

## PERANCANGAN PERHIASAN WANITA DENGAN PENGAPLIKASIAN KONSTRUKSI *SELF ASSEMBLING*

Ruth Trivania Roberto

Program Studi Desain Produk, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

[Ruthtrivania57@gmail.com](mailto:Ruthtrivania57@gmail.com)

### ABSTRAK

Kebutuhan wanita akan penggunaan perhiasan sebagai pelengkap penampilan semakin meningkat. Tak hanya digunakan dalam acara tertentu seperti pesta, perhiasan mulai dikenakan dalam berbagai acara dan juga dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan perhiasan pada umumnya ditentukan dari pakaian yang dikenakan ataupun acara dan tempat yang akan didatangi. Gaya dan warna pun menjadi pertimbangan dasar wanita dalam memilih perhiasan yang akan dipakai. Namun, perhiasan hanya hadir dalam satu bentuk dan satu warna sehingga penggemar perhiasan sering merasa kesulitan dalam memadukan pakaian dengan perhiasannya. Mereka juga harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk membeli perhiasan dan menyediakan lebih banyak tempat untuk menyimpan perhiasan-perhiasan mereka. Perancangan *fashion jewelry* konstruksi *self assembling* untuk *daily wear* dengan sistem mur baut dan magnet ini membebaskan pengguna untuk merangkai perhiasan sesuai kebutuhan mereka. Perhiasan yang terdiri dari dua pilihan gaya yaitu formal dan kasual ini, juga memberikan beberapa pilihan warna yang dapat disesuaikan dengan pakaian pengguna. Dengan konstruksi *self assembling* yang mudah dipahami, perhiasan ini akan sangat membantu penggemar perhiasan dalam memadukan pakaian dengan perhiasannya. Perhiasan ini juga akan memberikan pengalaman baru bagi pengguna sebagai desainer dari perhiasan yang dikenakannya.

Kata kunci: Perhiasan, Gaya, Warna, Konstruksi, *Self Assembling*

### 1. PENDAHULUAN

Perhiasan merupakan sebuah benda untuk merias atau mempercantik diri, perhiasan merupakan benda yang memiliki banyak penggemar khususnya di kalangan para wanita (Masmadia, 2018). Perhiasan juga merupakan salah satu item fesyen pelengkap yang paling digemari wanita. Penggunaan perhiasan ternyata tidak hanya sekedar melengkapi penampilan tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan psikologis wanita. *Hierarchy of needs* yang dipopulerkan oleh Abraham Maslow seorang psikologis menjelaskan tentang kebutuhan manusia tak hanya berupa fisiologi tetapi juga psikologis. Hirarki ini digambarkan dalam sebuah piramida lima susun, dimulai dari paling

bawah yaitu kebutuhan fisiologi, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Perhiasan dapat dikatakan sebagai kebutuhan sosial dan kebutuhan penghargaan. Kebutuhan sosial berkaitan dengan peranan manusia sebagai makhluk sosial, seperti hubungan antar pasangan, orang tua dan anak, dan sebagainya. Perhiasan sering kali dijadikan benda untuk mengungkapkan rasa kasih sayang seseorang kepada orang yang dikasihinya. Bahkan ikatan cinta dalam pertunangan dan pernikahan dilambangkan dalam sebuah perhiasan berupa cincin. Dalam kaitannya dengan kebutuhan penghargaan, perhiasan sering kali digunakan untuk mengukur status sosial seseorang, perhiasan juga dapat membuat seseorang

diterima dan diakui dalam kalangan tertentu. Perhiasan memang bukan suatu kebutuhan yang esensial, tetapi perhiasan dapat menjadi perantara seseorang dalam mengekspresikan kepribadiannya. Perhiasan juga dikatakan bersifat personal bagi setiap orang, karena perhiasan dapat menceritakan tentang penggunaannya (Tarantino, 2013).

Dalam penggunaan perhiasan, biasanya ditentukan dari acara apa yang dihadiri dan tempat yang dikunjungi. Pada umumnya dibagi menjadi dua, yaitu formal dan kasual. Ada perhiasan yang dirancang khusus untuk acara formal seperti pesta yang belum tentu bisa dipakai untuk acara kasual seperti makan di restoran. Untuk perhiasan *daily wear*, perhiasan formal cenderung memiliki desain yang lebih *simple* dan sederhana agar tidak mengganggu aktivitas bekerja. Perhiasan *daily wear* kasual cenderung lebih ramai dan *eye-catching*. Tak hanya dari gaya berpakaian, warna juga mempengaruhi wanita dalam memadukan perhiasan dengan pakaiannya. Berdasarkan data yang didapat dari penyebaran kuesioner pertama kepada 150 wanita muda pada usia *Gen z* dan *millennial*, 67,3% atau 101 wanita mengatakan lebih menyukai perhiasan yang berwarna senada dengan warna pakaiannya. Pada usia ini, mereka juga lebih menyukai perhiasan *fashion jewelry* untuk aktivitas sehari-hari dibanding perhiasan bergaya klasik (Dauriz, Remy, & Tochtermann, 2014). Namun ternyata saat ini perhiasan hanya hadir dalam satu bentuk dan satu warna sehingga para wanita sering mengalami kesulitan dalam memadukan perhiasan dengan pakaiannya. Seorang narasumber dalam wawancara mengatakan "Iya, kadang kesusahan *mix match* perhiasan dengan pakaiannya, ini yang bikin jadi nanti beli lagi beli lagi." Nabila Azalia, 21 tahun. Narasumber lainnya menceritakan pengalamannya dalam menggunakan perhiasan, "Lumayan sih susah *mix match* perhiasan dengan pakaian, kadang terlalu heboh jadi pakainya yang itu lagi." Nidy Anica, 24 tahun.

Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan perhiasan yang mudah dipadukan dengan pakaian. Perhiasan ini dilengkapi dengan konstruksi *self assembling* berupa sistem magnet dan mur baut yang mudah dipahami pengguna. Perhiasan ini terdiri dari dua pilihan gaya yaitu formal dan kasual, juga beberapa pilihan warna yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pengguna. Perhiasan ini memiliki konstruksi dan penggunaan yang berbeda dengan perhiasan yang dapat dibongkar pasang pada umumnya, seperti perhiasan yang dapat berubah bentuk dan fungsi seperti dari kalung menjadi bros, gelang menjadi cincin, dsb. Pada perancangan ini lebih memfokuskan pada perhiasan *daily wear* yang mudah dipadukan dengan pakaian sehari-hari sehingga pembaruan konstruksi yang ditawarkan yaitu mampu memberikan pilihan gaya dan warna.

## 2. METODE

Dalam perancangan ini digunakan metode *design thinking*, yaitu metode pendekatan desain kepada pengguna agar produk atau pelayanan apapun jenisnya dapat tepat digunakan sesuai sasaran (Gavin Paul, 5: 2010).

### 2.1 Empathize

Empati sangat penting untuk menciptakan keintiman dengan *user*. Empati mendorong desainer untuk melihat dari berbagai perspektif (Lahiri, Cormican, & Sampaio, 2021). Pada perancangan ini, ditemukan bahwa perhiasan mulai dipakai dalam aktivitas sehari-hari sebagai pelengkap penampilan. Pemilihan warna dan gaya menjadi hal penting untuk dipertimbangkan dalam pemakaian perhiasan. Namun sayangnya, perhiasan saat ini hanya hadir dalam satu bentuk dan satu warna dalam satu item perhiasan. Sehingga, para wanita ini harus mengeluarkan lebih banyak uang

dan menyediakan lebih banyak tempat untuk perhiasan yang menunjang penampilan mereka sehari-hari.

### 2.2 Define

Berdasarkan data awal yang didapat pada tahap *empathise*, dapat disimpulkan bahwa para wanita mengalami kesulitan untuk memadukan warna perhiasan dengan warna pakaian sehari-hari dan memadukan perhiasan dengan gaya berpakaian sehari-hari.

### 2.3 Ideate

Hal utama dan yang terpenting dalam tahap ini yaitu kreativitas dan inovasi untuk merancang solusi (Dam & Siang, 2021). Solusi yang dapat diaplikasikan berdasarkan permasalahan yang muncul pada tahap sebelumnya, yaitu merancang sebuah perhiasan dengan konstruksi *self assembling* yang dapat memberikan berbagai pilihan variasi bentuk dan warna perhiasan. Sehingga *user* dapat menyesuaikan kebutuhan perhiasan mereka sesuai dengan pakainya sehari-hari.

### 2.4 Prototype

*Prototype* dapat menghasilkan beberapa produk dengan berbagai pilihan fitur solusi dari masalah yang ditemukan pada tahap sebelumnya. Yang nantinya akan diperiksa atau dievaluasi lebih mendalam pada bagian *test* (Dam & Siang, 2021). *Prototype* dalam perancangan ini dibuat dengan material dan skala produk asli yaitu menggunakan perak dan resin.

### 2.5 Test

Tahap kelima, *test*, dapat dikatakan sebagai tahap pembuktian dari sebuah produk ataupun merupakan sebuah alat pertimbangan dalam merancangan dan mengembangkan sebuah produk (W.Elverum, Welo, & Tronvoll, 2016).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama proses perancangan berlangsung, pengumpulan data didapat dari melakukan wawancara dengan lima narasumber, menyebar dua kuisioner kepada 200 wanita dan studi literatur. Berikut beberapa poin yang perlu diperhatikan:

- Perilaku *user* dalam memakai perhiasan. Dengan target *user* wanita pada usia 16-25 tahun yang berdomisili di kota-kota besar, Di Yogyakarta, DKI Jakarta, Bandung, Surabaya dan Tangerang Selatan. Ditemukan bahwa mereka terbiasa memakai perhiasan berdasarkan gaya pakaian yang ditentukan dari acara dan tempat yang dikunjungi, sehingga mereka memilih perhiasan yang cocok dipakai untuk beberapa gaya berpakaian.
- Kesulitan *user* dalam memadukan warna perhiasan dengan warna pakaian. Permasalahan ini yang mendorong sifat impulsif wanita untuk terus membeli perhiasan.
- Kesulitan yang dialami *user* dalam memadukan perhiasan dengan gaya berpakaian. Tidak semua perhiasan cocok untuk dipakai dalam beberapa acara. Ada perhiasan yang terlalu berlebihan jika hanya dipakai untuk ke *mall* ataupun *hangout* di kafe bersama teman.
- Hasil analisis pertimbangan *user* dalam membeli perhiasan. Desain, harga, material, warna dan tren menjadi pertimbangan umum *user* dalam membeli perhiasan. Desain dan harga menjadi pertimbangan yang paling sering ditemukan saat *user* membeli perhiasan.
- Perhiasan yang paling sering dipakai adalah anting, kalung dan cincin.

- Kampus, kantor, pesta, restoran, kafe dan *mall* merupakan tempat terbanyak dimana responden memakai perhiasan.
- Target *user* pada umur 16-25 tahun, atau *Gen Z* dan milenial cenderung menyukai perhiasan yang *fashionable*, *modern* dan dapat digunakan sehari-hari.

Dengan memperhatikan poin-poin tersebut, rancanglah sebuah perhiasan *daily wear* untuk wanita pada usia 16-25 tahun, yang dilengkapi dengan konstruksi *self assembling* berupa sistem magnet dan mur baut sehingga dapat dibongkar pasang dan pemakaiannya dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna baik dari segi warna maupun gaya berpakaian. Bergaya *exuberant* yang menggambarkan keceriaan dan optimis anak muda, dengan warna-warna yang berani. Serta mengadaptasi bentuk simpul sebagai unsur estetika yang unik dan dibuat *modern*.

Material yang digunakan dalam perancangan ini adalah Perak 925 dan Resin. Perak dipilih karena ketahanannya dan memiliki harga yang terjangkau untuk target *user* perhiasan ini. Resin dipilih karena dapat memberikan berbagai macam pilihan warna yang diinginkan.

Berikut beberapa gambar desain perhiasan dengan konstruksi *self assembling* yang terpilih:



Gambar 1. Desain Perhiasan Circle Shape  
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 2. Desain Perhiasan Rectangle Shape  
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 3. Desain Perhiasan Heart Shape  
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 4. Konstruksi Magnet dan Mur Baut Perhiasan  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Perhiasan dengan konstruksi *self assembling* ini fokus dalam memberikan berbagai pilihan gaya dan warna dalam satu perhiasan. Penggunaan konstruksi sistem magnet dan mur baut dinilai mudah dipahami dan digunakan oleh *user*, tetapi konstruksi magnet dinilai tidak terlalu kuat untuk menempel pada perak terutama pada perhiasan berbentuk lingkaran, sehingga memungkinkan resin terlepas. Konstruksi sistem mur baut dinilai paling kuat.

Perhiasan konstruksi *self assembling* pada umumnya menawarkan perubahan pada bentuknya. Seperti dari cincin menjadi gelang, ataupun kalung menjadi bros. Padahal jika dilihat dari penggunaannya sehari-hari, masalah yang ditemukan adalah para wanita merasa kesulitan dalam memadukan pakaian dengan gaya ataupun warna pada perhiasan. Perhiasan dengan konstruksi *self assembling* yang memberikan pilihan gaya dan warna masih sangat jarang, bahkan dapat dikatakan tidak ada, sehingga perancangan serupa diharapkan dapat dikembangkan lagi kedepannya.

Ukuran dalam perhiasan harus diperhatikan sejak awal, karena dapat mempengaruhi berat material yang digunakan yang akan berpengaruh pada harga jual, juga dapat mempengaruhi ergonomi yang berkaitan dengan kenyamanan perhiasan saat dipakai.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Tarantino, T. (2013). *The Sparkle Factory*. Philadelphia: Running Press.
- Dauriz, L., Remy, N., & Tochtermann, T. (2014). A Multifaceted Future: The Jewelry Industry in 2020. *McKinsey & Company*, 1-6.
- Masmadia, A. S. (2018). Makna Perhiasan Emas bagi Kalangan Wanita Madura

di Kota Surabaya. *Jurnal S1-Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 1-16.

- Lahiri, A., Cormican, K., & Sampaio, S. (2021). Design Thinking: From products to projects. *Procedia Computer Science*, 141-148.
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). *5 Stages in the Design Thinking Process*. Retrieved from Interaction Design Foundation: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- W.Elverum, C., Welo, T., & Tronvoll, S. (2016). Prototyping in new product development: Strategy considerations. *Procedia 26th CIRP Design Conference*, 117-122.