

## PENERAPAN ASPEK RUPA PADA PERANCANGAN STAN PENJUALAN NANAS MADU (STUDI KASUS: JALAN SETIABUDI, BANDUNG)

### *APPLICATION OF VISUAL ASPECTS IN THE DESIGN OF HONEY PINEAPPLE SALES BOOTH (CASE STUDY: SETIABUDI STREET, BANDUNG)*

Dwizky Indra Nugraha<sup>1</sup>, T.Zulkarnain Muttaqien M.Ds<sup>2</sup>, Hardy Adiluhung M.Ds<sup>3</sup>

Prodi S1 Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

[dwizkyindra@outlook.com](mailto:dwizkyindra@outlook.com)<sup>1</sup>, [zulkarnain.muttaqien@gmail.com](mailto:zulkarnain.muttaqien@gmail.com)<sup>2</sup>,

[hardyadi@yahoo.com](mailto:hardyadi@yahoo.com)<sup>3</sup>

---

#### Abstrak

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki keragaman dan identitasnya sendiri sama dengan provinsi lain. Di Jawa Barat tiap daerahnya pun memiliki ciri khasnya masing-masing entah itu makanan dan lain-lain. Sebagai contoh daerah Subang yang terkenal akan nanasnya yang biasa disebut "si madu" yang banyak digemari oleh masyarakat sekitar bahkan para pengunjung, karena antusiasme masyarakat nanas madu di jual sampai ke kota Bandung yang mana Bandung sebagai ibu kota lebih banyak dikunjungi masyarakat luar daerah pedagang memanfaatkan kesempatan ini dengan berjualan di sepanjang jalan menuju lokawisata contohnya di jalan Setiabudi. Media para pedagang berjualan menggunakan stan yang menyesuaikan rupa identitas si nanas. Stan nanas ini mengutamakan aspek rupa bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan memberikan kesan yang berbeda antara nanas madu dengan nanas biasa. Kata

---

**Kata kunci:** Rupa, Identitas, Nanas Subang, Stan

#### Abstract

West Java is one of the provinces that has its own diversity and identity in common with other provinces. In West Java, each region has its own characteristics of whether it is food and others. For example, the famous Subang area of pineapple which is called "the honey" is much enjoyed by the people around even the visitors, because the enthusiasm of the community of honey pineapple sold to the city of Bandung where Bandung as the capital more in the community outside the region traders take advantage of this opportunity by selling along the road to lokawisata for example in Setiabudi street.

---

**Keywords:** Identities, Subang, Honey Pineapple Stan

#### 1. Pendahuluan

Jawa Barat memiliki banyak potensi wilayah yang memiliki kekayaan alam yang meliputi daerah pegunungan, pertanian hingga peternakan yang memiliki keindahan alamnya masing-masing. Sebagai contoh beberapa daerah memiliki hasil produksinya masing-masing seperti Subang terkenal akan buah nanas madunya, Indramayu terkenal dengan buah mangganya. Cirebon dengan rattannya, Tasikmalaya dengan kerajinan bamboo dan Garut terkenal akan dodolnya. Seiring Jawa Barat selalu berkembang dibuktikan dengan munculnya tempat wisata baru bermunculan yang mengakibatkan banyaknya penduduk diluar Jawa Barat berkunjung.

Subang dikenal dengan kota nanas, karena daerah tersebut memiliki buah nanas yang khas dan beda dari yang lain. Kabupaten Subang dikenal mempunyai satu komoditas nanas dan masyarakat umum mengenalnya dengan nama nanas Subang yang mempunyai rasa yang manis seperti madu, sehingga banyak orang menyebutnya nanas simadu, yang mempunyai rasa manis, serta mempunyai kadar air yang cukup banyak dan mempunyai rasa manis tanpa rasa getir dan tidak menyebabkan gatal di kerongkongan.

Berawal dari segelintir pedagang nanas di pinggir jalan raya Bandung-Subang kini menjadi puluhan kios pedagang nanas yang tersebar di pinggir jalan di kecamatan Jalan Cagak. Tidak hanya di Kabupaten Subang saja

yang berdagang Nanas Subang ini, tetapi di wilayah Bandung juga banyak ditemui di dipinggir jalan, seperti di jalan Setiabudi. Pedagang menjual nanas Subang di sebuah warung atau kios hingga berupa *booth*.

Di balik kemudahan pedagang menjual nanas subang menggunakan stan di Jl.Setiabudi terdapat masalah yang di alami oleh pedagang nanas Subang tersebut salah satunya di karenakan iklim cuaca yang tidak menentu dan berjualan di lingkungan outdoor dengan stan kayu seadanya mengakibatkan Jl.Setiabudi kurang nyaman dan kurang menarik para wisatawan untuk mengunjungi dan membeli dagangan mereka . Selain itu saat hujan stan hanya di tutupi dengan terpal seadanya yang mengakibatkan tidak hanya nanas menjadi terkena air dan mudah membusuk namun hal itu juga memperburuk visualisasi stan tersebut hal itu di karenakan dalam percangan stan sebelumnya tidak di perhatikanya aspek rupa. Oleh karena itu maka diperlukan perancangan stan penjual nanas Subang dengan pendekatan aspek rupa, dimana hasil dari perancangan tersebut memiliki bentuk dan tampilan yang menarik bagi para calon pembeli serta menjadikan sebuah stan iconic mengenai nanas Subang.

## 2. Dasar Teori 2.1 Stan (*Booth*)

*Booth* atau stan dalam Bahasa Indonesia, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki definisi tempat memamerkan (menjual dan sebagainya) produk di pasar malam dan sebagainya atau ruang pameran. Istilah *booth* awalnya biasa diperuntukan pada acara pameran produk, properti, promosi sebuah acara, atau pun sebagai *display* pada toko swalayan. Secara umum, *booth* digunakan untuk kepentingan bisnis atau pameran hingga bazaar dalam waktu dan area yang beraneka ragam. Ada yang digunakan untuk jangka waktu pendek hingga jangka waktu yang cukup lama. Dalam perancangan *booth* harus memenuhi tujuan utama, yaitu membangun *image (branding)* perusahaan dalam menjual produk atau jasa. *Booth* memiliki sifat sebagai pemenuhan (*complying*), berkomunikasi (*communicating*), dan nyaman (*comforting*).

Dalam bidang promosi produk, perancangan *booth* lebih dikenal sebagai rombongan atau gerobak modern karena memiliki bentuk yang unik dan motif yang menarik. Dalam sebuah pameran terdapat bermacam-macam *booth*, seperti *booth* atau *event desk*, dan *booth counter*. Sebuah *booth* dalam pameran biasanya terdapat partisi yang menutupi bagian samping dan belakang, hal ini dibuat sedemikian rupa menyesuaikan bentuk dan kebutuhannya.

### 2.1 Rupa

Rupa umumnya berkaitan dengan penampilan secara visual . Mengolah rupa adalah kemampuan mutlak yang harus di miliki oleh si perancang produk. Rupa merupakan salah satu aspek yang cukup penting sehingga perlu di perhatikan dalam mendesain atau merancang sesuatu Rupa merupakan sesuatu yang pertama kita lihat sebelum mengetahui lebih dalam mengenai sebuah desain. Rupa di pengaruhi oleh beberapa hal seperti kebudayaan , garis, pesan yang ingin di sampaikan dan sebagainya. Aspek rupa sendiri terdiri dari bentuk, warna, texture, grafis dan garis

#### 2.2.1 Bentuk

Mengolah ampilan bentuk adalah suatu kemampuan perencana untuk bisa menyatakan suatu bentuk tertentu, secara dua dimensi atau tiga dimensi . Pengolahan rupa, secara umum bisa didasari oleh suatu bentuk yang berasal dari alam atau berbagai bentuk geometris . Dalam pelaksanaanya, perencana bisa saja melakukan pembentukan rupa berdasarkan salah satu dasar pembentukan

Bentuk merupakan elemen dasar dari sebuah desain , bentuk tersendiri maupun dikombinasikan dengan bentuk lain atau dengan garis dapat menyampaikan arti yang universal yang menjadi petunjuk bagi mata untuk mendapatkan informasi dari bentuk tersebut.

Bentuk dapat di definisikan melalui warnanya dan kombinasi garis garisnya . Bentuk yang sederhana bisa di kombinasikan agar menjadi bentuk yang kompleks sementara bentuk yang kompleks dapat di abstrakan menjadi bentuk sederhana. Mengubah karakteristik bentuk dari bentuk dapat merubah cara pandang kita terhadap bentuk dan membuat kita dapat merasakan perbedaan dalam sebuah desain.

**2.2.2 Warna**

Warna adalah salah satu aspek yang penting dalam membangun suatu desain yang menarik , karena pemilihan kombinasi warna yang tepat akan membuat suatu desain terlihat kuat . Rupa atau bentuk dapat dinyatakan dalam suatu warna tertentu , baik dalam bentuk warna primer maupun warna turunan.

**2.2.3 Tekstur**

Mengolah tampilan tekstur adalah suatu kemampuan untuk bisa menyatakan suatu rupa dalam bentuk permukaan tertentu. Tekstur selain di gunakan untuk menampilkan fungsi/aspek estetika tertentu seringkali di gunakan untuk memperkuat fungsi tertentu yang sifatnya lebih praktis . Misalnya suatu pegangan secara sengaja permukaanya di buat kasar agar memiliki nilai grip yang lebih optimal

**2.2.4 Grafis**

Grafis merupakan salah satu komunikasi visual yang menggunakan kombinasi koordinat titik – titik dan garis sebagai media menyampaikan informasi secara efektif. Umumnya orang menyeut istilah grafis sebagai gambar. Dalam proses mendesain, grafis umumnya harus diupayakan untuk berlaku secara umum (universal) karena harus bisa dimengerti dan mewakili sebagai kelompok manusia yang berbeda suku bangsa, agama, negara, bangsa atau ras. Ini tentu saja dengan pengecualian, Jika perencanaan dilakukan untuk suatu elompok masyarakat tertentu. Seperti diketahui berbagai suku bangsa dan suku bangsa di dunia, umumnya mengenal jenis huruf, angka, lambing, atau indikasi tertentu, yang seringkali bersifat sangat khas.

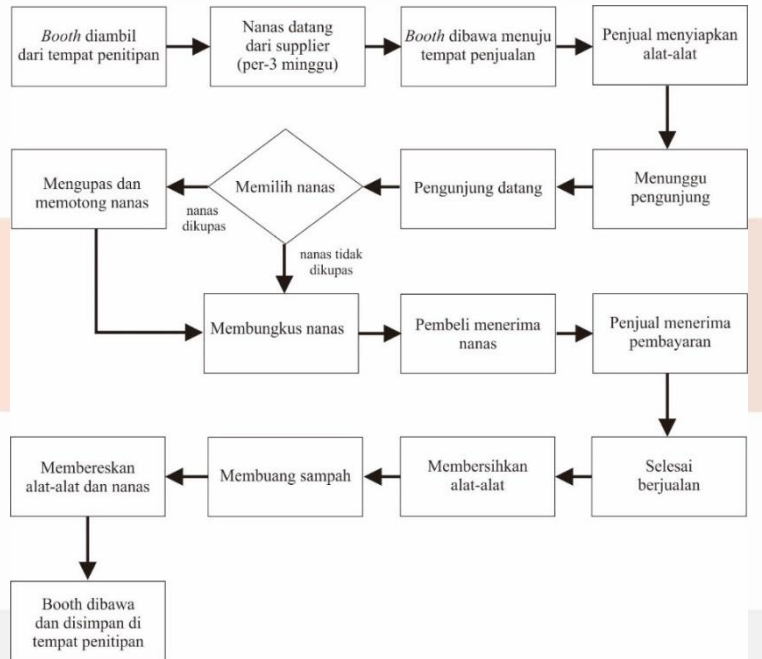
**2.3 Observasi dan Wawancara**

Observasi yang dilakukan berada di pedagang nanas Subang di jalan Setiabudi, Bandung. Observasi dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada di pedagang nanas Subang tersebut. Terutama pada aspek material yang ada. Terdapat beberapa data dari *booth* yang dipakai, diantaranya adalah:

No	Kriteria Prioritas Produk	Kondisi
1	Fungsi	Hanya untuk <i>display</i> nanas
2	Dimensi	Berkisar 1,8m x 2m
3	Kapasitas <i>booth</i>	Dapat menampung 50-60 buah nanas
4	Material	Kayu albasia
5	Sistem <i>joint</i>	Menggunakan paku
6	Mobilisasi	Dapat dipindahkan

**Tabel 1** Hasil Observasi

Wawancara dilakukan bertujuan untuk mendapat informasi terkait permasalahan yang dialami oleh pedagang nanas Subang di daerah jalan Setiabudi, Bandung. Wawancara dilakukan ke salah satu penjual yang ada di jalan Setiabudi, yang menggunakan booth kayu sebagai sarana dagang. Dari hasil wawancara, terdapat alur aktivitas penjualan nanas Subang yang disusun dalam bagan di bawah ini:



Bagan 1 Alur Aktivitas

3. Analisis Aspek Rupa

Pada perancangan stan nanas subang saat ini dikembangkan menjadi beberapa kategori. Kategori aspek desain yang ditemukan berdasarkan data yang telah diperoleh serta beberapa pertimbangan desain atau gagasan awal yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Beberapa kategori ditentukan untuk memperoleh rekomendasi rupa yang baik sebagai berikut khusus nya pada stan nanas madu :

NO	Aspek Rupa	Keterangan
1	Bentuk	Merupakan aspek yang memperhatikan karakter bentuk stan saat dipakai untuk berjualan nanas madu dan saat usai digunakan
2	Warna	Merupakan salah satu aspek yang penting dikategori Rupa karena warna akan sangat berpengaruh dengan psikologi seseorang calon pembeli dan memerankan identitas
3	Tekstur	Aspek yang biasa digunakan untuk menampilkan fungsi tertentu dalam sebuah rupa
4	Grafis	Salah satu aspek rupa yang berfungsi sebagai indikasi, peringatan dan pernyataan atas informasi tertentu
5	Estetika	Aspek yang mempertimbangkan keindahan hasil sebuah perancangan yang terbentuk dari kategori aspek lainnya yang diharapkan bisa memiliki daya tarik

Tabel 2 Analisis Aspek Rupa

Setelah melakukan analisis booth penjualan nanas Subang yang dipakai menurut kategori aspek material, diperoleh analisis S.W.O.T sebagai berikut.

Analisis	Rupa Studi Kasus
<i>S (Strength)</i>	1. Dapat menampung sampai 120 buah nanas
<i>W (Weakness)</i>	1. Tidak ada kesan menarik 2. Kurangnya nilai estetika 3. Mudah rusak
<i>O (Opportunity)</i>	1. Murah 2. Berada di jalan yang banyak dilewati kendaraan
<i>T (Threat)</i>	1. Teradinya kecelakaan lalu lintas 2. Berkurangnya pelanggan dikarenakan karena ketidak tahuan calon pembeli nanas madu bahwa stan itu menjual nanas madu

**Tabel 3** Analisis SWOT

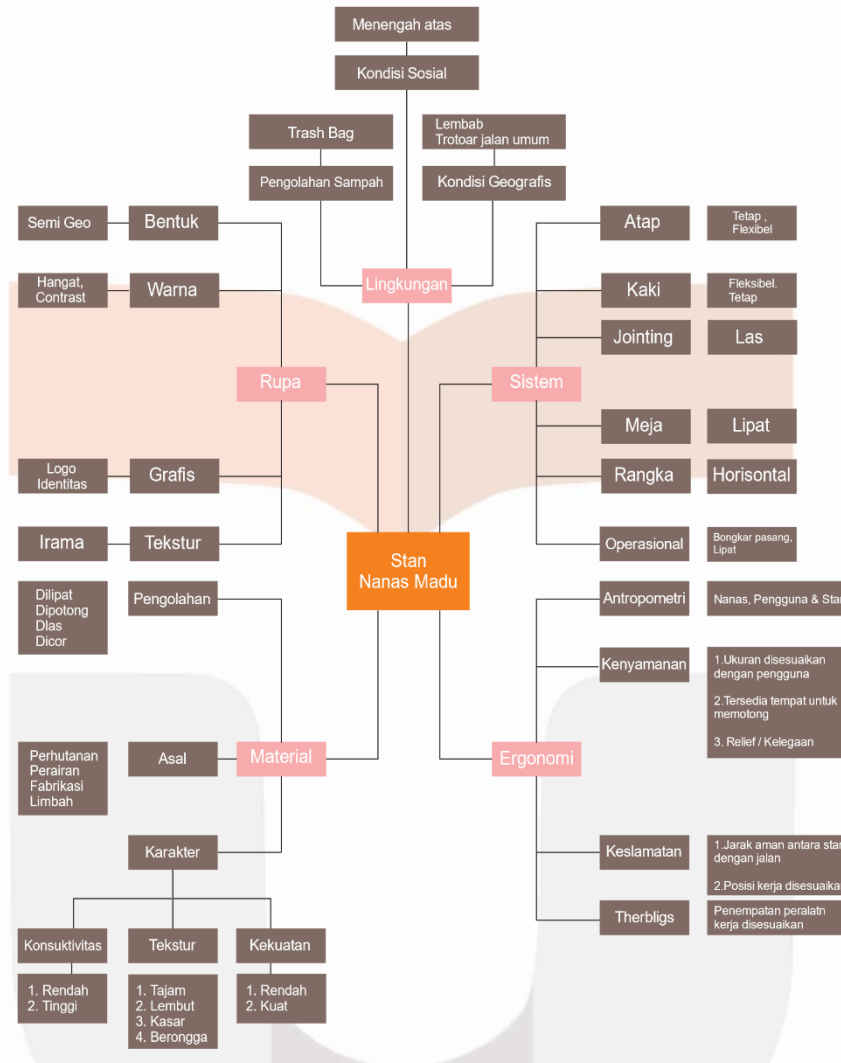
#### 4. Konsep Perancangan

Masalah yang ada pada *booth* penjualan nanas sebelumnya *booth* yang susah dikenali oleh para calon pengunjung menyebabkan banyak calon konsumen yang terlewat hal ini juga diakibatkan kalahnya informasi visual *booth* dengan pohon yang ada disebelahnya. Selain itu pada *booth* sebelumnya karena memiliki rupa yang kurang baik hal ini juga mengakibatkan polusi visual bagi lingkungan Setiabudi.

Untuk menyelesaikan permasalahan diatas beberapa kebutuhan desain harus diperhatikan dalam perancangan rupa stan nanas madu diantaranya :

1. Produk sebaiknya menyesuaikan identitas nanas madu Subang agar mudah diingat dan dikenali.
2. Membutuhkan aksesoris rupa yang menarik dan kuat agar menarik perhatian calon pembeli.
3. Membutuhkan adanya rupa yang dapat menyesuaikan kondisi lingkungan Setiabudi yang tergolong menengah atas sehingga tidak menyebabkan polusi visual dan dapat merubah penilain menjadi lebih baik dari masyarakat sekitar mengenai adanya penjual nanas Subang

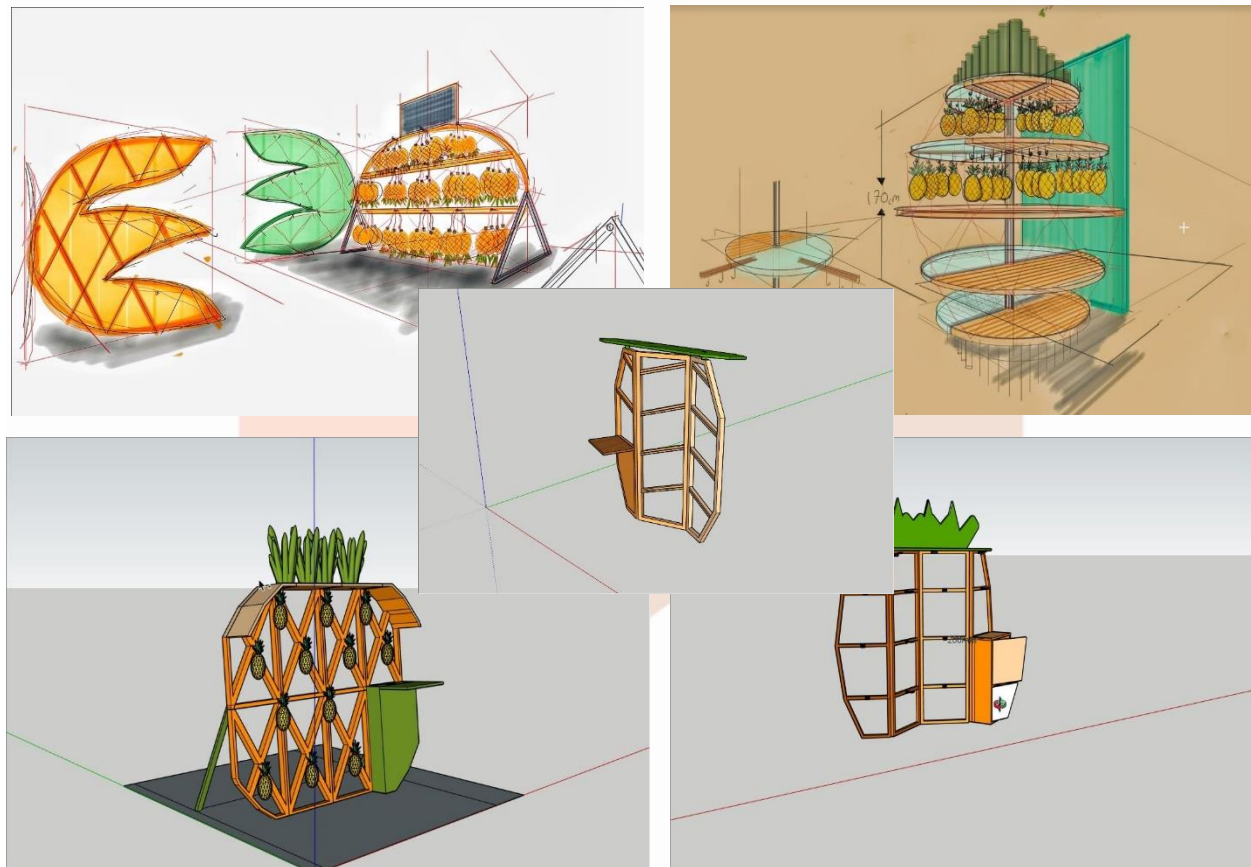
Selain aspek rupa , konsep perancangan pada booth penjualan nanas Subang digabungkan dengan aspek yang lain sehingga menghasilkan solusi yang tepat dalam perancangan. Berikut mindmap konsep desain:



**Bagan 2 Mind Mapping**

Kesimpulannya adalah dibutuhkannya sebuah booth penjualan nanas Subang, berdasarkan aspek yang telah dikaji sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas pengguna. Karena studi kasus berada di pinggir jalan Setiabudi, berdasarkan hasil analisis adalah produk yang dihasilkan harus memiliki mobilitas yang mudah. Dari proses produksi pun dapat diproduksi dengan mudah. Dimensi yang dihasilkan pada rancangan booth penjualan nanas Subang memiliki dimensi sekitar lebar 1,5m dan tinggi 2m. Desain yang dihasilkan mempunyai desain yang mudah dilihat oleh pembeli.

Desain alternatif adalah tahap selanjutnya dalam perancangan booth penjualan nanas Subang, yang masih termasuk dalam tahap ide. Desain alternatif terdiri dari lima desain yang nantinya dinilai berdasarkan aspek yang ada dalam perancangan. Berikut desain alternatif yang dihasilkan:

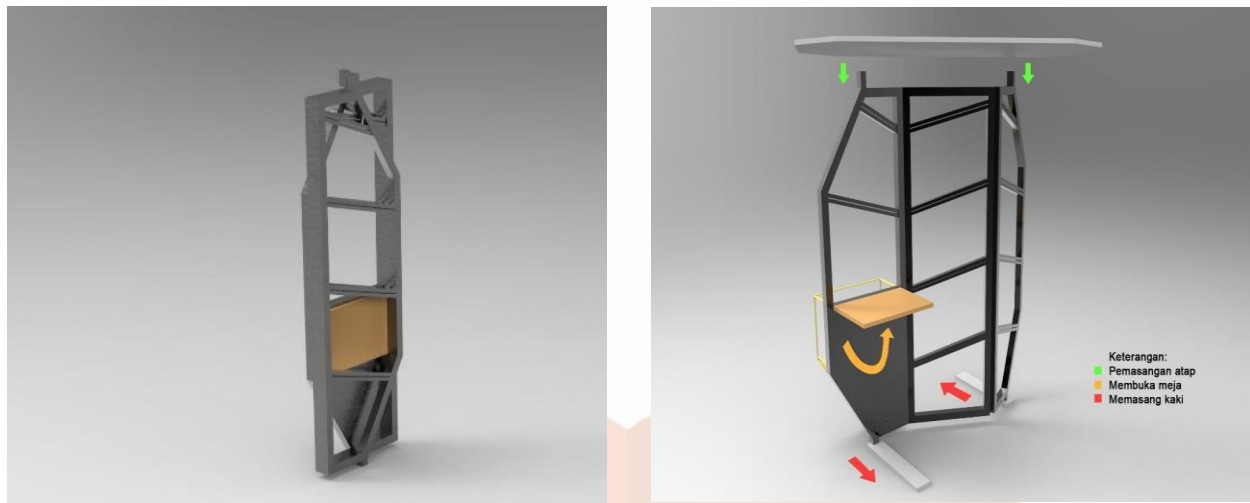


**Gambar 1** Sketsa Ide

Setelah menilai dan mempertimbangkan desain alternatif yang dibuat, desain akhir yang dihasilkan adalah sketsa alternatif yang dibuat dan dikembangkan kembali berdasarkan masing-masing aspek. Dengan bentuk yang sederhana yang merupakan penyederhanaan dari bentuk buah nanas, berukuran lebih kecil dari booth yang sebelumnya, namun dapat menampung buah nanas sama dengan jumlah yang sebelumnya. Bentuk yang sederhana dipilih karena bertujuan untuk mempermudah proses produksi dan memudahkan dilipat jika sudah selesai digunakan. Berikut visualisasi desain akhir yang dihasilkan:



**Gambar 2** Visualisasi Karya



Gambar 3 Gambar Operasional

## 5. Kesimpulan

Pada penerapan aspek rupa ini, masalah yang dibahas adalah informasi visual yang dihasilkan oleh produk stan penjualan nanas di jalan Setiabudi. Pada penerapan aspek rupa ini pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi dan wawancara langsung di jalan Setiabudi Bandung dalam hal ini data yang diperoleh terkait dengan karakteristik pembeli dan penjual, visual lingkungan sekitar, karakteristik nanas Subang, metode pendisplayan nanas, dan estetika keseluruhan.

Dari faktor-faktor aspek rupa tersebut didapatkan pengolahan rupa yang tepat dengan lingkungan sekitar begitu juga dengan pembeli dan penjualnya. Dengan memberikan rupa yang unik, menarik dan iconic namun tidak mengorbankan fungsi utama dari stan. Pengolahan rupa ditujukan untuk menghubungkan antara lokasi Setiabudi yang berekonomi menengah atas dengan karakteristik penjual nanas yang memiliki kondisi ekonomi menengah kebawah. Dengan begini diharapkan stan nanas dapat memiliki penilaian yang baik di mata para masyarakat terutama masyarakat Setiabudi Bandung.

## Daftar Pustaka

- [1] Palgunadi, Bram. 2007. *Disain Produk 1: Disain, disainer, dan proyek disain*. Bandung: Penerbit ITB, 2007.
- [2] Palgunadi, Bram. 2007. *Disain Produk 2: Analisis dan Konsep Disain*. Bandung: Penerbit ITB, 2008.
- [3] Palgunadi, Bram. 2008. *Disain Produk 3: Aspek-Aspek Disain*. Bandung: Penerbit ITB, 2008.
- [4] Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna – Teori dan kreativitas penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB, 2002.
- [5] Dudung, Agus. 2012. *Merancang Produk*, Bandung: Penerbit PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012.
- [6] Widagdo, 2005. *Desain dan Kebudayaan*, Bandung: ITB.
- [7] J. Setiadi, DR Nugroho, 2009, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Preanada Media Group.