

MODEL SOUVENIR SEBAGAI PENINGKATAN KUALITAS ESTETIS DAN VARIAN PRODUK PADA SENTRA KERAJINAN GEMBRENG PASAR KABANGAN LAWEYAN SURAKARTA

**Henri Cholis , Satriana Didik Isnanta
Program Studi Seni Rupa Murni
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Surakarta.
henrycholis @Yahoo.com**

Abstract

This research entitled “Souvenir Models as an Improvement of Aesthetic Quality and Product Variety in Gembreng Crafts Center, PasarKabanganLaweyan Surakarta” in general aimed to improve the quality and product variants in Gembreng Crafts Center, PasarKabanganLaweyan Surakarta, followed by aesthetic product variants that are able to represent the city of Surakarta as an increasing competitiveness in the global market. The specific purpose of this research is to develop the competitiveness of gembreng handicraft products with other souvenirs such as batik, wood or metal so as to attract the attention and interest of domestic and foreign tourists and indirectly also increase the income of the craftsmen.

This research applied explorative exploratory research method. Therefore, it tends to be experimental; looking for novelty possibilities in the techniques and design of souvenir aesthetic products. Data collection techniques undertaken by researchers were observations and in-depth interviews at the gembreng industry center in Pasar Kabangan Laweyan, Surakarta. The subject of this research was the gembreng craftsmen, with the aim of knowing the techniques they use and the techniques that can be explored for new products planned. In addition, this study also interviewed some artists and culture bearers in Surakarta to find a visual image that can represent the city of Surakarta as a cultural city. Objects observed in this study were the results of the products that have been produced and the manufacturing techniques of handicraft products. It is important to look for various possibilities for the development of the planned product designs. The existing data were validated by data reduction techniques and then they were analyzed. The results of this analysis were the basis for the development of souvenir product designs in the gembreng crafts center, Pasar Laweyan, Surakarta.

The results of this development research were in the form of prototype gembreng-based souvenir products with a variety of possible variants, both the form and creativity. It is expected that the visual image of this product can represent the city of Surakarta as a cultural city.

Keywords: *souvenir, gembreng crafts,,Surakarta*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan adanya semangat otonomi daerah, setiap daerah harus berkompetisi agar tetap bertahan dengan mengandalkan potensi yang dimilikinya. Untuk itu diperlukan identitas wilayah (*branding*) sebagai alat pemasaran sekaligus *positioning* wilayah yang bersangkutan dengan wilayah lain. Ini pulalah yang akhirnya membuat Pemkot Surakarta melahirkan slogan “Solo, *The Spirit of Java*”, yang mencerminkan karakteristik dan potensi wilayah dengan tujuan membangun citra baru, sebagai kota yang selalu dikenang sebagai pusat perkembangan kebudayaan Jawa. Slogan itu melekat sebagai identitas kota Surakarta, dan menjadi *trade mark* bagi setiap promosi dan usaha mengangkat produk unggulan ke dunia internasional. Dengan adanya identitas itu, diharapkan akan terbangun citra kota Surakarta (Solo) sebagai pusat kebudayaan Jawa, dan juga sebagai langkah untuk menarik wisatawan dan investor baik dari dalam maupun luar negeri demi tercapainya usaha pengembangan daerah.

Sudah banyak yang dilakukan oleh Pemkot Surakarta dalam membangun citra kota Surakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa, yaitu beberapa penyelenggaraan event budaya baik tingkat lokal, nasional, dan internasional seperti *Solo International Performing Art*, *Solo International Ethnic Music*, *Solo Batik Carnival*, Festival Payung dan lain-lain.

Pencitraan tersebut mampu meningkatkan kunjungan wisata domestik dan asing ke Surakarta. Banyaknya kunjungan wisatawan ke Surakarta tentu berpotensi besar untuk pasar industri kreatif di Surakarta.

Sebagai sebuah daerah, kota Surakarta memang tidak memiliki lahan pertanian dan sejak dulu mengandalkan sektor jasa, pariwisata, dan perdagangan yang didukung oleh industri kreatif. Kota Surakarta mempunyai potensi di tiga subsektor industri kreatif, yakni kerajinan, fesyen, dan seni pertunjukan. Salah satu produk kerajinan potensial adalah mebel ukir, selain kerajinan rotan, ukir kaca, kulit, keris, dan batik.

Dari subsektor fesyen ada batik. Batik tulis Surakarta diekspor ke mancanegara dan menjadi ikon khas Indonesia. Bahkan, di kota Surakarta ini sentra industri batik dengan berbagai skala terus bertumbuh seperti Kampoeng Batik Laweyan, Kauman, Tegalsari, Tegalayu, Tegalrejo, Sondakan, Batikan, dan Jongke.

Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Solo menyebutkan, jumlah atau jenis komoditas yang diekspor paling banyak pada Januari, Maret, dan Mei. Masing-masing delapan komoditas. Paling sedikit pada Agustus, hanya empat komoditas. Dari komoditas yang diekspor, batik, mebel, serta tekstil dan produk tekstil (TPT) tetap menjadi unggulan. Diekspor setiap bulan. Nilai dan volume ekspor komoditas tersebut juga cukup tinggi. Kepala Seksi (Kasi) Perdagangan Luar Negeri Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Surakarta, Endang K Maharani, saat ditemui *Solopos.com* di ruang kerjanya mengatakan bahwa komoditas jenis tekstil dan produk tekstil meningkat. “Empat komoditas yang mengalami peningkatan adalah batik, tekstil, mebel rotan dan mebel kayu,” ujarnya.

Sayangnya, peluang pasar yang cukup besar tersebut tidak dirasakan semua perajin di Surakarta. Salah satu sentra industri kerajinan yang tidak tersentuh oleh peningkatan kunjungan wisatawan dan penjualan produk adalah kerajinan *gembren*¹ di Pasar Kabangan Surakarta.

Pasar Kabangan merupakan salah satu pasar spesifik yang ada di Surakarta, terletak di sebelah utara Kampoeng Batik Laweyan. Pasar Kabangan yang juga dikenal dengan sebutan “Pasar *Gembren*” ini khusus menyediakan alat-alat rumah tangga atau barang-barang yang terbuat dari seng, aluminium, ban bekas, ember-ember bekas cat, tong-tong bekas bahan kimia, dan lain-lain. Barang-barang tersebut antara lain berupa: tempat sampah (dari ban bekas), tong sampah (dari tong bekas), jirigen bekas, dandang, kompor, wajan, dll. Selain kios-kios yang menjual barang jadi, di pasar Kabangan juga dapat dijumpai kios-kios yang menerima pesanan pembuatan barang-barang yang terbuat dari seng/aluminium.

Bentuk, fungsi, dan material produk inilah yang kemungkinan besar menjadi faktor kenapa produk

yang dihasilkan oleh perajin di pasar Kabangan Surakarta ini hanya dikonsumsi oleh masyarakat Surakarta dan tidak dilirik oleh wisatawan. Oleh karena itu, penulis berpikir untuk mengembangkan varian produk yang lebih estetik dan bernilai jual lebih tinggi, yaitu produk kerajinan berbentuk souvenir bernilai estetik yang mampu merepresentasikan kota Surakarta sebagai kota budaya seperti halnya industri batik dan mebel ukir, sehingga mampu bersaing dengan produk kerajinan lainnya.

B. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian yang bertajuk “Model Pengembangan Desain Souvenir Bernilai Estetik sebagai Peningkatan Kualitas dan Varian Produk di Sentra Kerajinan *Gembreg* Pasar Kabangan Laweyan Surakarta” ini adalah pembuatan model desain produk souvenir bernilai estetik yang mampu merepresentasikan kota Surakarta. Varian produk bernilai estetik yang dihasilkan nanti diharapkan mampu bersaing dengan produk kerajinan souvenir dari bahan baku lainnya, seperti batik, kayu, atau logam sehingga mampu menarik perhatian dan minat beli turis domestik maupun asing yang secara tidak langsung mampu meningkatkan pendapatan perajinnya.

C. Urgensi Penelitian

Souvenir atau Cenderamata merupakan suatu benda yang menyimpan kenangan atas peristiwa atau tempat tertentu. Oleh karena itu, kata ‘cenderamata’ dapat disepadankan dengan ‘kenang-kenangan’.

Produk cenderamata biasanya banyak ditemui di area pariwisata. Orang membawa dan menyimpan cenderamata dari tempat itu agar suatu waktu teringat dengan peristiwa dan atau tempat (area wisata) yang pernah dikunjungi. Karena proses distribusi dan nilai fungsi cenderamata tersebut, maka tak heran cenderamata biasanya berukuran kecil dan ringkas, seperti t-shirt, topi, baju, gantungan kunci, muk, tas dan sebagainya.

Di sisi lain cenderamata secara tidak langsung dapat dikatakan sebagai representasi individu (pemberi cenderamata) dan atau lokal jenius budaya/wilayah tertentu. Pemahaman ini berdasarkan pada fungsi representasi tersebut. Oleh karena itu, sebuah cenderamata dinilai berharga tidak

semata-mata dinilai dari nilai nominalnya, tetapi juga nilai representasinya.

Atau dengan kata lain, cenderamata mampu mencitrakan sesuatu bagi individu (pemberi cenderamata) dan atau lokal jenius budaya lokal/wilayah tertentu. Sebagai contoh, ketika orang pergi ke Surakarta dan ingin membeli cenderamata untuk kenang-kenangan, mereka akan mencari batik atau keris untuk cenderamata. Batik atau keris merepresentasikan identitas dan budaya kota Surakarta. Hampir tidak mungkin mereka mencari jeans Levi’s untuk cenderamata.

Hal inilah yang akan menjadi fokus penelitian, yaitu pembuatan model pengembangan desain souvenir bernilai estetik yang merepresentasikan kota Surakarta sebagai kota budaya.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pengembangan eksploratif. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi proses pembuatan kerajinan *gembreg* di sentra kerajinan *gembreg* pasar Kabangan Laweyan Surakarta. Dari bulan Mei-November 2017.

1. Bentuk Penelitian

Berdasarkan masalah yang diteliti maka penelitian yang bertajuk “Model Pengembangan Desain Souvenir Bernilai Estetik sebagai Peningkatan Kualitas dan Varian Produk di Sentra Kerajinan *Gembreg* Pasar Kabangan Laweyan Surakarta” ini merupakan penelitian eksperimental (Nurcahyo, 2009).

2. Sumber Data

Sumber data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini berupa:

- a. Produk kerajinan *gembreg* perkakas keseharian di pasar Kabangan Laweyan, Surakarta
- b. Informan, yaitu:
 - Bapak Antut, perajin *gembreg* dari pasar kabangan, dan Bu Fitri Perajin *wuwung* dari Weru, Sukoharjo.
- c. Arsip dan dokumen dari beberapa jurnal ilmiah yang berisi penelitian tentang kajian dan perancangan desain souvenir.

3. Teknik Pengumpulan Data

Secara garis besar teknik pengumpulan data metode interaktif meliputi wawancara yang mendalam dan observasi, yaitu:

1. Observasi lapangan di Pasar *Gembren* Kabangan. Didapatkan data jenis produk dan orientasi pasar.

2. Wawancara dengan seniman, perajin, dan masyarakat. Didapatkan data berupa tanggapan/apresiasi mereka terhadap produk souvenir yang dibuat.

3. Studi pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian, sebagai dasar pijakan teoritik.

4. Studi produk perkakas keseharian yang ada di Pasar *Gembren* Kabangan Surakarta. Memahami sejauh mana produk-produk *gembren* pasar Kabangan bisa dikembangkan menjadi produk souvenir.

4. Teknik Eksperimental

Sedangkan metode non interaktif meliputi metode uji coba yang terkontrol untuk membuktikan hipotesis (dugaan) yang berkaitan dengan eksplorasi teknik para perajin *gembren* dalam mencapai bentuk visual tertentu. Penelitian eksperimentatif ini memakai cara “*trial and see*” atau uji coba yang terkontrol untuk membuktikan hipotesis (dugaan) untuk meningkatkan keabsahan data dalam penelitiannya. Pengumpulan data dalam penelitian eksperimentatif ini dikelompokkan ke dalam dua cara, yaitu interaktif dan non interaktif (Goetz & Comte, 1984).

5. Analisis Data

Proses analisis dalam penelitian ini dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah analisis data yang diperoleh di lapangan lewat wawancara dan pengamatan, kemudian dari data material dan pengetahuan yang didapat tersebut digunakan untuk eksplorasi visual karya. Tahap kedua, adalah pengamatan, pencatatan dan eksplorasi teknik perajin *gembren* dalam mencapai bentuk visual yang merepresentasikan kondisi sosial budaya Jawa di Surakarta.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Kreatif

Dari observasi di pasar *gembren* Kabangan didapati bahwa produk yang dihasilkan dan dijual merupakan produk-produk dari *gembren* (seng atau galvalum), fungsional, untuk peralatan rumah tangga, seperti: dandang, panci, ember, anglo dan lain-lain. Produk-produk tersebut sudah lama sekali dibuat. Bentuk produknya tidak banyak mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Hal ini menurut analisa penulis kurang menarik untuk dijadikan tujuan wisata, baik lokal, nasional atau internasional.

Pasar Kabangan perlu dirubah. Tidak sekedar sebagai pasar alat-alat rumah tangga saja tetapi juga menambahinya dengan produk-produk yang punya nilai estetis dengan sentuhan budaya lokal (Surakarta). Strategi Kreatif yang digunakan adalah :

1. Variasi Bentuk: sebagai produk souvenir bentuk bisa saja dibuat sesuai dengan ide/gagasan yang sesuai dengan nilai estetik, bertumpu pada budaya lokal Surakarta. Bentuk bervariasi: dandang ukuran kecil, ceret ukuran kecil, hiasan ukuran kecil dan sebagainya.
2. Variasi Ukuran: sebagai produk souvenir ukuran dibuat relatif kecil aman untuk dibawa dan mudah dikemas. Ukuran bervariasi, maksimal tinggi 30 cm. Lebar 20 cm dan panjang 20 cm.
3. Variasi Tekstur: souvenir ini, dalam pengecatannya, dibuat bertekstur halus dan agak kasar.
4. Variasi Warna: souvenir diberi warna dengan menggunakan teknik sungging (gradasi) dan marbeling.
5. Variasi Hiasan/Ornamentik: menggunakan motif ornamen-ornamen yang sudah populer di masyarakat Surakarta, misal: motif *ceplok*, *suluran*, *mega mendung*, figur wayang, figur wayang beber dan sebagainya.

Observasi dilakukan juga di pasar Triwindu, pasar antik, guna memastikan bahwa produk souvenir yang dibuat belum ada (belum pernah dibuat sebelumnya) atau sudah tapi dalam bentuk yang berbeda. Dari observasi tersebut didapati bahwa di pasar Triwindu Surakarta belum ada produk sou-

venir seperti yang penulis rancang.

E. Perancangan Souvenir

Tahap perancangan souvenir dari bahan baku *gembren* sebagai berikut:

1. **Tahap Inspirasi:** pasar *gembren* Kabangan menjadi inspirasi untuk membuat produk yang kreatif, estetis dan punya nilai kearifan lokal.
2. **Tahap Ide:** membuat souvenir berbahan baku *gembren* dengan melibatkan perajin *gembren* pasar Kabangan Surakarta dan Mahasiswa ISI Surakarta.
3. **Tahap Konsep:** Konsep awalnya adalah bagaimana pasar *gembren* Kabangan menjadi rujukan dan tujuan para wisatawan dalam memperoleh souvenir yang unik dan punya nilai kearifan lokal.

Konsep bentuk souvenir mengacu pada bentuk-bentuk artefak tradisional seperti: *wuwung gembren*, mainan dari *gembren*, wayang, dan perkakas rumah tangga.

Konsep ornamen mengambil dari ragam hias Jawa, seperti wayang, serta pola dan motif tetumbuhan (daun, bunga dan sulur-suluran).

Konsep pewarnaan menggunakan teknik tradisional *sungging*. Ada bagian-bagian tertentu diwarnai secara gradasi atau bersap-sap.

Konsep makna kearifan lokal dengan menyematkan pepatah-pepatah Jawa pada souvenir, khususnya souvenir wayang.

4. **Tahap Produksi:** persiapan bahan dan alat, sket desain, desain, pembentukan (pemotongan dan penyambungan), sket ornamentasi, pengecatan dan pelapisan (finishing).

1. Souvenir Berupa Alat Rumah Tangga



Gambar : Dandang dan kaleng krupuk dengan hiasan motif tradisional: *mega mendung*, *tumpal*, *kawung*, *sulur-suluran*, dan figur wayang beber.



Gambar : Dandang dan kaleng krupuk dengan hiasan motif tradisional: *mega mendung*, *tumpal*, *kawung*, dan *sulur-suluran*.



Gambar : Dandang dan kaleng krupuk dengan hiasan motif tradisional: *tumpal*, *kawung*, *sulur-suluran*, dan kaligrafi huruf Arab

2. Souvenir Hiasan Meja



Gambar: Hiasan meja dengan motif tradisional: tokoh pewayangan Petruk dan Semar, tulisan pepatah Jawa, serta ornamen daun dan bunga



Gambar: lampu tempat lilin hias dengan hiasan motif tradisional *ceplok* dan dedaunan.

III. KESIMPULAN.

Dengan penelitian ini maka produk hasil kerajinan pasar Kabangan jadi lebih variatif, di samping menjajakan barang kebutuhan perkakas sehari-hari juga menyediakan produk-produk souvenir yang bernilai kearifan lokal, budaya dan estetis. Harapan selanjutnya, selain dapat meningkatkan keterampilan para perajin, pasar Kabangan bisa menjadi salah satu tujuan wisata. Menggairahkan dunia wisata dan menambah destinasi wisata di kota Surakarta. Agar harapan tersebut bisa dicapai perlu tindak lanjut, kerjasama antara perajin, pemerintah

kota Surakarta, dalam hal ini dinas pariwisata kota Surakarta, dan perguruan tinggi seni (untuk mengadakan penyuluhan, diskusi dan *workshop*).

Masih banyak varian bentuk produk souvenir berbahan baku *gembeng* yang bisa dirancang dan disiasati dengan produk-produk kreatif. Penelitian ini merupakan awalan, sebagai upaya alterif untuk ikut menggairahkan dunia wisata lewat pembuatan souvenir dari *gembeng*. Perlu ada tindak lanjut untuk memberi pemahaman dan *workshop* bagi para perajin *gembeng* di pasar Kabangan Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Piliang, Yasraf, 2003, *Hipерsemiotik, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Jalasutra, Yogyakarta
- Didik Hermawan, 2010. "176 Pepatah Hidup Orang Jawa". Yogyakarta. Universitas Atma Jaya.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London. Thousand Oaks. New Delhi: Sage Publications.
- Ishikawa, Kaoru. 1992. *Pengendalian Mutu Terpadu*. Diterjemahkan oleh Budi Santoso. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Miles H.B. dan Huberman, A.M. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sources Book of New Methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Salamun K, Dody Doejanto & Wahjudin Dwidjowinoto, dalam Jurnal Ilmiah PPT & Penerapan Dan Teknologi, No. 5 / Vol.3 / November 2005, DIKTI & Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Jakarta.
- Wiwin Widyawati. 2011. *Ensiklopedia Wayang*. Yogyakarta: Pura Pustaka.

Artikel Internet

Taswadi, *Antera Padalarang Dan Rajamandala (Meningkatkan Mutu Estetik Cengcelengan Cinderamata dari Bandung Barat)* , dalam <http://jurnal.upi.edu/filen/aswadi.pdf>

Daftar Narasumber

1. Antut (35 tahun), perajin *gembren* di pasar kabangan ,
2. Fitri Pengrajin (30 tahun), perajin *wuwung* dari Weru Sukoharjo.
3. Amir Gozali, dosen Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.
4. Arif Jati Purnomo, dosen Seni Kriya dan Batik Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.
5. Andik Margahayu, pengusaha barang antik di Surakarta.

(Footnotes)

¹*Gembren* dalam bahasa jawa adalah untuk semua logam yang berbentuk lembaran pipih karena ditempa/dipukul dengan palu secara berulang-ulang.