

# PERANCANGAN PRODUK FESYEN SEBAGAI SUVENIR DENGAN INSPIRASI TAMAN WISATA ALAM GUNUNG TANGKUBAN PERAHU

Julia Nisrina Wulandari, Widia Nur Utami Bastaman

Kriya Tekstil dan Mode, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung

Email: Julianisrina@gmail.com, widianur@telkomuniversity.ac.id

---

**Abstract** *Taman Wisata Alam (TWA) Tangkuban Perahu Mountain is one of the most favorite tourists destination. This park provides various types of souvenirs, but the souvenirs provided do not visualize and represent the park itself so it does not meet the functions of the souvenirs. The function of souvenirs, according to Hugh Wilkins<sup>[1]</sup> souvenirs as gifts, as memories, and as evidence. The visual potential that can represent this park is the morphology of the inverted boat, this morphology is explored and implemented in souvenir fashion products in the form of clothing and accessories.*

**Keywords:** *Tangkuban Perahu, Souvenir, Fashion Products.*

---

## 1. Pendahuluan

Bandung yang dijuluki sebagai Kota Wisata merupakan salah satu destinasi favorit wisatawan lokal maupun asing karena memiliki banyak tempat wisata. Menurut Ajeng Dewi Indriyani Finardi<sup>[2]</sup> menyatakan bahwa Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu merupakan primadona dari sejumlah objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Subang. Di tempat wisata ini, wisatawan dapat melihat dan berinteraksi langsung dengan kawah gunung, mengambil sumber daya alam yang tersedia, dan menikmati alam dengan berjalan-jalan dari satu kawah ke kawah lainnya. Ada empat jenis wisatawan berdasarkan aktivitasnya menurut penelitian Yeong Jia Goo dan Ming Jen Shen<sup>[3]</sup>, jenis wisatawan yang paling banyak mengunjungi TWA Gunung Tangkuban Perahu berdasarkan observasi yang dilakukan penulis, adalah wisatawan jenis sejarah dan taman wisata. Wisatawan dengan kategori sejarah dan

taman wisata ini paling banyak membeli souvenir kriya, *postcards*, *booklet*, hingga buku sejarah lokal.

Sebagai tempat wisata, TWA Gunung Tangkuban Perahu juga menyediakan berbagai macam souvenir. Souvenir yang dijual di TWA Gunung Tangkuban Perahu umumnya berupa kaus dengan sablon pemandangan alam TWA Gunung Tangkuban Perahu, pakaian batik dengan teknik *printing*, pakaian dengan motif *tie dye*, produk rajutan seperti *sweater* dan tas, serta berbagai *action figure*. Souvenir-souvenir yang ditawarkan ini kurang memenuhi peran dari souvenir itu sendiri. Peran souvenir menurut Hugh Wilkins<sup>[1]</sup>, adalah sebagai hadiah untuk kerabat, sebagai kenangan, dan souvenir sebagai bukti pengalaman.

TWA Gunung Tangkuban Perahu sendiri memiliki banyak potensi alam yang dapat dikembangkan menjadi inspirasi perancangan produk souvenir, seperti morfologi Gunung Tangkuban Perahu, Kawah Upas dan Kawah Ratu yang berdampingan, warna dan tekstur dari belerang, serta pohon

Manarasa yang khas merepresentasikan TWA Gunung Tangkuban Perahu<sup>[4]</sup>.

## 2. Metode

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penulisan kualitatif. Dilakukan melalui pendekatan yang meliputi; (1) Studi Pustaka yaitu melakukan pengumpulan data dengan referensi kepustakaan yang dikutip dari buku, jurnal penelitian, laporan tugas akhir, dan internet sebagai landasan teori, rancangan, dan memperkuat argumen pada penulisan. (2) Observasi yaitu mengumpulkan data melalui pengamatan secara langsung di kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu. Penulis melakukan pengamatan pada suvenir yang tersedia, wisatawan yang berkunjung, hingga potensi visual pada kawasan taman wisata tersebut. (3) Wawancara yaitu melakukan wawancara secara langsung dengan pada penjual suvenir dan wisatawan lokal maupun mancanegara. (4) Eksperimen dengan melakukan eksplorasi pada potensi visual yang dapat merepresentasi taman wisata. Menggunakan teknik *surface textile design* yang memiliki unsur sentuhan tangan.

## 3. Studi Pustaka

### A. Produk Fesyen

Manusia pada era globalisasi mengenal produk fesyen tidak hanya sebagai nilai kesopanan dan sebagai upaya melindungi tubuh tetapi juga nilai keindahan, bahkan fesyen dianggap sebagai cermin gaya hidup modern. Fesyen menunjuk pada ragam mode pakaian atau sesuatu yang dikenakan misalnya, perhiasan, sepatu, yang cara dan bentuknya terbaru pada waktu tertentu<sup>[5]</sup>.

### B. Suvenir

Cinderamata atau suvenir berhubungan erat dengan kegiatan “perjalanan” seseorang, maka tidak mengherankan jika istilah suvenir melekat dengan kegiatan pariwisata; bahkan menjadi bagian dari produk wisata. Oleh karena itu, maka suvenir yang lebih tepat diproduksi untuk daerah

wisata adalah suvenir etnik sesuai ciri khas tempat wisata tersebut<sup>[6]</sup>.

Suvenir memiliki tiga peran berdasarkan penelitian Hugh Wilkins<sup>[1]</sup>, peran suvenir adalah suvenir sebagai hadiah (*souvenir as gifts*), suvenir sebagai kenangan (*souvenir as memory*), dan suvenir sebagai bukti pengalaman (*souvenir as evidence*)

Jenis-jenis wisatawan berdasarkan Yeong Jia Goo dan Ming Jeng Shen<sup>[3]</sup> adalah (1) *Ethnic, Arts, and People* jenis wisatawan yang cenderung mendatangi tempat wisata dengan kultur sebagai daya tarik utamanya. Jenis wisatawan ini memiliki kecenderungan untuk membeli produk kriya, perhiasan, makanan lokal, dan buku untuk sendiri maupun hadiah sebagai pengingat pengalaman wisatanya. (2) *History and Parks* Kelompok wisatawan ini lebih memilih untuk datang ke tempat bersejarah dan tempat yang memiliki keindahan alam, biasanya mereka mendatangi situs dan rumah bersejarah, hingga museum-museum. Jenis wisatawan ini lebih memilih produk kriya, *postcard*, *booklet*, dan buku panduan sejarah lokal untuk dibeli. (3) *Urban Entertainment* Jenis kelompok wisatawan ini mendatangi taman hiburan dan acara olahraga. Mereka biasanya menyukai produk kriya, hadiah, dan suvenir untuk dibeli. (4) *Active Outdoor* Wisatawan dengan jenis *active outdoor* menyukai hal-hal berbau kegiatan di alam terbuka seperti *hiking*, *climbing*, memancing, *hunting*, *boating*, dan *backpacking*. Kelompok wisatawan ini akan membeli produk-produk penunjang kegiatan mereka seperti kaus, *sweatshirt*, alat memancing, topi, dan sebagainya.

### C. TWA Gunung Tangkuban Perahu

TWA Gunung Tangkuban Perahu merupakan salah satu destinasi wisata alam yang menarik di Kabupaten Bandung Barat. Taman wisata alam ini mengandalkan potensi alam mereka yang sebagian besar merupakan kawasan berupa kawah gunung berapi. Bukan hanya wisatawan domestik yang datang menikmati taman wisata ini, melainkan wisatawan mancanegara juga banyak berkunjung. TWA Gunung Tangkuban Perahu berada di sebelah utara di Kota

Bandung, Gunung Tangkuban Perahu memiliki ketinggian sekitar 2.084 meter di permukaan laut (dpl), dengan vegetasi pohon pinus dan hamparan kebun teh di sekitarnya.

Ada berbagai macam kegiatan wisata yang dilakukan di sekitar kawasan Gunung Tangkuban Perahu, antara lain adalah melihat pemandangan alami gunung tangkuban perahu dengan kawah-kawah yang terdapat di dalamnya, tercatat ada sepuluh kawah di Gunung Tangkuban Perahu tetapi hanya sebagian saja dari kawah tersebut yang bisa dikunjungi. Adapun kegiatan lain yang dilakukan adalah *hiking* dan *tracking* (lintas alam), kawasan Gunung Tangkuban Perahu juga biasa digunakan untuk kegiatan wisata ilmiah berupa kegiatan pengamatan flora dan fauna<sup>[7]</sup>.

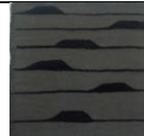
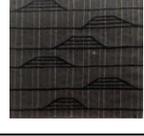
#### 4. Hasil dan Pembahasan

Morfologi Gunung Tangkuban Perahu yang berberbentuk perahu terbalik merupakan potensi visual yang dapat merepresentasikan dan mengingatkan wisatawan pada TWA Gunung Tangkuban Perahu. Bentuk tersebut pada awalnya di stilasi terlebih dahulu, kemudian hasilnya di eksplorasi dengan teknik-teknik bordir dan dikomposisikan.

##### A. Eksplorasi

Dari potensi visual yang ada, penulis melakukan eksplorasi awal untuk mencari potensi visual mana dari TWA Gunung Tangkuban Perahu yang dapat merepresentasi taman wisata tersebut. Pada eksplorasi awal, penulis menyimpulkan bahwa morfologi perahu terbalik adalah yang paling merepresentasikan Gunung Tangkuban Perahu. Selanjutnya morfologi perahu terbalik dieksplorasi menggunakan beberapa teknik *surface textile design* yang tekniknya memungkinkan untuk diproduksi secara massal namun tetap memiliki sentuhan tangan. Kemudian teknik bordir dipilih karena teknik ini dapat menghasilkan tekstur pada produk sehingga menjadi daya tarik tersendiri, dan teknik bordir dilakukan secara manual agar terdapat sentuhan tangan yang menjadi nilai lebih bagi wisatawan.

Tabel 1 Eksplorasi

No	Visual	Eksplorasi	Keterangan dan Analisa
1			Komposisi mengikuti prinsip desain yaitu <i>unity</i> .
2			Perlu memerhatikan jarak antara satu stilasi ke stilasi lainnya.
3			Komposisi morfologi.
4			Komposisi morfologi dengan imbuhan latar belakang bergaris.
5			Perlu memerhatikan bentuk stilasi dan jaraknya.

Hasil stilasi morfologi perahu terbalik dikomposisi dengan teknik bordir dan diimplementasikan di beberapa bagian produk souvenir.

##### B. Konsep Perancangan

Perancangan karya tugas akhir ini merupakan pengolahan komposisi morfologi Tangkuban Perahu menggunakan teknik bordir yang akan diimplementasikan pada produk fesyen seperti *outer*, *topi*, dan *tas* sebagai souvenir pada material kanvas dan linen dengan teknik bordir yang bernuansa abu-abu. Kemudian produk souvenir ini diberi nama brand yaitu “Babawaan” yang berarti oleh-oleh berasal dari Bahasa Sunda yang merupakan bahasa daerah yang digunakan masyarakat sekitar.



Gambar 1 Imageboard

Dalam proses produksi karya dibuat terlebih dahulu acuan perancangan *imageboard* dengan beberapa warna dan bentuk. Pemilihan warna yang digunakan merupakan *shade* abu yang diambil dari warna kawah Gunung Tangkuban Perahu.

Target market dari penelitian ini merupakan jenis wisatawan *history and parks* yang gemar membeli souvenir sebagai kenang-kenangan maupun souvenir sebagai hadiah. Target market merupakan seorang wanita berumur dua puluh hingga tiga puluh tahun. Kisaran penghasilannya Rp6.500.000-Rp8000.000 dengan pekerjaan di bidang *entrepreneur*, pekerja kantoran, maupun pekerja di bidang kreatif. Target wisatawan yang dituju merupakan wisatawan yang paling banyak membeli souvenir di kawasan taman wisata, dan yang paling tertarik mengunjungi TWA Gunung Tangkuban Perahu yaitu Jakarta, Singapura, dan Malaysia.

### C. Desain Produk

Hasil akhir produk souvenir pada karya tugas akhir ini termasuk dalam golongan produk fesyen. Hasil eksplorasi diimplementasikan dan dikompisikan pada produk-produknya.



Gambar 2 Sketsa Outer



Gambar 3 Sketsa Totebag



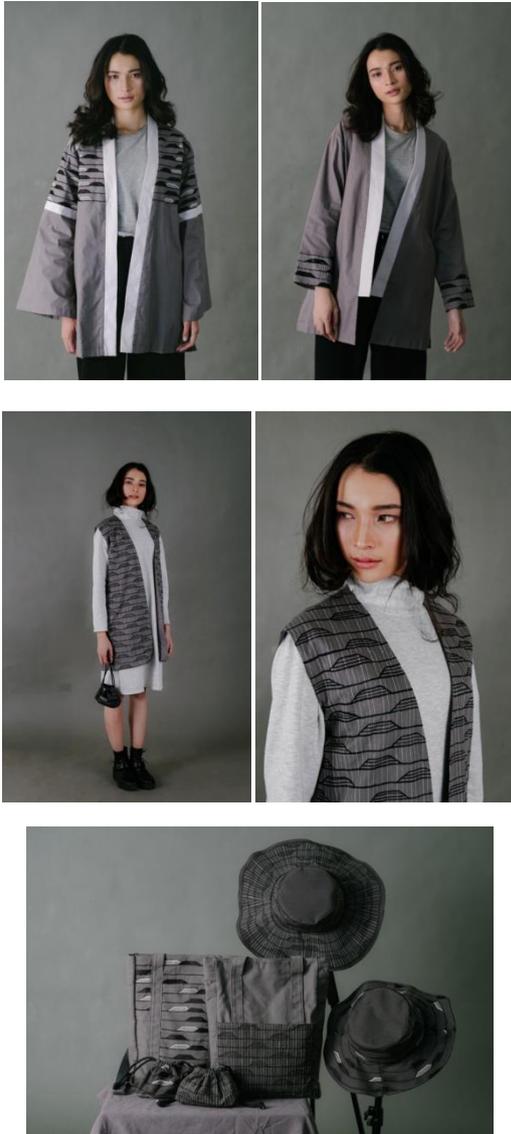
Gambar 4 Sketsa Pouch



Gambar 5 Sketsa Topi

### D. Visualisasi Produk

Berikut visualisasi produk busana pada penelitian ini yang bertujuan merepresentasi TWA Gunung Tangkuban Perahu dan diterapkan menggunakan teknik bordir pada produk.



Gambar 6 Visualisasi Produk

## 5. Simpulan

Setelah peneliti melakukan kajian, analisa serta proses eksplorasi berikut merupakan kesimpulan yang di dapat dari penelitian “Perancangan Produk Fesyen sebagai Suvenir dengan Inspirasi Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu”.

1. Gunung Tangkuban perahu memiliki beberapa potensi visual yang dapat diangkat menjadi inspirasi perancangan suvenir berupa produk fesyen, dalam pengembangan dan implementasinya pada produk masih sangat terbatas, produk yang telah tersedia paling banyak berupa kaos dengan sablon bertuliskan “Gunung Tangkuban Perahu”, atasan dengan motif *tie dye*, batik, hingga produk rajutan. Produk-produk ini

belum ada yang benar-benar mengembangkan potensi visual Gunung Tangkuban Perahu itu sendiri sebagai inspirasi pada produknya. Potensi-potensi visual yang tepat dalam merepresentasikan dan memvisualisasikan Gunung Tangkuban perahu adalah morfologi gunung tersebut. Gunung Tangkuban Perahu memiliki bentuk yang unik yaitu berbentuk perahu terbalik. Metode yang tepat dalam memvisualisasikan morfologi Gunung Tangkuban Perahu ialah dengan metode stilasi.

2. TWA Gunung Tangkuban Perahu didatangi berbagai macam pengunjung setiap harinya, mulai dari kalangan atas hingga bawah. Namun, produk-produk suvenir yang sudah tersedia di kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu tidak masuk dalam segmen menengah ke atas. Segmen menengah ke atas cenderung kurang tertarik pada produk-produk massal atau yang sering ditemukan, mereka lebih tertarik pada produk eksklusif. Sehingga ini menjadi peluang dalam menyediakan produk suvenir untuk pasar menengah ke atas.
3. Teknik bordir dapat menghasilkan bentuk stilasi perahu terbalik dengan sangat baik dan jelas, serta memberikan tekstur pada permukaan. Selain itu teknik bordir manual yang dilakukan adalah sebagai diferensiasi dari teknik-teknik pada produk yang sudah tersedia di kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu.
4. Suvenir yang telah dibuat dengan aplikasi teknik bordir dari stilasi morfologi Gunung Tangkuban Perahu berupa produk fesyen telah berhasil dalam merealisasikan visualisasi dan representasi TWA Gunung Tangkuban Perahu pada produk fesyen sehingga suvenir dapat memenuhi fungsinya yaitu *souvenirs as gifts, souvenirs as memory, dan souvenirs as evidence*.

## 6. Saran

1. Terdapat kemungkinan-kemungkinan lain dalam pengembangan potensi visual Gunung Tangkuban Perahu dan implementasinya pada produk dengan

variasi teknik tekstil yang berbeda. Sudut pandang dan perspektif lain dalam melihat potensi visual Gunung Tangkuban Perahu sangat memungkinkan untuk menciptakan inovasi dalam produk suvenir yang dapat merepresentasikan TWA tersebut.

2. Pengembangan produk suvenir di taman wisata-taman wisata lain yang belum menyediakan suvenir khas-nya juga dapat menjadi inspirasi pengembangan penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]Wilkins, Hugh. (2009). *Souvenirs: What and Why We Buy*. Australia: Griffith University.
- [2]Finardi, Ajeng D.I. (2015). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- [3]Goo, Y.J., dkk. (2011). *The Relationship between Authenticity and The Souvenir Purchase Intent*. Taiwan: National Taipei University.
- [4]Data Gunung Tangkuban Perahu diperoleh melalui situs internet: *Informasi Kawasan Konservasi Lingkup BBKSDA Jabar*. [bbksdajabar.ksdae.menlhk.go.id](http://bbksdajabar.ksdae.menlhk.go.id). Diunduh pada September 19, 2018.
- [5]Fatmawati, M.I.D. (2010). *Alasan-alasan Pembelian Produk Fashion secara Online*. DIY Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- [6]Indratmo, dkk. (2015). *Pengembangan Model Cinderamata Etik dengan Muatan Kearifan Lokal Candi Sukuh*. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.
- [7]Siswati, R.K. (2014). *Karakteristik dan Tanggapan Wisatawan terhadap Pelayanan Pengelola Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

