

PERANCANGAN PANDEMIC BAG SET BERMOTIF JAJANAN TRADISIONAL INDONESIA BAGI REMAJA

Erica Lusyana Chandra¹

Program Studi Desain dan Manajemen Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya
s180118028@student.ubaya.ac.id

Wyna Herdiana²

Program Studi Desain dan Manajemen Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya
wynaherdiana@staff.ubaya.ac.id

Brian Kurniawan Jaya³

Program Studi Desain dan Manajemen Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya
briankurniawan@staff.ubaya.ac.id

Hairunnas⁴

Program Studi Desain dan Manajemen Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya
annashairunnas@staff.ubaya.ac.id

ABSTRAK

Ragam kuliner tradisional Indonesia merupakan pencerminan budaya dan tradisi Indonesia yang harus terus dilestarikan. Kondisi COVID-19 semakin menutup cara-cara untuk melestarikan jajanan tradisional secara langsung. Selain itu pandemi membuat munculnya keharusan untuk mengikuti protokol kesehatan saat berkegiatan di luar rumah. Masa remaja adalah masa di mana seseorang suka jalan-jalan, pergi makan, dan lain-lain. Dengan kondisi pandemi saat ini, tidak menutup kemungkinan bagi kaum remaja untuk tetap bisa beraktivitas di luar rumah. Remaja memiliki suatu kebiasaan untuk menyukai hal-hal baru yang unik dan menarik untuk dilihat, dirasakan, bahkan diunggah ke media sosial. Dengan mengangkat dan mengenalkan keunikan jajanan tradisional dalam sebuah produk yang bisa mendukung penampilan remaja dalam masa pandemi akan mendukung kesukaan remaja terhadap hal-hal yang unik dan baru untuk kemudian dikenalkan ke masyarakat luas melalui media sosial. Berdasarkan hal tersebut, dibutuhkan sebuah inovasi produk berupa satu set tas untuk bepergian di masa pandemi yang dapat melestarikan jajanan tradisional Indonesia. Dalam perancangan produk *bag set* dibutuhkan data kajian pustaka dan penelitian menggunakan metode gabungan yang meliputi penyebaran kuesioner, proses wawancara, observasi kegiatan, dan studi tata letak. Hasil dari perancangan berupa *bag set* yang terdiri dari *sling bag*, *sanitary pouch*, dan *cutlery pouch* dengan motif jajanan tradisional yang dianggap paling unik dan berbeda dari jajanan lainnya, yaitu kue tok, onde-onde, dan klepon, yang mendukung kebutuhan remaja membawa barang bawaan di masa pandemi. Dalam kondisi *New Normal* saat ini, diharapkan *pandemic bag set* dapat mendukung remaja dalam beraktivitas di luar rumah sekaligus dapat melestarikan keberadaan jajanan tradisional Indonesia.

Kata Kunci: *Bag Set*, Pandemi, Jajanan Tradisional, Remaja

1. PENDAHULUAN

Ragam kuliner tradisional Indonesia merupakan pencerminan budaya dan tradisi Indonesia. Kuliner tradisional Indonesia terbagi menjadi kategori makanan berat dan makanan ringan. Kategori makanan ringan meliputi jajanan tradisional berupa kue kering, kue basah, dan lainnya. Seiring berkembangnya zaman, keberadaan jajanan tradisional harus bersaing dengan hadirnya berbagai makanan non-tradisional di Indonesia. Menyikapi fenomena ini, diperlukan tindakan untuk terus melestarikan jajanan tradisional Indonesia (Rahmawaty & Maharani, 2013).

Makanan jajan tradisional biasa dikonsumsi sebagai makanan camilan masyarakat Indonesia. Jenis-jenis jajanan tradisional, antara lain kue tok, lempeng, nagasari, apem, onde-onde, bikang, martabak, jenang, lapis, dan lain-lain. Jajanan tradisional saat ini masih disajikan pada berbagai jamuan pertemuan atau rapat-rapat. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa respon masyarakat sebenarnya masih sangat berminat terhadap jajanan tradisional (Yulianti, 2011).

Kondisi sekarang semakin menutup cara-cara untuk melestarikan jajanan tradisional secara langsung. Ditambah dengan adanya pandemi COVID-19 membuat para penjual jajanan tradisional mengalami penurunan pendapatan dikarenakan berkurangnya jumlah pembeli dan pesanan untuk acara-acara tertentu (Khatimah, 2020). Selain itu pandemi juga merubah banyak hal, salah satunya adalah adanya keharusan untuk mengikuti protokol kesehatan saat berkegiatan di luar rumah agar terhindar dari virus corona, yaitu memakai masker dan menyiapkan kantong untuk masker habis pakai, membawa *hand sanitizer*, disinfektan semprot, sabun cair, *tissue* basah dan kering, alat makan pribadi, botol minum, perlengkapan ibadah, *totebag* untuk belanja, dan suplemen atau multivitamin untuk menambah stamina (Krisdayanti, 2020).

Masa remaja adalah masa di mana seseorang suka pergi untuk jalan-jalan, pergi makan, dan lain-lain (Diananda, 2018). Meski dengan kondisi pandemi saat ini, tidak menutup kemungkinan bagi kaum remaja untuk bisa beraktivitas di luar rumah. Kalangan remaja cenderung sering menggunakan media sosial untuk mengunggah kegiatan sehari-hari untuk menggambarkan gaya hidup mereka yang mencoba mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, remaja dalam masa perkembangannya juga suka menarik perhatian lingkungan mereka dengan turut serta dalam kegiatan sosial yang bermanfaat (Putri, Nurwati, & Budiarti S., 2016).

Remaja memiliki suatu kebiasaan untuk menyukai hal-hal baru yang unik dan menarik untuk dilihat, dirasakan, bahkan diunggah ke media sosial. Hal ini membuat jajanan tradisional kurang diperhatikan dibandingkan dengan jajanan non-tradisional yang dianggap lebih menarik, baik untuk dikonsumsi maupun diunggah di media sosial. Selain itu, remaja ada yang tidak mengkonsumsi jajanan tradisional dikarenakan tidak mengetahui keberadaan jajanan tradisional. Pada dasarnya, jajanan tradisional Indonesia memiliki keunikan khas dari tiap-tiap daerah (Siregar, 2019).

Dengan mengangkat dan mengenalkan keunikan jajanan tradisional dalam sebuah produk *lifestyle* yang bisa mendukung penampilan remaja dalam masa pandemi akan mendukung kesukaan remaja terhadap hal-hal yang unik dan baru untuk kemudian dikenalkan ke masyarakat luas melalui media sosial. Oleh karena itu, dengan tetap mengikuti protokol kesehatan yang ada, remaja Indonesia dapat beraktivitas di luar rumah sekaligus memiliki peran dalam melestarikan jajanan tradisional Indonesia tidak hanya di Indonesia melainkan bisa sampai ke kancah Internasional.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang *bag set* khusus pandemi dengan mengangkat tema desain motif jajanan tradisional Indonesia bagi pengguna remaja. Inovasi produk diharapkan dapat menjadi media pengenalan budaya Indonesia serta sebagai pemenuhan kebutuhan remaja untuk beraktivitas di luar selama masa pandemi.

2. METODE

Untuk mencapai tujuan dari penelitian, terdapat proses yang dilakukan, yaitu mencari kajian pustaka kemudian dilakukan proses penelitian

menggunakan metode penelitian gabungan, yaitu metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dan metode kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi tata letak, sehingga diperoleh sintesis penelitian keseluruhan.

2.1 Jajanan Tradisional

Makanan/jajanan

tradisional merupakan makanan yang biasa dimakan dari generasi ke generasi yang terdiri dari hidangan yang berdasarkan selera, tidak bertentangan dengan agama dan kepercayaan masyarakat setempat dan terbuat dari bahan-bahan serta bumbu yang tersedia di daerah setempat. Jajanan tradisional juga sering disebut sebagai jajanan pasar atau jajan pasar. Jajan pasar biasanya tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet dalam pembuatannya. Jajanan tradisional erat hubungannya dengan upacara keagamaan dan ritual budaya di Indonesia karena selain memiliki rasa yang enak dan bentuk yang unik, jajanan tradisional juga sarat dengan unsur simbolisme. Tetapi, seiring berjalannya waktu, keberadaan jajanan tradisional kalah populer dengan jajanan non-tradisional (Swandawidharma, 2016).



(1)

(2)



(3)

Gambar 1. Jajanan Tradisional Indonesia: (1) Kue tok; (2) Onde- onde; (3) Klepon

2.1 Protokol Kesehatan

Demi mencegah dan mengurangi tingkat penyebaran virus corona, maka terdapat protokol kesehatan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/328/2020. Poin penting yang dapat diaplikasikan oleh masyarakat adalah mencuci tangan dengan baik dan benar, menghindari penggunaan alat pribadi (alat makan, alat sholat, dan lain-lain) bersama-sama, dan menjaga kebersihan diri dan lingkungan. Protokol kesehatan ini wajib dilaksanakan selama kondisi *new normal* (Atmajanti, et al., 2020).

2.2 Tas

Tas adalah alat bantu yang digunakan untuk membawa barang-barang kecil sehingga ringkas dan mudah dibawa ketika bepergian. Tas juga dapat diartikan sebagai kemasan atau wadah yang biasanya bertali dan dipakai untuk menaruh, menyimpan, atau membawa sesuatu. Jenis tas bermacam-macam sesuai dengan bentuk dan fungsinya. Ada *duffel bag*, *backpack*, *sling bag*, *totebag*, *handbag*, *clutch*, tas pinggang, dan lainnya (Eskak & Salma, 2017).

2.3 Remaja

Remaja memiliki arti tumbuh menjadi dewasa yang mencakup perkembangan pada semua aspek, seperti kematangan mental, emosional sosial dan fisik. Rentang usia remaja yang biasa digunakan oleh para ahli adalah antara 12 sampai 21 tahun. Dalam memasuki masa dewasa, remaja akan mengalami pertumbuhan fisik, perkembangan seksual, perubahan cara berpikir, emosi yang meluap-luap, mulai tertarik pada lawan jenis, menarik perhatian lingkungan, dan terikat dengan kelompok. Kalangan remaja cenderung sering menggunakan media sosial untuk mengunggah kegiatan sehari-hari untuk menggambarkan gaya hidup mereka yang mencoba mengikuti perkembangan zaman (Putri, Nurwati, & Budiarti S., 2016).

2.4 Antropometri Remaja Usia 16 – 21 Tahun

Target pengguna dari perancangan produk *bag set* adalah remaja laki-laki dan perempuan usia 16 – 21 tahun sehingga diperlukan data antropometri untuk menghasilkan produk dengan ukuran yang sesuai dengan target pengguna.

Tabel 1. Data Antropometri Usia 16-21 Tahun

Dimensi	5 th	50 th	95 th	SD
1. D10: Tinggi	49,24	59,8 3	70,4 3	6,44
Bahu Dalam				
Posisi Duduk				
2. D11: Tinggi	16,23	28,0 4	39,86	7,18
Siku Dalam				
Posisi Duduk				
3. D17: Lebar	32,52	41,8 9	51,2 5	5,69
Sisi Bahu				
4. D28: Panjang	14,61	18	21,39	2,06
Tangan				
5. D29: Lebar	5,33	10,3 3	15,3 3	3,04
Tangan				

(Sumber: <https://antropometriindonesia.org>)

2.5 Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner dilakukan untuk mengetahui tingkat kesadaran remaja akan pentingnya pelestarian jajanan tradisional Indonesia serta mengetahui jenis jajanan tradisional yang paling unik dan/atau berbeda dari jajanan lainnya untuk kemudian diterapkan sebagai motif dari tas sehingga mudah dikenali.

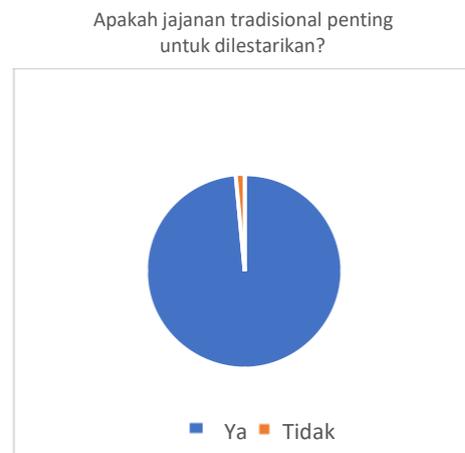
Kemudian metode kualitatif melalui wawancara dilakukan terhadap 3 orang remaja untuk mengetahui pendapat remaja terhadap permasalahan pelestarian jajanan tradisional Indonesia serta mengetahui kebutuhan dan harapan remaja secara rinci terhadap perancangan *pandemic bag set*. Proses observasi dilakukan pada penggunaan tas oleh remaja saat pergi untuk mengetahui kesulitan yang dihadapi remaja dalam penggunaan tas yang ada saat ini. Lalu, studi tata letak dilakukan dengan melihat tata letak barang bawaan remaja di dalam tas yang dimiliki saat ini dan melakukan studi *mockup* sederhana untuk mendapatkan tata letak yang tepat untuk perancangan produk *bag set*.

Dari seluruh penelitian yang dilakukan diperoleh sintesis keseluruhan yang akan digunakan pada proses desain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

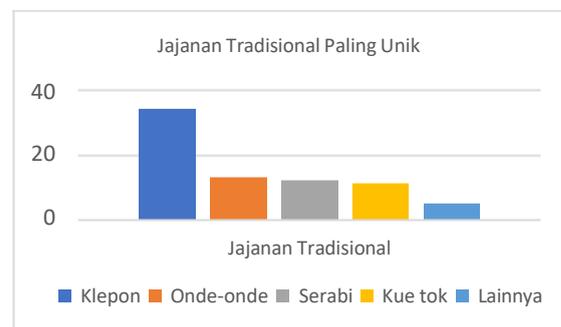
3.1 Hasil Penelitian

Melalui penyebaran kuesioner secara daring ke 70 orang remaja laki-laki dan perempuan usia 16 – 21 tahun pada tanggal 3 – 4 Maret 2021 diperoleh hasil berikut:



Gambar 2. Diagram Pentingnya Jajanan Tradisional untuk Dilestarikan

Sebanyak 98,6% responden menganggap jajanan tradisional penting untuk dilestarikan. Hasil ini mendukung perancangan *bag set* yang bertujuan melestarikan jajanan tradisional.



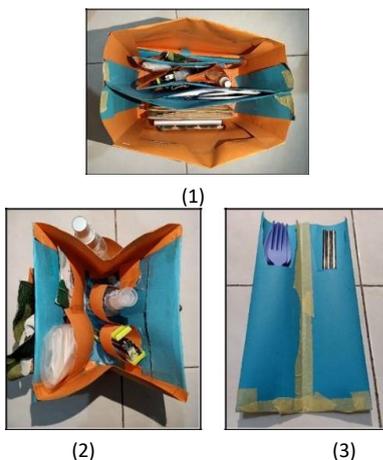
Gambar 3. Grafik Jajanan Tradisional Paling Unik

Berdasarkan Gambar 3, dapat diketahui jajanan tradisional yang dianggap paling unik oleh responden secara berurutan adalah klepon, onde-onde, serabi, dan kue tok. Mempertimbangkan warna dari masing-masing jajanan tradisional, maka dipilih klepon, onde-onde, dan kue tok yang akan digunakan sebagai motif *bag set* karena warna serabi cenderung mirip dengan jajanan tradisional

lainnya, sedangkan kue tok yang berwarna merah lebih memiliki keunikan. Ketiga jajanan tradisional dibuat stilasi bentuk yang akan digunakan sebagai penerapan motif jajanan tradisional pada *bag set*.

Pada proses wawancara, diketahui bahwa remaja merasa memiliki peran dan kewajiban untuk melestarikan keberadaan jajanan tradisional Indonesia. Pengenalan jajanan tradisional melalui produk *lifestyle* dianggap sebagai cara yang efektif. Dalam penggunaan tas yang ada saat ini, remaja mengalami kesulitan karena tidak adanya kompartemen di dalam tas sehingga barang bawaan yang cukup banyak di masa pandemi akan bercampur menjadi satu dan tidak bersih. Harapan remaja terhadap desain produk yang akan dirancang adalah set produk dirancang dengan desain yang tidak terlalu ramai agar mudah untuk dipadu-padankan dengan beragam jenis gaya berpakaian. Melalui observasi, diperoleh kesulitan remaja saat mencari barang di dalam tas dikarenakan barang bawaan yang banyak dan bercampur menjadi satu tanpa adanya pemisah.

Pada proses studi tata letak, dapat diketahui bahwa barang bawaan remaja memiliki beberapa kategori fungsi yang berbeda. Kemudian untuk menentukan pembagian peletakan barang pada perancangan produk agar barang lebih terorganisir dan mudah untuk diraih, dilakukan studi tata letak *mockup* sederhana sebagai berikut:

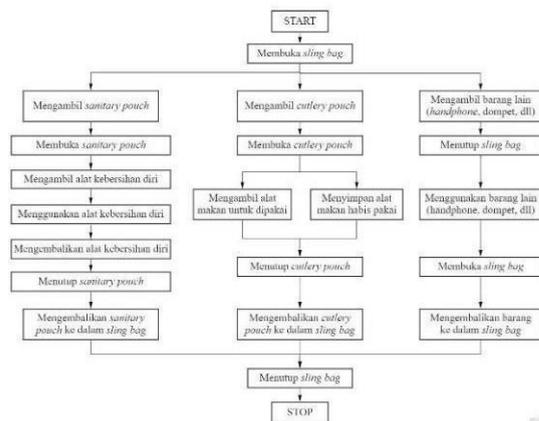


Gambar 4. Studi Tata Letak *Mockup* Sederhana: (1) *Sling Bag*; (2) *Sanitary Pouch*; (3) *Cutlery Pouch*

Berdasarkan studi *mockup* sederhana yang dilakukan seperti terlihat pada Gambar 4, maka kebutuhan desain pada produk *bag set* untuk *sling bag* adalah memiliki kompartemen di bagian tengah sehingga dapat dimuati *sanitary pouch*, *cutlery pouch*, *handphone*, dompet, kunci, kabel, dan lain-lain; kebutuhan desain untuk *sanitary pouch* adalah memiliki tempat terpisah untuk tisu kering, tisu basah, *hand sanitizer*, *toilet seat sanitizer*, masker cadangan, dan lain-lain; kebutuhan desain untuk *cutlery pouch* adalah adanya tempat terpisah untuk meletakkan alat makan bersih dan alat makan habis pakai.

3.2 Proses Desain

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian, maka dibuat *pandemic bag set* bermotif jajanan tradisional dengan memperhatikan berbagai aspek desain. Produk ditujukan bagi pengguna remaja laki-laki dan perempuan usia 16 –21 tahun. Fungsi produk digunakan untuk memudahkan remaja membawa barang bawaan dengan rapi dan terorganisir selama masa pandemi sekaligus menjadi media pelestarian jajanan tradisional Indonesia. Berikut adalah *flowchart* penggunaan produk *bag set* untuk membantu proses perancangan produk agar sesuai dengan alur kegiatan penggunaan produk:



Gambar 5. *Flowchart* Kegiatan

Dalam perancangan produk, mengikuti harapan dari target pengguna, yaitu desain yang tidak terlalu ramai dan mudah dipadu-padankan, maka digunakan gaya desain urban *modern*. Gaya desain urban *modern* yang digunakan menunjukkan kesan minimalis dengan ornamen dan dekorasi sederhana. Warna dasar yang digunakan adalah warna-warna netral yang dilengkapi dengan aksen warna *bold* dan *vibrant*.



Gambar 6. Mood Board Urban Modern

Warna yang digunakan dalam perancangan produk *bag set* adalah warna *beige*, hitam, putih, merah, kuning, dan hijau. Pemilihan warna *beige*, hitam, dan putih berdasarkan penggunaan warna netral pada gaya desain urban *modern*, sedangkan pemilihan warna merah, kuning, dan hijau digunakan sebagai aksesoris warna *bold* dan *vibrant* agar menjadi titik fokus. Selain itu, warna merah, kuning, dan hijau juga mewakili warna dari jajanan tradisional yang dijadikan inspirasi dari perancangan produk *bag set*, yaitu warna merah dari kue tok, warna kuning dari onde-onde, dan warna hijau dari klepon.

Konsep desain pada perancangan produk adalah “*Bag Set* dengan Kombinasi Stilasi Jajanan Tradisional dan *Urban Modern* yang *Travel-friendly* dan *Practical*.” Berikut penjelasan kata kunci pada konsep desain:

1. *Bag Set*:

Bag Set terdiri dari produk *slings bag*, *sanitary pouch*, dan *cutlery pouch* yang merupakan satu rangkaian produk yang menunjang remaja membawa banyak barang bawaan saat bepergian khususnya di masa pandemi.

2. Stilasi Jajanan Tradisional:

Jajanan tradisional di Indonesia sangat beragam dan memiliki bentuk yang bervariasi. Stilasi jajanan tradisional dilakukan sehingga diperoleh bentuk yang lebih sederhana tetapi tetap memiliki ciri khas jajanan tradisional, dalam hal ini adalah kue tok, onde-onde, dan klepon.

3. *Urban Modern*:

Gaya desain urban *modern* adalah gaya desain yang menggunakan desain yang lapang dengan warna-warna netral dan memiliki sifat trendi dan *modern*. Selain itu juga digunakan warna *bold* dan *vibrant* sebagai aksesoris sehingga tercipta titik fokus pada produk yang dirancang.

4. *Travel-friendly*:

Travel-friendly merupakan salah satu sifat produk yang mudah dibawa dan mudah digunakan untuk bepergian. Produk *bag set* yang dirancang bertujuan untuk memudahkan penggunaannya membawa barang saat bepergian.

5. *Practical*:

Practical adalah salah satu sifat desain yang mencerminkan kemudahan penggunaan produk baik dari segi pemakaian maupun perawatan. Produk *bag set* dirancang agar mudah digunakan dan barang bawaan menjadi lebih praktis dan rapi. Selain itu produk *bag set* juga mudah untuk dibersihkan dari noda dan kotoran.

3.3 Desain Akhir

Setelah melalui proses pembuatan alternatif desain dan pembuatan studi model, maka diperoleh desain akhir perancangan *pandemic bag set* bermotif jajanan tradisional Indonesia sebagai berikut:



Gambar 7. Desain Akhir *Pandemic Bag Set*
Sling Bag (Kue tok) 28 x 21 x 10 cm

Penerapan motif jajanan tradisional pada *bag set* adalah kue tok untuk *sling bag*, onde-onde untuk *sanitary pouch*, dan klepon untuk *cutlery pouch*.

Bentuk segi-enam dari kue tok terlihat dari tampak depan *sling bag*. Saat digunakan, seluruh bagian belakang tas akan menempel pada tubuh pengguna sehingga bukaan produk tidak akan mengarah ke luar maupun ke dalam. Bentuk *sling bag* agak kaku tapi tetap memiliki ruang yang cukup fleksibel di dalamnya. Ornamen berada di bagian depan *sling bag* sehingga lebih mudah terlihat oleh orang lain saat produk digunakan.

Bentuk onde-onde terlihat dari bentuk setengah lingkaran di bagian depan pouch dan bentuk ornamen yang menumpuk di atasnya menggambarkan wijen yang bertaburan di permukaan onde-onde. Bentuk yang menyerupai wijen adalah kantong untuk masker cadangan lalu *hand sanitizer* memiliki tempat di samping pouch sehingga paling mudah diraih karena tempatnya paling berbeda dari barang lainnya. Kantong untuk masker bekas pakai terletak di bagian belakang pouch. Bentuk pouch secara keseluruhan agak mengotak dan kaku sehingga menimbulkan kesan tegas.

Penempatan kantong pada *cutlery pouch* adalah kanan-kiri (dua kantong yang bisa dikatupkan). Kantong sebelah kiri untuk alat makan bersih sedangkan kantong kanan yang dilengkapi pouch bahan plastik untuk alat makan kotor habis pakai sehingga alat makan yang masih bersih dan sudah kotor dapat terpisah dan pouch tidak mudah kotor terkena alat makan yang sudah dipakai. Bentuk pouch secara keseluruhan agak mengotak dan di bagian ujung-ujungnya dibuat membulat dilengkapi dengan ornamen

lingkaran berwarna hijau menggambarkan bentuk dan warna klepon. Garis putih dan motif berwarna putih pada tali pengait *cutlery pouch* menggambarkan parutan kelapa yang ada di klepon.

Ukuran untuk masing-masing produk disesuaikan dengan antropometri pengguna remaja usia 16 – 21 tahun sebagai berikut:

Tabel 2. Ukuran Produk

Produk	Ukuran
<i>Sanitary Pouch</i> (Onde-onde)	14,5 x 13 x 3,5 cm
<i>Cutlery Pouch</i> (Klepon)	23,5 x 7 x 2,5 cm

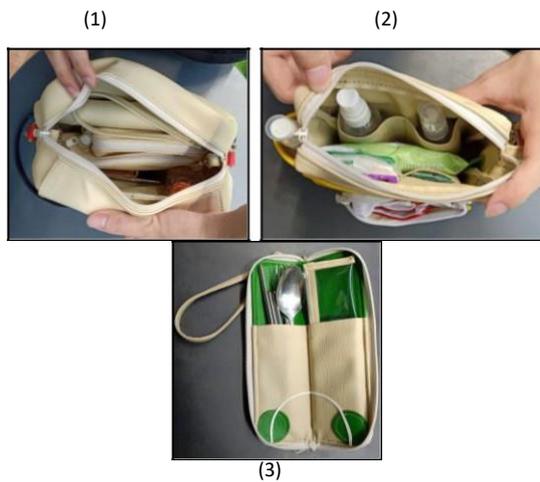
3.4 Prototype Produk

Prototype produk adalah bentuk bukti fisik dari konsep perancangan produk. Dari desain akhir yang sudah ada, maka *prototype* dibuat sebagai bentuk penerapan langsung. Berikut adalah *prototype* dari produk *pandemic bag set* bermotif jajanan tradisional Indonesia:



Gambar 8. *Prototype* Produk

Pada pembuatan *prototype*, terdapat perubahan pada desain produk yang dibuat, yaitu penggantian sistem buka-tutup *cutlery pouch* dari yang mulanya menggunakan tali pengait menjadi menggunakan *zipper* dan adanya tambahan *handle strap* untuk *sanitary pouch* dan *cutlery pouch*. Perubahan dilakukan untuk menambah keamanan dan kemudahan penggunaan produk.



Gambar 9. Foto Penggunaan Produk: (1) Sling Bag; (2) Sanitary Pouch; (3) Cutlery Pouch

Terlihat pada Gambar 9, dalam penggunaan masing-masing produk pandemic bag set, barang bawaan menjadi lebih terorganisir dan rapi sesuai dengan kategori fungsinya yang mendukung kebutuhan untuk beraktivitas di luar selama masa pandemi. Selain itu, tujuan lain dari produk adalah mendukung penampilan remaja saat beraktivitas di luar rumah. Tiap produk dapat digunakan sebagai satu-kesatuan produk set tas atau digunakan sebagai produk terpisah. Berikut adalah foto produk *pandemic bag set* bermotif jajanan tradisional Indonesia dengan penggunaannya, yaitu remaja laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 16 – 21 tahun:



(1) (2)



(3)

Gambar 10. Foto Produk dan Pengguna Remaja: (1) Sling Bag; (2) Sanitary Pouch; (3) Cutlery Pouch

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Jajanan tradisional Indonesia sebagai bagian dari budaya Indonesia perlu dilestarikan. Dengan kondisi pandemi saat ini, cara yang ditempuh untuk melestarikan adalah dengan menggunakan jajanan tradisional Indonesia sebagai motif dari *bag set* dengan fungsi khusus yang bermanfaat terutama bagi remaja untuk membawa barang bawaannya di masa pandemi.

Pandemic bag set bermotif jajanan tradisional dalam penggunaannya membantu pengguna, yaitu remaja dalam membawa banyak barang bawaan secara terorganisir saat beraktivitas di luar rumah di masa pandemi. Produk *bag set* memiliki nilai kebaruan dan keunikan dari segi bentuk, motif, dan penggunaan warna produk yang cerah dan menonjol. Hal ini mengundang rasa penasaran orang sehingga mendukung tujuan awal produk untuk membuat produk yang dapat menjadi media pengenalan jajanan tradisional Indonesia, khususnya kue tok, onde-onde, dan klepon.

Selama proses perancangan, ada pula hambatan yang didapat, yakni kesulitan dalam membuat stilasi bentuk jajanan tradisional agar tetap memiliki nilai estetika dan masih bisa memiliki ciri khas tampilan dari jajanan tradisional.

Untuk pengembangan produk kedepannya, diharapkan dapat memperhatikan proses stilasi bentuk jajanan tradisional agar lebih mudah dikenali, menggunakan jenis-jenis jajanan tradisional Indonesia lainnya sehingga lebih banyak jajanan tradisional Indonesia yang bisa dilestarikan, menerapkan motif jajanan tradisional tidak hanya pada produk tas, melainkan juga pada produk-produk lainnya sehingga lebih banyak jangkauan pengguna yang bisa diraih.

5. DAFTAR PUSTAKA

Atmajanti, C. I., Richtiara, G. C., Khairunnisa I.S, K., Az-Zahra, D., Sophia, N. A., & Rahmawati, P. A. (2020). Edukasi Protokol Kesehatan New Normal dan Pengenalan Dunia Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial. *Jurnal Layanan Masyarakat Vol. 4 No. 2*, 472-478.

Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja dan Permasalahannya. *ISTIGHNA Vol. 1 No. 1*, 116-129.

- Eskak, E., & Salma, I. R. (2017). Minat Konsumen Terhadap Desain Produk Tas dari Limbah Ban Dalam di Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Kulit, Karet, dan Plastik ke-6 Vol. 6 No. 1*, 75-86.
- Khatimah, H. (2020, Agustus 31). *Ayo Bogor*. Retrieved from Ayo Bogor: <https://www.ayobogor.com/read/2020/08/31/8347/pedagang-kue-basah-khas-bogor-terimbas-pandemi-omzet-turun-50>
- Krisdayanti, A. (2020). New Normal Pariwisata Bali di masa Pandemi pada Daerah Tujuan Wisata Tanah Lot, Kabupaten Tabanan. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya Vol 5, No 2*, 48-56.
- Putri, W. S., Nurwati, R., & Budiarti S., M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding KS: Riset & PKM Vol. 3 No. 1*, 47-51.
- Rahmawaty, U., & Maharani, Y. (2013). Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat. *Jurnal Tingkat Sarjana Senirupa dan Desain No. 1*, 1-8.
- Siregar, Y. M. (2019). *Persepsi dan Perilaku Remaja Terhadap Kudapan Tradisional (Studi Pada Produksi Kue Enak)*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Swandawidharma, Y. (2016). *TA: Perancangan Buku Ilustrasi Karakter Jajanan Tradisional Khas Surabaya Dengan Teknik Vektor Guna Meningkatkan Minat Anak Pada Produk Lokal*. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika Stikom.
- Yuliati, U. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 1 No. 1*, 7-20