.

6. Skematika Perancangan

Berikut penjabaran skematika perancangan tugas akhir ini sebagai berikut:



Gambar 1.1 Skematika perancangan, 2019
(Sumber: dokumentasi pribadi Isnaini Monika)

7. Deskripsi Proyek

“Perancangan Produk Set Perhiasan Bergaya *Postmodern* dengan Inspirasi Budaya Suku Osing” adalah sebuah judul perancangan set perhiasan yang dirancang dengan gaya *postmodern* dan memiliki karakter dan motif tersendiri dengan sentuhan budaya didalamnya. Perancangan ini merupakan perancangan set perhiasan yang di dalamnya ada 2 hingga 3 jenis perhiasan yang dirancang secara khusus dan dalam satu kesatuan konsep desain. Perancangan ini akan merancang 6 set desain, 3 set dirancang khusus untuk wanita dan 3 set dirancang khusus untuk pria. Sehingga perhiasan ini tidak hanya digunakan para wanita saja tetapi para pria dapat menggunakannya.

8. Tujuan dan Sasaran

1. Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah:

- Memenuhi keinginan pasar dan konsumen dalam gaya dan model perhiasan yang bergaya *Postmodern* serta menjadikan ciri dan karakter budaya suku Osing (Banyuwangi, Jawa Timur) sebagai inspirasi.
- Membuat perhiasan yang memiliki karakter dan ciri tersendiri, karena setiap desainnya mengandung ciri dan karakter suku Osing (Banyuwangi, Jawa Timur).
- Mengembangkan wajah baru perhiasan masa kini yang bergaya *Postmodern* dengan ciri dan karakter khusus budaya Nusantara.
- Memperkenalkan ciri dan karakter budaya suku Osing (Jawa Timur) di Indonesia melalui perhiasan.
- Menambah alternatif perancangan produk fesyen perhiasan.

2. Sasaran

Perancangan ini memiliki sasaran konsumen untuk wanita dan pria dengan kisaran usia 18-35 tahun dari kalangan sosial menengah ke atas, namun tidak menutup kemungkinan untuk semua kalangan. Biasanya peminatnya adalah para kolektor perhiasan, orang-orang yang memiliki ketertarikan lebih didunia perhiasan dan fesyen.

9. Gaya

Gaya yang dipilih pada perancangan ini adalah gaya *postmodern*, gaya *Postmodern* adalah salah satu gaya yang cukup banyak diminati masyarakat saat ini dan gaya *postmodern* juga dapat memberikan ciri tersendiri untuk konsep perancangan ini. Gaya *Postmodern* adalah gaya yang berkembang setelah era *Modern*, gaya *postmodern* juga sebuah gaya yang mengembalikan unsur budaya yang hilang karena adanya batasan-batasan *modernitas*.

10. Tema

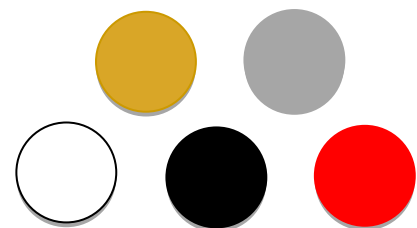
Perancangan ini bertemakan *neo nernacular*, tema ini berasal dari aliran yang lahir dan berkembang pada era *postmodern*. Perancangan bertemakan *neo nernacular* dapat semakin menekankan unsur budaya dalam gaya *postmodern* karena sifat dari *neo nernacular* yang bentuk-bentuknya menerapkan unsur budaya.

11. Material

Material utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah emas dan perak yang dikombinasikan sebagai material dasar, lalu menggunakan batu *zircon* sebagai batu hiasan pada perhiasan.

12. Warna

Pada produk *RePostmo Jewelry* warna dasar perhiasan yang dipilih dalam perancangan ini ada 2 yaitu *gold* dan *silver*, kedua warna ini akan digunakan sebagai warna dasar perhiasan hal ini diperoleh dari bahan dasar perhiasan yaitu emas dan emas putih (yang memiliki warna *silver*). Tiga warna tersebut akan dipadukan dengan 5 warna lainnya yang berasal dari warna-warna khas inspirasi budaya suku Osing, 3 warna tersebut adalah putih, hitam, merah dan putih.



Gambar 3.19 Macam Warna yang Digunakan, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)

13. Logo dan Kemasan

Merek *RePostmo Jewelry* adalah merek dari perancangan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Produk Set Perhiasan Bergaya *Postmodern* dengan Inspirasi Budaya Suku Osing”. Merek *RePost Jewelry* berasal dari kata “Re” yang dalam bahasa Inggris artinya kembali dan kata “*Postmo*” yang diambil dari kata *postmodern*, maka merek *RePostmo Jewelry* akan menghasilkan produk perhiasan yang kembali menampilkan wajah budaya kedalam bentuk perhiasan baru dengan gaya *postmodern*.



Gambar 3.20 Logo *RePostmo Jewelry*, 2020
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)

RePostmo Jewelry memiliki logo berbentuk lingkaran dengan warna emas dan Silver yang melambangkan kemewahan, bentuk lingkaran pertama terputus dan terbagi sisi yang melambangkan sisi budaya dan sisi gaya *postmodern*. Lalu terdapat lingkaran kedua yang bentuknya tebal pada sisi berlawanan yang melambangkan bahwa produk *RePostmo jewelry* saling berkesinambungan antara budaya dan gaya *postmodern*, serta di dalam lingkaran terdapat huruf “R” dan “P” tergabung menjadi satu yang melambangkan kata *Repostmo*.



Gambar 4.68 Bentuk Packaging Set, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)

14. Hasil



Gambar 3.21 Model Perancangan Set Perhiasan 1, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)



Gambar 3.22 Model Perancangan Set Perhiasan 2, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)



Gambar 3.23 Model Perancangan Set Perhiasan 3, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)



Gambar 3.24 Model Perancangan Set Perhiasan 4, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)



Gambar 3.25 Model Perancangan Set Perhiasan 5, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)



Gambar 3.26 Model Perancangan Set Perhiasan 6, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)

15. Projek Desain



Gambar 4.73 Black Red Gandrung Repostmo women, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)



Gambar 4.74 Black Red Gandrung Repostmo men, 2019
(Sumber: Dokumen Pribadi Isnaini Monika)

16. Kesimpulan

Perkembangan industri perhiasan di Indonesia secara garis besar dapat dikatakan terus berkembang pesat setiap tahunnya. Namun sejalan dengan hal tersebut keanekaragaman budaya di Indonesia mulai dilupakan dan ditinggalkan oleh masyarakat Indonesia. Dua hal tersebut adalah dasar dari konsep perancangan perhiasan ini, yaitu Keragaman budaya sebagai akar tradisi dapat terus dilestarikan dengan melalui eksistensi perhiasan Indonesia. Hal ini juga diharapkan dapat merubah pola pikir masyarakat agar lebih menghargai produk yang digunakannya.

Konsep produk *RePostmo Jewelry* adalah merancang perhiasan yang kembali menampilkan wajah perhiasan (tradisional) kedalam bentuk baru dengan gaya *postmodern*. *RePostmo Jewelry* juga membuat ciri dan karakter yang inspirasinya bersumber dari budaya suku Osing. Hal ini membuat *RePostmo Jewelry* memiliki daya tarik, keunikan, dan nilai tersendiri untuk calon pembeli dan pemakainya.

Pola sosial saat ini mulai dari cara berpakaian, produk belanjaan, gadget yang

dipakai, hobi yang dijalani, tempat bersosialisasi, komunitas yang diikuti, dan sebagainya seperti menjadi sesuatu yang wajib dimiliki setiap orang. Dalam menjalani tuntutan gaya hidup yang ada, manusia urban dituntut untuk mengkonsumsi produk yang terkadang tidak dibutuhkannya sehingga mengarah pada budaya konsumtif. Budaya konsumtif dapat dikatakan sebagai hal buruk, namun dalam hal lain juga dapat diarahkan menjadi positif bila melalui takaran yang pas. Seperti dengan ada bentuk perhiasan yang mampu mengembalikan wajah budaya, maka secara tidak langsung konsumtifitas masyarakat dapat membantu berkembangnya budaya di Indonesia.

Maka dari itu *RePostmo Jewelry* memiliki harapan besar, melalui bentuk perhiasan yang digunakan nantinya masyarakat Indonesia akan kembali menemukan wajah budaya Nusantara. Melalui hal ini pula diharapkan masyarakat mulai mengetahui budaya apa saja yang dimiliki oleh Indonesia dan mulai bangga dengan adanya budaya itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmanto, Taufik dkk (2019). *Suku Osing Prespektif Etnografi, Sosial, Hukum, dan Budaya*. Malang: PT Cita Intrans Selaras.
- Dariharto (2009), *Kesenian Gandrung Banyuwangi*. Banyuwangi: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
- Sumartono (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Seni Rupa & Desain*. Jakarta: FSRD Universitas Trisakti.
- Willcox, Donald J (1973). *Body Jewellery International Perspectives*. London: Pitman Publishing.
- Bagley, Peter (1992). *Making Modern Jewellery*. United Kingdom: Cassell Illustrated.
- Nugraha, R, 'Kajian Desain Perhiasan Tulola Jewelry Dengan Inspirasi Budaya Bali', *Jurnal Rupa*, Vol. 01, No. 01, hh. 51-63, 2016