

BAB V

ISI DAN HASIL PENELITIAN

5.1 Pemilihan Studi Kasus Objek Desain Kursi Rotan

5.1.1 Data dan Latar Belakang Pelaku Industri (Responden Terpilih)

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab IV mengenai metodologi wawancara, responden diambil dari 3 (tiga) pelaku industry furniture rotan dengan kriteria utama yaitu menjalankan usaha minimal 20 tahun. Dari penelusuran penulis, dipilih 3 (tiga) industry yang dipilih antara lain CV. Aksen Rattan, CV. Yumaju, dan CV. PHJS yang ketiganya berlokasi di Cirebon. Berikut ini sedikit ulasan mengenai profil dan data dari pelaku industry responden tersebut :

*Untuk kebutuhan penelitian

DATA RESPONDEN INDUSTRI FURNITUR ROTAN

Nama Perusahaan : **CV. AKSEN RATTAN**

Nama Merk Dagang
(bila ada) : **Tidak ada**

Tahun Didirikan: **1982**

Alamat Perusahaan : **Desa Kertasari, Blok Sijekek, Plumbon, Cirebon, Jawa Barat**

Email Perusahaan : **aksenfurniture@gmail.com**

Website : **www.aksenrattan.co.id**

Tipe Model Bisnis (centang) :

Produksi Produk Mandiri	<input checked="" type="checkbox"/>	Custom Order	<input checked="" type="checkbox"/>	Ekspor	<input checked="" type="checkbox"/>	Lokal	<input type="checkbox"/>
-------------------------	-------------------------------------	--------------	-------------------------------------	--------	-------------------------------------	-------	--------------------------

Gambar 1. Data Responden CV. Aksen Rattan. Sumber : Penulis

*Untuk kebutuhan penelitian

DATA RESPONDEN INDUSTRI FURNITUR ROTAN

Nama Perusahaan : **CV. YUMAJU**

Nama Merk Dagang
(bila ada) : **MANTERA**

Tahun Didirikan: **1990**

Alamat Perusahaan : **Jl. Kisabalanang, Desa Kertasari, Kecamatan Weru, Cirebon**

Email Perusahaan : **info.mantera@gmail.com**

Website : **Tidak ada**

Tipe Model Bisnis (centang) :
Produksi Produk Mandiri Custom Order Ekspor - Lokal

Gambar 2. Data responden pelaku industri CV. Yumaju. Sumber : Penulis

*Untuk kebutuhan penelitian

DATA RESPONDEN INDUSTRI FURNITUR ROTAN

Nama Perusahaan : CV. PHJS (PUTRA HARAPAN JAYA SENTOSA)

Nama Merk Dagang
(bila ada) : Tidak ada

Tahun Didirikan: 1969

Alamat Perusahaan : Desa Marikangen, Blok Sijekek, Plumbon, Cirebon, Jawa Barat

Email Perusahaan : yunus.phjs@gmail.com

Website : Tidak ada

Tipe Model Bisnis (centang) :
Produksi Produk Mandiri Custom Order Ekspor Lokal

Gambar 3. Data responden pelaku industri CV. PHJS. Sumber : Penulis

a. CV. AKSEN RATTAN

CV. Aksen Rattan didirikan pada tahun 1982 oleh H. Solikhin yang saat itu masih berusia 27 tahun. Pada awalnya CV. Aksen Rattan hanya menjalankan bisnisnya sebagai penaja produk-produk rotan di pasar lokal. Hingga akhirnya pada awal tahun 1990 mendapatkan permintaan ekspor dari rekanan di luar negeri. Sejak saat itu model bisnis CV. Aksen Rattan terfokus kepada ekspor produk furniture rotan hingga saat ini.

Dikutip dari H. Solikhin, salah satu faktor yang menjadikan perusahaannya diminati oleh klien ialah perhatiannya terhadap inovasi dan keunikan produk yang berasal dari inspirasi personal dan karakternya yang *'suka ngulik'*. H. Solikhin selalu berusaha menjadikan perusahaannya sebagai *trend setter* setidaknya diantara kalangan sesama pelaku industry di lingkungan desanya. Salah satu dobrakan yang ia lakukan ialah pengambilan keputusan untuk memproduksi kembali desain-desain kursi furniture bertipe 'jari' yang notabene sudah 'ketinggalan zaman' disaat pasar sedang ramai-ramainya menggemari produk rotan tipe *'full anyam'* dan 'ruji'.

CV. Aksen Rattan tidak melayani permintaan lokal dan fokus pada pasar ekspor karena menurut H. Solikhin pasar Eropa dan Amerika memiliki rentang perubahan desain yang cukup lamban untuk jenis produk furniture rotan, berbeda dengan di Asia yang menuntut produk furniture rotan dengan desain dan tampilan yang beragam. Hingga saat ini CV. Aksen masih mempertahankan hubungan ekspornya yang sejak lama dibangunnya dengan rekanan *buyer* dari Italia dan beberapa Negara Eropa lainnya.

Disamping produk-produk berbahan rotan, CV. Aksen juga menggunakan bahan aluminium dan plastic untuk segmen *outdoor*. Gaya desain yang ditawarkan merupakan hasil adopsi teknik rotan yang diterapkan pada perlakuan terhadap material aluminium. Salah satu unggulan dari CV. Aksen ialah kualitas *finishing* yang berkualitas dan beragam. Tidak jarang banyak orang yang mengira furniture aluminium CV. Aksen sebagai furniture rotan karena kualitas kemiripan finishingnya yang detail. Disampaikan kembali bahwa faktor kualitas desain dan produk CV. Aksen yang baik ini salah satunya dampak dari latarbelakang pemilik (H. Solikhin) yang memulai karirnya sebagai pembuat sampel rotan, sehingga ia memiliki keleluasaan dalam mentalitas berkreasi dan pengembangan produk.

b. CV. YUMAJU

Didirikan tahun 1990 sebagai anak dari perusahaan CV. Kolega, CV. Yumaju merupakan lini produksi CV. Kolega untuk segmen pasar lokal. Korespondensi penulis dengan pihak CV. Yumaju diakomodir oleh kepala produksinya yaitu Budi Santoso yang telah mengabdikan di CV. Yumaju sejak tahun 2010. Disampaikan oleh Budi pada sesi wawancara bahwa CV. Yumaju adalah langkah CV. Kolega yang notabene menyasar pasar ekspor untuk merespon maraknya geliat bidang property dan desain interior di Indonesia. Namun meskipun memiliki lini segmen sasaran yang berbeda alur pengelolaan proses produksi kedua perusahaan ini masih sering bercampur sehingga seringkali memberi dampak negative pada kualitas pelayanan.

Dari segi bisnis, CV. Yumaju memiliki merk dagang Mantera, sebuah label untuk produk-produk yang dipasarkannya secara retail meliputi berbagai *range* produk diluar furnitur seperti keranjang rotan, elemen dekorasi rumah, hingga kandang untuk hewan piaraan. Hal ini dilakukan sebagai strategi untuk menjawab beragamnya tipe keinginan dan kecenderungan konsumen lokal terhadap tren desain interior dan hunian. Dari segi

desain, CV. Yumaju mengandalkan modifikasi bentuk dan fungsi dari desain yang sudah umum atau ramai di pasaran. Hal ini disebabkan karena CV. Yumaju lebih berkonsentrasi pada *brandingnya* sebagai produsen disbanding sebagai produk.

Di sisi lain, CV. Yumaju juga menciptakan divisi yang khusus melayani permintaan proyek *custom* dalam negeri. Dalam menjalankan bisnis dari divisi ini CV. Yumaju menjalin kolaborasi dengan pihak-pihak yang sering terlibat dalam pelaksanaan proyek lokal termasuk arsitek, desainer interior, dan desainer produk. Karena divisi *custom* memiliki dinamika tipe permintaan, CV. Yumaju tidak banyak melakukan stok bahan baku karena dirasa terlalu beresiko. Pembelian bahan dilakukan ketika sudah masuk dalam skema proyek. Hal ini terkadang menyebabkan biaya produksi produk *custom* menjadi lebih tinggi dari harga produk yang dijual secara retail. Namun untuk mengimbangnya, CV. Yumaju mensiasatinya dengan fleksibilitas dan aksesibilitas pelayanan. Pelanggan memiliki keleluasaan dalam menentukan personalisasi khusus pada produk yang dibuatnya. Langkah ini merupakan daya tawar yang menarik untuk dipresentasikan kepada konsumen mengingat isu *brand awareness* akibat gejala sosial media telah menempatkan intensitas tuntutan ekspresi diri sebagai capaian utama di lingkungan sosial.

c. CV. PHJS

CV. PHJS adalah sebuah produsen furniture rotan yang sudah cukup lama berdiri. Dikelola oleh generasi kedua dari perusahaan ini, H. Unus meneruskan bisnis yang telah dibangun ayahnya (H. Jamino) sejak zaman kemerdekaan. Hampir serupa dengan H. Solikhin dari CV. Aksen Rattan, latar belakang H. Unus juga adalah sebagai pengrajin rotan yang belajar membuat produk rotan dari ayahnya. Yang menjadi perbedaan dari CV. PHJS dengan CV. Aksen Rattan ialah CV. PHJS tidak banyak melakukan pengembangan produk dan perluasan segmen pasar, bahkan cenderung lebih konservatif. Klien *buyer* CV. PHJS berasal dari Negara-negara Asia Timur seperti Hongkong, Taiwan, Taipei, dan Korea Selatan yang mana Negara-negara ini sangat mengapresiasi produk-produk berbahan alam.

CV. PHJS menjaga keaslian produknya dengan tetap menggunakan bahan baku rotan meskipun terkadang tidak terlalu memperhatikan jenis dan tipe rotan yang digunakan. Secara desain, produk-produk yang diproduksi berasal dari para *buyer*, dan karena presentasi *positioning* kapabilitasnya pada gaya klasik Asia, *buyer-buyer*

CV. PHJS juga menawarkan desain-desain yang kurang lebih masih dalam gaya yang serupa. Karena masih bersifat konservatif, penulis bisa menemukan unsur-unsur ‘tua’ pada produk-produk yang dihasilkan oleh CV. PHJS baik dari segi bentuk, teknik, maupun ragam hias pada produk. Menurut Unus, inovasi ataupun pembaharuan desain dan teknik bagi perusahaannya saat ini masih dirasa belum perlu karena perusahaannya menitikberatkan bisnisnya pada pelayanan terhadap *buyer* yang sudah ada. Dari pernyataannya ini, penulis mengasumsikan bahwa CV. PHJS sudah mencapai perputaran profit yang stabil dan bersifat jangka panjang.

Dalam menjalankan perannya sebagai pemilik perusahaan, H. Unus seringkali terjun langsung dalam proses produksi mulai dari pembuatan sampel, pembuatan rangka, hingga penganyaman. CV. PHJS fokus pada menjaga sustainabilitas jalinan kerjasama yang telah dibangunnya sejak lama dengan para *buyer*. Oleh karena itu, permintaan *custom* hanya sesekali diterimanya karena tidak sesuai dengan pola bisnis perusahaan.

5.1.2 Hasil Tahap Wawancara

Berikut ini pencatatan penulis terhadap jawaban wawancara kepada 3 (tiga) pelaku industry furniture rotan CV. Aksen Rattan, CV. Yumaju, dan CV. PHJS, yang selanjutnya masing-masing secara berurutan akan diinisialkan dengan AK, YU, dan PH.

1. *Apakah yang menjadi ciri khas dari produk kursi rotan (selain materialnya)? Berikan alasannya.*

AK : *“...teknik pelengkungannya pakai alat yang berbeda dengan kayu ataupun besi. Sehingga tekukan di produk rotan punya ciri khusus seperti bekas-bekas lipatan akibat tekanan catok. Lalu di konstruksinya, rotan wajib pakai support dan silangan, kalau tidak, bisa reyot.”*

YU : *“Menurut saya ada di warna dan permukaan kulit rotan itu khas banget. Apalagi kursi yang pakainya asalan. Selain itu ya lilitan dan iketan. Kalo anyaman sih pakai apa aja bisa, tapi kalo rotan kan lilitan dan iket itu cuma ada di rotan. Malah aneh kalo namanya kursi rotan tapi ga ada lilitan sama iketan.”*

PH : *“Kalo dari bentuk saya rasa agak susah membedakan dengan material lain, ya kayu ya bisa buat lingker, atau dibikin bullet kayak rotan. Tapi orang baru tau kalo itu rotan kalo sudah diangkat sama diduduki. Kalo dari rotan, dia lebih enteng daripada kursi-kursi kayu, terus pas didudukin mesti ada bunyi krtekk..”*

2. *Sejak kapankah saudara memulai terjun di bidang produk rotan? Bisa saudara ceritakan bagaimana alasan dan sebab anda terjun di bidang ini?*

AK : *“ Saya sudah dari kecil itu mainan rotan bareng sama Pak Marca, Pak Noto. Dulu itu sering main ke tetangga-tetangga yang lagi bikin-bikin, terus minta diajari, malah keterusan bikin barang sendiri. Terus coba-coba dijual, eh laku. Itu dari SMP. Sampe gak mau lagi nerusin sekolah, mendingan saya bikin rotan. Baru pas kira-kira umur SMA saya ikut paman dagang di Tanah Abang, numpang di emperan depan toko kayak ruko-ruko gitu disana...”*

YU : *“Oh kalo saya sih memang udah diminta sama wawak selesai kuliah bantu-bantu dia masarin tadinya. Nah begitu kenal desainer lokal, terus mulai ada proyek lokal baru diminta pegang produksian khusus lokal.”*

PH : *“Bapak saya dulu yang ajarin, dari dulu memang beliau kepinginnya saya terusin usahanya.”*

3. *Adakah teknik-teknik tertentu yang menurut saudara paling susah dipelajari?*

AK : *“ Nekuk itu paling susah buat saya. Cuma buat bikin bulet yang bener aja susah sekali. Soalnya kan dia itu ada itungannya, kalo mau nekuknya dimana catoknya harus posisinya tuh gimana, terus yang dipanasin yang mana. Nah saya SMP aja kan ga lulus jadi susah bayanginnya. Tapi ya terus dicoba sampe bisa.”*

YU : *“Wah gak ngerti saya itu, saya serahkan aja sama sample maker. Saya sih yang penting rasa-rasa aja yang dibikin sama persis ga sama yang di gambar.”*

PH : *“Pas nekuk tuh, itu paling lama belajarnya. Bapak sampe pusing ngajarinnya. Bukan apa-apa, kalo Cuma asal nekuk sih semua juga ya gampang, tapi waktu itu saya baru tau nekuk tuh harus ngikutin garis, nah itu kan mesti dirasa-rasa pasnya.”*

4. *Produk apakah yang pertama kali saudara pelajari atau buat? Bagaimanakah kesulitan yang saudara alami ketika membuatnya?*

AK : “ *Pertama kali yang saya buat dulu tuh lemprak, yang pas ngikut tetangga. Tapi yang saya jual, produk buatan saya yang saya jual pertama kali itu kursi kecil kayak yang buat nyuci. Gak terlalu sulit, tapi seingat saya waktu itu pas bagian lilit sama ngiketnya saya rapih-rapih banget. Eh taunya dari situ saya baru ngerti orang nilai bagus gak nya kursi rotan itu dari iketannya rapet atau ga.*”

YU : “*Mungkin kalo dari proyek sih pertama saya garap itu kursi bistro. Ga terlalu susah ya, soalnya memang ga perlu gimana-gimana gitu kalo kursi bistro.*”...”*tapi dulu pernah kena kasus, karena salah pake bahan untuk silangan sama sikunya, diklaim sama klien. Pas ditelusuri taunya yang mestinya pake asalan malaka nah ini pake malah pake jawit. Saya ga ngeh itu, soalnya udah kena finishing jadi sama kan warnanya.*”

PH : “*Dulu saya langsung bikin kursi. Gak tanggung-tanggung langsung kursi papasan. Soalnya kata Bapak kalo bisa bikin Papasan mesti bisa bikin yang laennya mudah.*” “...*Ya sulit banget, Papasan kan diameternya besar, terus pakainya langsung batang. Ngerjainnya sendiri, wah ampun.*”

5. *Produk apakah yang paling sering saudara buat hingga sekarang? Mengapa?*

AK : “ *Apa ya, kalo yang paling sering sih ya bistro. Soalnya di Eropa terutama Paris kan gaya kafenya tuh gitu-gitu aja. Mereka ga terlalu suka kursi rotan yang desain-desain.*”

YU : “*Ga putus-putus tuh bistro. Mungkin banyak liat di Pinterest kali ya, jadi paling gampang ditiru.*”

PH : “*Banyak ya, Papasan tuh dari dulu sampe sekarang. Terus Kelek, Fabion chair itu. Sama ya itu yang ke Taiwan, yang model jari. Mungkin karena paling asli khas Cirebon ya.*”

6. *Selain kursi, jenis produk rotan apalagi yang banyak permintaan?*

AK : “*Kebanyakan setnya kursi, kayak meja, coffee table, side table, kalo yang agak beda mungkin kabiet nakas.*”

YU : “*Oh banyak, kita bikin mulai dari cermin, pot, keranjang, keset, sampe tempat kucing sama anjing .*”

PH : *“Rata-rata sih set kursi makan, sama living set. Paling jauh cermin.”*

7. *Selain membuat produk berdasarkan pesanan, pernahkah saudara membuat rancangan kursi saudara sendiri? Jika ya, bisakah saudara ceritakan alasan dan prosesnya?*

AK : *“Wah gak keitung. Tapi ya gitu saya tipenya suka ngulik, pas kepikiran langsung bikin, cuma pas jual kadang suka lupa pernah bikin produk itu. Inget-inget lagi pas bongkar gudang. ” “...Ya bisa apa aja, ga tentu. Kadang pas liat pohon bentuknya bagus, atau liat anak lagi maen suka duduk di tempat yang klo saya pikir kok unik juga kalo dijadiin kursi, dibikin pakai rotan.”*

YU : *“Saya kurang tahu ya, tapi kadang suka liat yang kasih PO ambil dari gambar-gambar terus dicorat-coret dulu sama wawak. Dari internet kali ya.”*

PH : *“Gak pernah. Semua desainnya dari buyer. Soalnya ga bakal percaya juga kalo desainnya dari saya, suka ga ketemu selera.”*

8. *Adakah elemen non alami yang saudara gunakan atau kombinasikan dengan produk rotan yang saudara buat?*

AK : *“Plastik, rope, ya paling itu. Oh, sama saya lagi coba bikin lagi bahan kabel kayak di model-model kursi taun 80an, yang warna warni. Kayaknya trennya lagi kesana, gatau ya ini perasaan saya aja kayaknya sih bakal kesana.”*

YU : *“Plastik, besi, sisanya paling hiasan-hiasan gitu yang lepasan, gak nyatu ke kursi. Sama kayu palingan klo buat meja-meja.”*

PH : *“Metal saya pake, cuma buat penguat aja sih. Seringnya juga kayu, sama itu juga buat daleman rangka aja, ga pernah bikin yang ekspos, repot SVLK.”*

9. *Apakah saudara membuat produk furniture berbahan plastic untuk menggantikan bahan rotan? Mengapa?*

AK : *“...Ya ini akibat sistem dan regulasi bahan baku kita yang bikin rotan malah dijual keluar negeri, nah buat industry dalam negerinya malah pake harga yang ga masuk akal. Mending kalo kualitasnya masih terjaga, nah ini kan ga. Grade sama kelas aja manau A kok bisa nyampur sama mandola, nah itu gimana?”*

YU : *“Untuk yang outdoor iya. Pasti. Kalo ga ya rotan bakal ancur kalo disimpen di luar.”*

PH : *“Ga, saya ga maen di plastik. Paling kalo ada permintaan aja, tapi biasanya sayanya yang ga mau, jelek sih, ga asli rasanya kayak bohongan.”*

10. *Seandainya produk rotan kembali berjaya di pasaran, menurut saudara, apakah yang menjadi faktor utamanya?*

AK : *” Pemerintah. Contoh seperti dulu zaman Pak Harto. Dia wajibkan pejabat-pejabat dan kantor-kantor pemerintahan pakai produk rotan. Nah dari situ kan masyarakat melihat, oh, pejabat aja pakai rotan, berarti rotan itu kesannya high end. Nah kalo sekarang kan rotan yang orang tau itu yang di pinggir-pinggir jalan. Makanya banyak yang saya temui di pameran kalo ke stan saya mereka pada tanya kok rotannya Pak Haji beda dari kursi rotan yang saya tau. Lha ya itulah, kurangnya sosialisasi ke public.”*

YU : *“Ya apalagi kalo zaman sekarang, ya pasti sosial media ya. Sekarang asal rame atau sering muncul di sosmed, orang pasti bakal ngikut. Tinggal pinter-pinter aja bikin foto yang bagus, kekinian lah, ga kayak foto-foto ngasal asal jepret terus posting. Disettinglah yang sesuai sama gaya sekarang. Kadang saya piker bukan di rotan atau desainnya yang jadi masalah, tapi di cara penyampaiannya.”*

PH : *“Di bahan baku sih. Sekarang susah dapet rotan bagus, kalopun ada harganya mahal, atau jumlahnya terbatas. Kalo bisa benahi sistem bahan baku kayaknya sih bakal naek lagi.”*

11. *Apakah menurut saudara produk berbahan rotan harus tetap dilestarikan? Mengapa?*

AK : *” Bangsa ini hidup berdampingan dengan rotan. Orang Kalimantan aja makannya rotan kok. Rotan ini cuma tumbuhnya di Indonesia, daripada nebang pohon terus-menerus kan lebih baik digantikan dengan rotan. Rotan tumbuh sendiri lho, ga perlu ditanem. Nenek moyang kita sudah pakai rotan untuk berburu, nangkap ikan, bikin perkakas, perabot, sampe rumah dari rotan. Nah itulah saya punya prinsip kalau produk rotan itu seharusnya bisa menjadi tuan rumah di Negara sendiri, lha wong sudah dari zaman nenek moyang pakai produk rotan.”*

YU : *“Wah perlu sekali. Sangat perlu sekali ya. Rotan itu banyak manfaatnya, tapi mungkin orang kita aja yang belum memaksimalkan. Saya ga tau pasti, tapi yang jelas saya sudah*

menyaksikan dengan mata kepala saya sendiri kalo produk rotan itu ga kalah dari produk kayu.”

PH : *“Harus. Karena banyak masyarakat kita itu hidupnya dari rotan. Petani, sampai ke pengrajinnya. Kasian kalo ga ada rotan lagi.”*

5.1.3 Analisis dan Kesimpulan Hasil Wawancara

a. Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, penulis dapat menyimpulkan beberapa poin identifikasi hasil ekstraksi kandungan nilai-nilai, elemen, dan motivasi tradisi suatu artefak dari jawaban responden, yakni :

1. Dari jawaban pertanyaan nomor pertama, responden menjawab ciri khas lain dari produk rotan antara lain terletak pada unsur teknik_dalam arti peralatan yang digunakan (teknologi)_, serta pakem konstruksi (siku dan silangan) yang muncul sebagai akibat sifat material rotan yang lentur. Unsur teknik lain yang muncul ialah lilitan dan iketan yang juga disebabkan oleh pertimbangan terhadap sifat bahan baku. Unsur lainnya yang muncul ialah material yakni terfokus pada sifat-sifat kematerialiannya. Dari jawaban nomor pertama ini penulis melihat kecenderungan pelaku industry rotan melihat ciri khas dalam lingkup teknik sebagai dampak dari sifat material, dan melepaskan analisisnya dari aspek-aspek yang bersifat visual maupun makna.
2. Jawaban dari pertanyaan nomor 2 (dua) mengindikasikan adanya motivasi sosial ekonomi yang melandasi penciptaan artefak. Pada jawaban CV. PHJS terkandung motivasi *survival* dalam lingkup yang lebih sempit yakni tradisi dalam keluarga.
3. Jawaban dari pertanyaan nomor 3 (tiga) tidak menunjukkan adanya landasan tradisi yang cukup jelas dalam teknik membuat produk dari rotan. Namun pada level interpretasi, CV. Aksen Rattan dan CV. PHJS menunjukkan adanya norma persepsif sehingga memunculkan rasa keharusan bagi keduanya untuk mencapai keberhasilan dalam membentuk rotan sebagaimana referensi yang diberikan atau dibentuk (motivasi dorongan personal atau ekspresi diri).
4. Jawaban pertanyaan nomor 4 (empat) menunjukkan adanya hubungan sebab akibat yang berdampak pada unsur teknik yakni dimana motivasi ekspresi diri

membawa teknik pada level kualitas tertentu yang kemudian mendapatkan apresiasi sosial dan ekonomi. Sebagai timbal balik, apresiasi yang muncul tersebut (sosial ekonomi) menggantikan motivasi ekspresi diri dan mempengaruhi elemen-elemen *concept*. Singkat kata, teknik yang didasari ekspresi diri akan menstimulus aspek sosial ekonomi yang kemudian kedua aspek tersebut menjadi motivasi yang melandasi unsur teknik dan *concept*.

5. Ada beberapa identifikasi terkait elemen ikon dari jawaban pertanyaan nomor 5 (lima) yaitu pelandasan bentuk (*shape*) oleh tanda-tanda paradoksal seperti Paris, dan Cirebon. CV. Yumaju menyiratkan rumusan berbeda namun dengan pola yang sama yaitu bentuk (*shape*) yang dilandasi oleh penanda modernitas (ikon dan *concept*).
6. Pertanyaan nomor 6 (enam) penulis nyatakan sedikit tumpul karena jawaban yang diberikan ketiga responden tidak berhasil mengarah pada definisi penulis mengenai elemen fungsi, yakni sebagaimana dikatakan Adhi (2012) bahwa fungsi disini diartikan sebagai hubungan antara kegunaan dan sikap atau perlakuan pengguna terhadap kegunaan tersebut.
7. Jawaban dari pertanyaan nomor 7 (tujuh) mengidentifikasi adanya motivasi ekspresi diri yang terinspirasi oleh peristiwa di ranah sosial sehingga menjadi dasar penciptaan elemen *concept*, ikon dan *shape*. Jawaban oleh CV. Yumaju dan CV. PHJS menunjukkan bahwa elemen artefak yang dibuatnya lebih cenderung dilandasi oleh motivasi ekonomi (tuntutan bisnis).
8. Pertanyaan nomor 8 (delapan) mencoba mendeteksi seberapa signifikan material rotan terhadap modernitas. Jawaban yang diutarakan oleh CV. Aksen menyiratkan bahwa bagi CV. Aksen Rattan produk rotan tidak perlu hidup dalam dikotomi dulu dan sekarang. Jawabannya yang merelasikan modernitas dengan berbagai pilihan material non-rotan dan berdasarkan pertimbangan atas jawabannya pada pertanyaan nomor sebelumnya menunjukkan bahwa produk bermaterial rotan baginya berada pada area yang sangat personal dan subjektif. Sedangkan CV. Yumaju dan lebih tegas lagi CV. PHJS mengindikasikan bahwa material rotan adalah pusat elemen produk yang dibuatnya dilandasi oleh pertimbangan-pertimbangan yang bersifat ekonomi ketimbang motivasi lainnya.
9. Jawaban dari pertanyaan nomor 9 (sembilan) kepada ketiga responden masing-masing memunculkan relasi antara elemen dengan konteks modernitas yang berbeda. CV. Aksen Rattan menunjukkan bahwa motivasi politis sosial merupakan

faktor atau jalur yang menghubungkan elemen material dengan modernitas. Berbeda dengan jawaban CV. Yumaju yang memaknai hubungan antara elemen material dengan modernitas lebih didasari oleh aspek *utility*. Sedangkan CV. PHJS menjawab pertanyaan ini tanpa merelasikannya dengan konteks modernitas. Namun demikian dari jawaban CV. PHJS terideteksi adanya motivasi ekspresi diri yang dipengaruhi motivasi ekonomi dalam menentukan elemen material dari suatu artefak.

10. Jawaban dari pertanyaan nomor 10 (sepuluh) oleh CV. Aksen menunjukkan bahwa elemen paling fundamental dari produk rotan terletak pada elemen konsep dan ikon yang memiliki hubungan yang bersifat saling membentuk satu sama lain. Sedangkan pada level interpretasi CV. Yumaju menyiratkan bahwa elemen fundamental dari produk rotan ialah pada iko dan *shape*. Berbeda dari keduanya yang menekankan pada elemen ikon, CV. PHJS secara jelas menjawab bahwa elemen fundamental dari produk rotan terletak pada elemen materialnya.
11. Jawaban dari pertanyaan terakhir ini memunculkan beberapa dominasi motivasi yaitu ekonomi, sosial, budaya, dan ekologi pada masing-masing jawaban ketiga responden. CV. Aksen menekankan pada motivasi sosial-budaya, CV. Yumaju menekankan pada motivasi ekonomi dan sedikit menyiratkan adanya *concern* terhadap motivasi ekologi, sedangkan CV. PHJS dengan sangat jelas menekankan pada motivasi sosial-ekonomi.

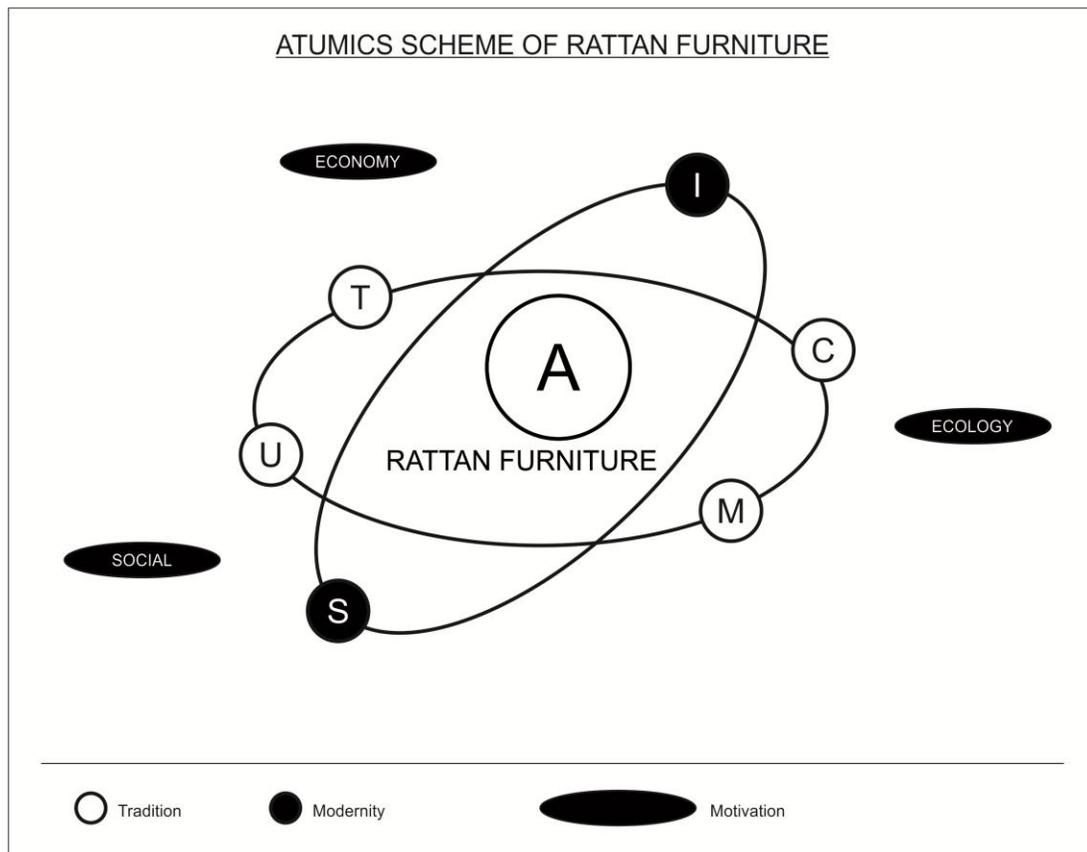
b. Kesimpulan Tahap Wawancara

Dari hasil identifikasi kualitatif interpretative diatas dapat disimpulkan beberapa garis besar rumusan yang mengerucut pada kriteria artefak tradisi ATUMICS pada produk rotan antara lain:

- Motivasi yang melandasi artefak produk furniture rotan secara berurutan antara lain sebagai berikut: Ekonomi, sosial, ekspresi diri, ekologi dan *survival*. Merujuk pada Adhi (2012) bahwa motivasi ekspresi diri dan *survival* tidak dapat berdiri sendiri maka dengan melihat kembali hasil analisis identifikasi pada jawaban koresponden, motivasi ekspresi diri disini melekat dengan motivasi sosial ekonomi sebagai hubungan aksi reaksi. Sedangkan motivasi *survival* hidup dalam konteks sosial ekonomi. Dengan kata lain, motivasi dasar yang terdapat

pada artefak produk furniture rotan ialah (secara berurutan), ekonomi, sosial, dan ekologi.

- Elemen-elemen yang muncul dari identifikasi terhadap jawaban wawancara tersebut merujuk dan mengarah pada dua kutub yakni konservatif dan referensial. Elemen-elemen yang mengacu pada kutub konservatif antara lain : teknik, *utility*, material, dan konsep. Sedangkan elemen ikon dan *shape* lebih banyak mengarah kepada kutub referensial seperti modernitas. Jika digambarkan dalam model ATUMICS, maka kesimpulan dari hasil identifikasi tahap wawancara ini ialah sebagaimana dapat dilihat pada gambar 12.
- Berdasarkan model ATUMICS dari produk furniture rotan di bawah ini, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai tradisi dari artefak furniture rotan terletak pada elemen teknik (T), *utility* (U), material (M), dan konsepnya (C). Keempat elemen ini didasari oleh 3 (tiga) pilar motivasi dominan yaitu ekonomi, sosial, dan ekologi.



Gambar 4. Kesimpulan identifikasi terhadap produk furnitur rotan dalam model ATUMICS. Sumber : Penulis

5.1.4 Hasil Tahap Kuesioner

Sebagaimana telah disampaikan pada bab III (metode penelitian) bahwa metode kuesioner dilakukan dengan tujuan untuk memilih produk furniture rotan tradisi untuk selanjutnya dijadikan studi kasus dalam *road map* besar penelitian yang penulis lakukan. Pemilihan tersebut pada tahapan penelitian awal ini akan diidentifikasi dan dipetakan elemen dan motivasinya menggunakan modul ATUMICS yang mana ini menjadi *goal* dari tahap (*batch*) pertama dari keseluruhan rangkaian *road map* penelitian.

Perbedaan tahap wawancara dan tahap kuesioner terletak pada sifat metode analisisnya dimana pada tahap wawancara hasilnya dianalisis secara kualitatif interpretative, sedangkan pada tahap kuesioner analisis dari hasil dilakukan secara kuantitatif dengan objektif dari pertanyaan sudah dirancang sedemikian rupa sehingga secara langsung merujuk pada elemen dan motivasi pada modul ATUMICS. Fokus tujuan dari setiap kelompok pertanyaan kuesioner dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Kelompok pertanyaan I (satu romawi) soal nomor 1 sampai 3 (tiga) bertujuan untuk mendeteksi tipe produk furniture rotan yang memiliki semua kriteria elemen tradisi suatu artefak. Produk dengan pilhan terbanyak secara otomatis terpilih sebagai produk yang akan dijadikan fokus studi kasus dalam rangkaian penelitian ini.
- b. Kelompok pertanyaan I (satu romawi) soal nomor 4 (empat) merupakan kontras dari elemen-elemen tradisi yaitu tipe produk yang dinilai responden lebih merepresentasikan modernitas. Tujuan dari pertanyaan ini adalah agar dapat menjadi dasar umum dalam menganalisis *positioning* yang membedakan produk tradisi dengan produk dengan persepsi modern.
- c. Kelompok pertanyaan II (dua romawi) merupakan penelusuran spesifik terhadap aspek teknis dan fungsi (*utility*) dari produk furniture rotan. Tujuan dari kelompok pertanyaan II (dua romawi) ialah sebagai acuan dalam mendeskripsikan kedua elemen tersebut dalam modul ATUMICS.
- d. Kelompok pertanyaan III (tiga romawi) merupakan penelusuran spesifik terhadap elemen konsep, ikon, dan bentuk (*shape*) yang didasari oleh identifikasi komponen visual dari produk furniture rotan.

- e. Kelompok pertanyaan nomor IV (empat romawi) secara spesifik bertujuan mengidentifikasi komponen visual warna sebagai dasar acuan identifikasi elemen konsep, ikon, dan *shape*.
- f. Pertanyaan nomor V (lima romawi) secara langsung mengumpulkan opini responden terhadap motivasi yang mendasari suatu produk furniture rotan.

Berikut ini tabel hasil jawaban dari pertanyaan kuesioner 'Elemen dan Motivasi Artefak Produk Furnitur Rotan'.

KELOMPOK PERTANYAAN	NOMOR SOAL	CV. AKSEN RATTAN	CV. YUMAJU	CV. PHJS
I	1	ABCD	ACD	ABCD
	2	BDE	D	BE
	3	B	A	BD
	4	ACEF	EF	CEF
II	5	AC	AC	AC
	6	DE	ACE	DE
	7	ABF	ACDEF	ABF
	8	DE	BCDE	CDE
III	9	ACFHI	AFGHI	AEFHI
	10	ADH	CG	AEH
	11	BDEG	ABCE	DBG
	12	EG	ACG	BDE
	13	ACF	ADI	AHI
	14	AFH	ADH	ADEH
IV	15	AB	AB	AB
	16	AB	B	ABE
	17	B	B	B
	18	BE	AE	BE
	19	AEF	ADEF	BE
IV		ABCD	AE	ACF

Tabel 1. Hasil jawaban kuesioner. Sumber : Penulis

5.1.5 Analisis Jawaban Pertanyaan Kuesioner

a. Pemilihan Studi Kasus Produk Furniture Rotan

Penulis memusatkan identifikasi terhadap produk furniture rotan terpilih berdasarkan hasil dari kuesioner pada kelompok pertanyaan I (satu romawi). Dengan juga mempertimbangkan kesimpulan dari hasil wawancara yang sudah dilakukan pada sub bab diatas maka pertanyaan nomor 1 sampai dengan 3 (tiga) merupakan representasi dari elemen tradisi pada furniture rotan yakni, teknik, *utility*, material, dan konsep. Sedangkan pertanyaan nomor 4 (empat) merupakan implisit dari elemen modernitas pada furniture rotan yakni, ikon dan *shape*.

Berdasarkan pertimbangan yang telah dijelaskan diatas, maka pemilihan produk furniture rotan terpilih ialah berdasarkan perhitungan suara terbanyak terhadap gambar furniture yang yang dipilih oleh responden pada pertanyaan nomor 1 sampai dengan 3 (tiga) dalam kelompok pertanyaan I (satu romawi). Berikut ini tabel perhitungan jawaban tersebut :

PERHITUNGAN JAWABAN PADA KELOMPOK PERTANYAAN I SOAL NOMOR 1 SAMPAI 3 (TUJUAN : MEMILIH TIPE PRODUK FURNITUR SEBAGAI STUDI KASUS PENELITIAN)						
NOMOR SOAL	JAWABAN					
	A	B	C	D	E	F
1						
CV. Aksen Rattan	✓	✓	✓	✓		
CV. Yumaju	✓		✓	✓		
CV. PHJS	✓	✓	✓	✓		
2						
CV. Aksen Rattan		✓		✓	✓	
CV. Yumaju				✓		

CV. PHJS		✓			✓	
3						
CV. Aksen Rattan		✓				
CV. Yumaju	✓					
CV. PHJS		✓			✓	
TOTAL	4	6	3	5	3	0

Tabel 2. Perhitungan jawaban kelompok soal I dari nomor 1 sampai 3. Sumber : Penulis

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka jenis kursi gambar 'B' yang disebut kursi 'kelek' atau kursi Fabion oleh masyarakat industry furniture rotan terpilih sebagai fokus objek dalam rangkaian penelitian ini.

Tahapan selanjutnya adalah membedah elemen dan motivasi dari kursi Fabion ke dalam tabel identifikasi elemen dan motivasi sebagai penjelasan dan tuntunan sebelum diterjemahkan ke dalam bahasa model ATUMICS.

Dari tabel identifikasi di bawah, penulis menemukan kecocokan dalam kecenderungan jawaban kuesioner dengan kesimpulan dari tahap wawancara yakni terletak pada elemen terkuat pada produk furniture rotan yang menjadikannya artefak tradisi antara lain : elemen teknik, *utility*, material dan konsep. Sedangkan elemen ikon dan *shape* sebagaimana ditampilkan, kesemuanya berasal dari rujukan atau referensi permintaan klien atau Negara lain. Hal ini sejalan dengan simpulan pada tahap wawancara, bahwa motivasi terkuat yang melandasi penciptaan produk secara menyeluruh ialah motivasi ekonomi.

Kursi Fabion, dipilih oleh ketiga responden dengan alasan bahwa kursi ini yang paling sering dipesan dalam kuantitas banyak. Pernyataan ini menunjukkan kuatnya landasan atau motivasi ekonomi dalam penciptaan produk furniture rotan. Mengutip Adhi (2012), yang memaparkan bahwa motivasi ekonomi ialah pusat terkuat dari penciptaan produk tradisi nampak pada realita produk-produk dengan basis kerajinan tangan atau berkarakter lokal di era modern muncul sebagai komoditas ekonomi, sedangkan karya-karya yang dibuat dengan motivasi lain cenderung akan memiliki harga yang tinggi dan seringkali dikategorikan sebagai karya seni kerajinan tangan.

TABEL IDENTIFIKASI ARTEFAK (KURSI FABION)

<p>KURSI FABION</p>	
<p>KOMPONEN ELEMEN ATUMICS</p>	<p>DESKRIPSI IDENTIFIKASI</p>
<p>Teknik</p>	<p>Silangan, siku, lilitan, ikatan, perkuatan dengan anyaman menggunakan bahan fitrit.</p>
<p><i>Utility</i> (Fungsi)</p>	<p>Lubang di sisi kanan dan kiri pada bagian belakang dudukan dekat sandaran sebagai celah yang bertujuan untuk menumpuk kursi (<i>stacking</i>).</p>
<p>Material</p>	<p><i>Full</i> rotan dengan rotan batang sebagai <i>frame</i> konstruksi utama, rotan batang dengan diameter lebih kecil sebagai struktur silangan dan siku, bahan rotan tipe fitrit sebagai bahan anyam dan lilitan.</p>
<p>Ikon</p>	<p>Tidak memiliki kandungan simbolik atau pemaknaan apapun.</p>
<p><i>Concept</i> (Konsep)</p>	<p>Fitur <i>stacking</i> menyiratkan perhatian utama dari desain kursi Fabion pada volume atau kuantiti sebagai upaya optimalisasi dan</p>

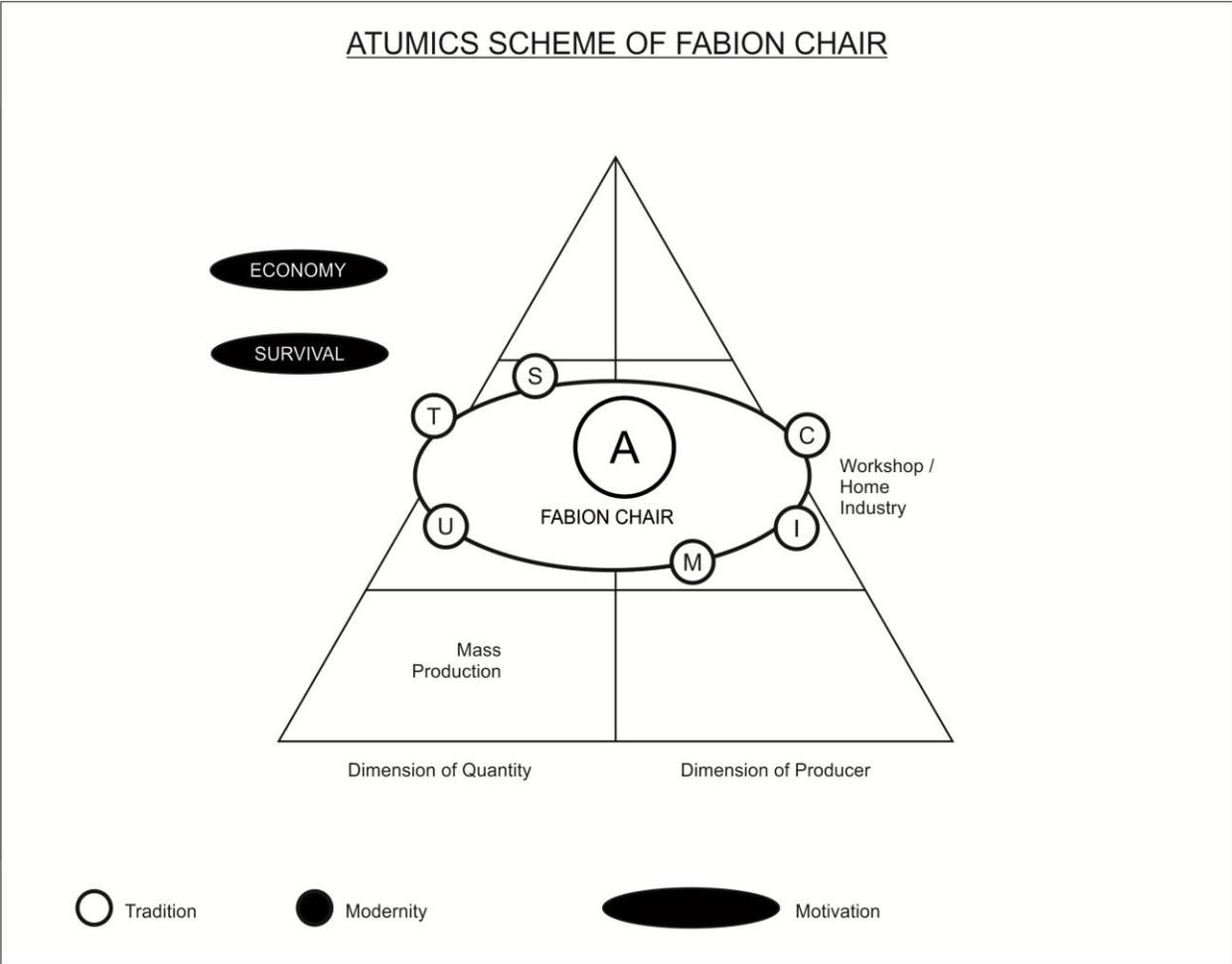
	efisiensi. Tujuan desain dari kursi Fabion ialah pasar skala massal.
<i>Shape</i> (Bentuk)	Secara umum mengikuti konfigurasi standar sebuah kursi bertangan. Secara khusus, tampilan penutup tangan yang dibuat menyerupai kepang rambut atau biasa disebut 'kelabangan', dan bidang belah ketupat pada bagian tengah sandaran, keduanya dibuat untuk tujuan dekorasi atau penghias untuk menambahkan estetika produk.
KOMPONEN MOTIVASI ATUMICS	DESKRIPSI IDENTIFIKASI
Ekonomi	Kursi Fabion merupakan kursi massal, hal ini dapat dilihat dari fitur fungsinya yang dapat ditumpuk untuk mengoptimalkan volume kuantiti kursi ketika dilakukan pengiriman.
Sosial	Tidak ditujukan sebagai penanda ataupun tanda sosial apapun. Hal ini jelas dapat dipahami karena kursi Fabion bersifat massal dan ekonomis.
Budaya	Tidak merujuk atau berdasar pada budaya
Ekologi	Tidak ditemukan
<i>Survival</i>	Melekat dengan motivasi ekonomi. Sebagai wujudnya, harga kursi Fabion untuk pasar ekspor hanya dibanderol seharga 17 US\$ Amerika, yang merupakan harga yang sangat rendah untuk tipe kursi yang dibuat dengan tangan (produk kerajinan).
Ekspresi Diri	Tidak ditemukan

Tabel 3. Tabel identifikasi elemen dan motivasi artefak kursi Fabion. Sumber : Penulis



Gambar 5. Kursi Fabion atau yang biasa disebut kursi 'kelek' oleh pelaku industri, produk yang dipilih sebagai studi kasus pengembangan desain terhadap artefak tradisi. Sumber : tokopedia.com

Dari tabel identifikasi elemen dan motivasi artefak kursi Fabion, maka dalam format model ATUMICS nya akan nampak seperti gambar 14 di bawah ini.



Gambar 6. Identifikasi elemen dan motivasi kursi Fabion dalam model ATUMICS. Sumber : Penulis

Sebagaimana yang nampak pada model ATUMICS kursi Fabion, kesemua elemen terdapat dalam kutub tradisi. Skema model ini sebagaimana disampaikan Adhi (2012) _bahwa sustainability dari suatu tradisi ialah transformasi tradisi, yang mana hal inilah yang mendasari penelitian ini dilaksanakan_, menunjukkan bahwa kursi Fabion berada pada stagnansi (belum bertransformasi) yang berdampak pada eksistensi nilai-nilai tradisi yang terdapat pada kursi Fabion. Untuk itu, sebagai upaya mentransformasi nilai-nilai ketradisional yang terdapat pada kursi Fabion perlu dilakukan identifikasi terhadap nilai-nilai kemodernan_untuk kemudian menjadi dasar dalam pencetusan gagasan desain_sehingga diharapkan dapat memberi dampak sustainabilitas tradisi.

b. Identifikasi Elemen dan Motivasi Terhadap Kontras Dari Produk Furnitur Rotan Terpilih (Produk Persepsi Modern)

Soal nomor 4 (empat) pada kelompok pertanyaan I (satu romawi) merupakan kontras dari nilai tradisi yaitu persepsi modernitas. Hasil perhitungan dari jawaban responden pada soal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

PERHITUNGAN JAWABAN PADA KELOMPOK PERTANYAAN I SOAL NOMOR 4 (TUJUAN : KONTRAS DARI NILAI TRADISI, PRODUK YANG DIPERSEPSIKAN MODERN)						
NOMOR SOAL	JAWABAN					
	A	B	C	D	E	F
4						
CV. Aksen Rattan	✓		✓		✓	✓
CV. Yumaju					✓	✓
CV. PHJS			✓		✓	✓
TOTAL	1	0	2	0	3	3

Tabel 4. Hasil perhitungan jawaban responden pada soal nomor 4 (empat). Produk yang dipersepsikan modern. (Sumber : Penulis)

Berdasarkan hasil jawaban soal nomor 4 (empat) diatas, responden berpersepsi bahwa nilai modern lebih banyak terdapat pada tipe produk E yaitu kursi jari, dan tipe produk F atau biasa disebut tipe Bistro.

TABEL IDENTIFIKASI ARTEFAK (KURSI JARI)

<p>KURSI JARI</p>	
<p>KOMPONEN ELEMEN ATUMICS</p>	<p>DESKRIPSI IDENTIFIKASI</p>
<p>Teknik</p>	<p>Silangan, siku, lilitan, ikatan, perkuatan menggunakan bahan kulit rotan.</p>
<p><i>Utility</i> (Fungsi)</p>	<p>Konfigurasi dasar sebuah kursi dengan penopang tangan.</p>
<p>Material</p>	<p><i>Full</i> rotan dengan rotan batang sebagai <i>frame</i> konstruksi utama, rotan batang dengan diameter lebih kecil sebagai struktur silangan dan siku, rotan <i>core</i> digunakan sebagai bahan pembentuk bentuk dudukan dan sandaran, serta bahan rotan tipe kulit sebagai bahan lilitan.</p>
<p>Ikon</p>	<p>Merujuk pada gaya desain furniture rotan dari Jepang dengan <i>brand</i> Yamakawa.</p>
<p><i>Concept</i> (Konsep)</p>	<p>Tiru</p>
<p><i>Shape</i> (Bentuk)</p>	<p>Merujuk pada gaya desain furniture rotan dari Jepang dengan <i>brand</i> Yamakawa.</p>
<p>KOMPONEN MOTIVASI ATUMICS</p>	<p>DESKRIPSI IDENTIFIKASI</p>
<p>Ekonomi</p>	<p>Kursi Jari merupakan tiruan dari kursi rotan</p>

	<p>khas brand Yamakawa, sebuah produsen furniture rotan <i>high end</i> asal Jepang. Bentuk keseluruhan dari produk ini sangat laku di pasaran, perbedaannya adalah Yamakawa biasa menggunakan anyam <i>full</i> atau jari rotan lurus berganda sebagai dudukan dan sandarannya, sedangkan pelaku industry furniture rotan lokal tidak membuatnya dengan anyaman, melainkan jari yang dilengkungkan sehingga menimbulkan efek dekoratif dari dudukan dan sandaran.</p>
Sosial	Tidak ditemukan
Budaya	Tidak merujuk atau berdasar pada budaya
Ekologi	Tidak ditemukan
<i>Survival</i>	Tidak ditemukan
Ekspresi Diri	Tidak ditemukan

Tabel 5. Hasil identifikasi elemen dan motivasi ATUMICS pada kursi Jari, kontras kursi rotan tradisi. (Sumber : Penulis)

TABEL IDENTIFIKASI ARTEFAK (KURSI BISTRO)

<p>KURSI BISTRO</p>	
<p>KOMPONEN ELEMEN ATUMICS</p>	<p>DESKRIPSI IDENTIFIKASI</p>
<p>Teknik</p>	<p>Silangan, siku, lilitan, ikatan, perkuatan menggunakan bahan kulit rotan.</p>
<p><i>Utility</i> (Fungsi)</p>	<p>Konfigurasi dasar sebuah kursi.</p>
<p>Material</p>	<p>Rangka rotan dengan rotan batang sebagai <i>frame</i> konstruksi utama, rotan batang dengan diameter lebih kecil sebagai struktur silangan dan siku, anyaman plastik digunakan sebagai bahan pembentuk bentuk dudukan dan sandaran, serta bahan rotan tipe kulit sebagai bahan lilitan.</p>
<p>Ikon</p>	<p>Merujuk pada gaya desain furniture rotan yang marak di restoran dan kafe di Eropa (Inggris dan kota Paris).</p>
<p><i>Concept</i> (Konsep)</p>	<p>Tiru dan substitusi bahan.</p>
<p><i>Shape</i> (Bentuk)</p>	<p>Merujuk pada gaya desain furniture rotan yang marak di restoran dan kafe di Eropa (Inggris</p>

	dan kota Paris).
KOMPONEN MOTIVASI ATUMICS	DESKRIPSI IDENTIFIKASI
Ekonomi	Kursi Bistro adalah jenis kursi yang meniru kursi restoran dan kafe dari kayu yang lazim terdapat di Paris, dan kota-kota di Eropa lainnya. Pelaku industry lokal yang menyasar pasar ekspor Eropa menawarkan kursi dengan tipe yang sama namun dengan bahan kayu yang digantikan oleh rotan. Karena dibuat dengan bahan yang lebih murah, kursi Bistro banyak diminati oleh pasar Eropa dan sekaligus menjadi komoditi yang 'seksi' bagi pelaku industry lokal.
Sosial	Gaya hidup masyarakat Eropa
Budaya	<i>European style</i>
Ekologi	Tidak ditemukan
<i>Survival</i>	Tidak ditemukan
Ekspresi Diri	Tidak ditemukan

Tabel 6. Identifikasi terhadap kursi Bistro. Kontras dari produk kursi rotan tradisi. (Sumber : Penulis)

Berdasarkan tabel identifikasi diatas, pola penentuan penggunaan elemen artefak dari produk furniture rotan cenderung sama. Titik tumpu pembuatan produk terpusat pada elemen teknik, material, serta fungsi, kemudian bermain dengan bentuk yang berasal dari objektif klien, meniru produk yang berhasil di pasaran, atau terinspirasi oleh referensi tren yang kesemua penentuan elemen ikon dan bentuk tersebut dibuat atas pertimbangan ekonomi.

Pertimbangan responden terhadap produk yang menurut mereka dekat dengan persepsi modern dilandasi oleh poin-poin sebagaimana disebutkan diatas. Secara tidak langsung, penilaian dan pengukuran responden terhadap modernitas berakar pada narasi-narasi ekonomi dan pasar, atau dengan kata lain tanpa memasuki gerbang ekonomi, motivasi lain (budaya, sosial, ekspresi diri, ekologi, dan *survival*) tidak dapat menjadi penanda modernitas. Ekonomi adalah penjangkar (*anchor*) dari segala tanda-tanda modernitas.

c. Penjabaran Pengerucutan Elemen dan Motivasi Artefak Tradisi dan Modern Berdasarkan Jawaban Kelompok Pertanyaan II sampai V

Sebagai langkah lanjutan dari analisis jawaban pada tahap kuesioner, penulis membuat identifikasi terhadap nilai-nilai kemodernan yang pada kuesioner dikerucutkan oleh soal nomor 4 (empat) dalam kelompok pertanyaan I (satu romawi), dan kelompok pertanyaan II hingga V. Secara eksplisit, bentuk pertanyaan yang terdapat pada kelompok pertanyaan tersebut langsung mengarah pada kriteria nilai-nilai modernitas pada suatu desain kursi rotan modern. Berdasarkan jawaban responden dari kuesioner pada kelompok pertanyaan II (dua romawi) sampai V (lima romawi), identifikasi elemen dan motivasi ATUMICS yakni antara lain seperti ditunjukkan tabel di bawah ini :

TABEL IDENTIFIKASI ELEMEN ARTEFAK		
ELEMEN ATUMICS	TRADISI	MODERN
Teknik	Komponen-komponen yang tidak bisa ditinggalkan pada produk kursi rotan (seringkali dianggap pakem), yaitu : Komponen siku, silangan, iketan, lilitan. (<i>Jawaban soal nomor 5 (lima) sampai 8 (delapan)</i>).	Komponen-komponen yang bersifat isian dari bidang sandaran dan dudukan. Biasanya hanya untuk tujuan dekorasi. (<i>Jawaban soal nomor 7 (tujuh)</i>) Menggantikan atau substitusi material pada komponen-komponen pakem. (<i>Jawaban soal nomor 7 (tujuh) dan 8 (delapan)</i>)
Utility	Berorientasi pada fungsi dasar dari sarana duduk dengan fitur-fitur fungsi lainnya yang	Berorientasi pada fungsi dasar dari sarana duduk dengan fitur-fitur fungsi

	didasari pertimbangan ekonomis. (<i>Jawaban soal nomor 1 dan 4 (empat)</i>)	lainnya yang didasari pertimbangan ekonomis. (<i>Jawaban soal nomor 1 dan 4 (empat)</i>)
Material	<i>Full rotan. (Jawaban soal nomor 5, 6, 7, 9, 10)</i>	Substitusi dan atau menambahkan dengan material lain. (<i>Jawaban soal nomor 4, 7, 11</i>)
Ikon	Merujuk pada referensi makna-makna historis personal dan presentasi keseharian. (<i>Jawaban soal nomor 2, 3, 4, 5, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17</i>)	Merujuk pada referensi yang muncul dari motivasi ekonomi maupun kultural dari luar atau tuntutan permintaan klien. (<i>Jawaban soal nomor 2, 3, 4, 5, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17</i>)
Concept	Terfokus pada efisiensi dan presentasi material rotan. (<i>Jawaban soal nomor 6, 8, 10, 15</i>)	Terfokus pada eksotisme presentasi pekerjaan kerajinan tangan dan presentasi material. (<i>Jawaban soal nomor 6, 8, 10, 15</i>)
Shape	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garis : Repetitif dengan penegasan pada garis-garis struktur yang dominan. Permainan atraktif dan dinamis pada garis luaran. 2. Bidang : Bidang-bidang besar dan melebar. 3. Bentuk : Bermain di pengembangan dari bentuk dasar dengan tujuan eksposur. 4. Dekorasi : Floral, dengan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garis : Sederhana dan dibuat akibat gestalt. Tidak memunculkan repetisi yang dominan. 2. Bidang : Mengikuti garis-garis konfigurasi dasar. 3. Bentuk : Konfiguratif, gestalt. 4. Dekorasi : Merupakan dampak dari gestalt dan fungsi. 5. Warna : Solid warna tanah,

	<p>permainan tekukan dan lengkungan.</p> <p>5. Warna : Warna netral dan berkarakter tanah atau hangat.</p> <p>6. Tekstur : Rotan.</p> <p><i>(Jawaban kelompok pertanyaan III dan IV)</i></p>	<p>dan warna natural yang ringan.</p> <p>6. Tekstur : Rotan dan dof solid.</p> <p><i>Jawaban kelompok pertanyaan III dan IV)</i></p>
--	--	--

Tabel 7. Identifikasi elemen ATUMICS dari jawaban kelompok pertanyaan II sampai V. (Sumber : Penulis)

TABEL IDENTIFIKASI MOTIVASI ARTEFAK		
MOTIVASI ATUMICS	TRADISI	MODERN
Ekonomi	Pembuatan produk didasari oleh kebutuhan pencapaian ekonomis. Dasar-dasar perwujudan produk diputuskan atas pertimbangan nilai-nilai yang menjadi tolak ukur keberhasilan bisnis seperti kepercayaan konsumen, pelayanan, dan <i>brand awareness</i> .	Pembuatan produk didasari oleh relevansi nilai tradisi produk rotan dengan posisi produk rotan terhadap komoditi lain di pasar. <i>Market positioning</i> dan <i>product positioning</i> menjadi dasar dari pembuatan dan penentuan perwujudan desain produk.
Sosial	Berada pada area personal dan tidak mempengaruhi keputusan dalam perancangan atau penciptaan produk.	Menjadi komponen aspek yang berfungsi dalam menentukan konsep, ikon, dan <i>shape</i> .
Budaya	Berada pada area personal dan	Menjadi komponen aspek

	tidak mempengaruhi keputusan dalam perancangan atau penciptaan produk.	yang berfungsi dalam menentukan konsep, ikon, dan <i>shape</i> .
Ekologi	Tidak menjadi landasan.	Menjadi nilai tambah dalam presentasi <i>value proposition</i> suatu produk.
Ekspresi Diri	Menjadi penentu kualitas produk.	Tidak menjadi faktor penting.
Survival	Melebur dengan motivasi sosial dan ekonomi sebagai stimulus kedua motivasi tersebut.	Tidak menjadi landasan.

Tabel 8. Tabel Identifikasi Motivasi jawaban kuesioner. (Sumber : Penulis)

Dari tabel diatas, dapat dilihat terdapat perbedaan dalam penentuan elemen-elemen pada produk hampir pada keseluruhan elemen meskipun dari sudut elemen material (M), perbedaan lebih terasa pada keleluasaan modernitas dalam melakukan penambahan atau bahkan substitusi material rotan dengan material lainnya. Secara teknik (T), modernitas masih menjaga keberadaan siku dan silangan namun lebih kepada presentasi ikonik sebuah produk rotan ketimbang sebagai pakem_ sebagaimana tradisi menyikapi siku dan silangan_. Dari aspek elemen ikon dan konsep, modernitas lebih fokus pada eksotisme material dan memandang aspek kerajinan tangan sebagai nilai tawar kepada konsumen, dimana tradisi lebih menjadikan inspirasi luar sebagai dasar konsep dan pemaknaannya.

Elemen *shape* menunjukkan adanya perbedaan pola metode dan persepsi estetika (persepsi terhadap keindahan), dimana tradisi begitu menekankan definisi estetikanya pada kerumitan dan kompleksitas, sedangkan modernitas lebih kepada efisiensi dan kejujuran visual yang berangkat dari *basic utility* (Ahadiat, 2005). Apabila dianalisis karakter perbedaannya, antara elemen-elemen tradisi dan modernitas dapat diilustrasikan sebagaimana terlihat pada tabel koparasi elemen berikut :

ELEMEN TRADISI	PERBANDINGAN	ELEMEN MODERNITAS
Teknik	Berbeda dari segi	Teknik

	keterikatannya	
Utility	Sama	Utility
Material	Bertolak Belakang dari sifat keterikatannya	Material
Ikon	Berbeda, dimana tradisi menggunakan ikon yang tujuannya referensi inspirasional, sedangkan modernitas bertujuan representasi.	Ikon
Concept	Berbeda, dimana tradisi menjadikan konsepnya bergantung pada permintaan pasar, sedangkan modernitas menjadikan nilai-nilai tradisi sebagai konsep dasarnya.	Concept
Shape	Bertolak belakang. Tradisi dengan kompleksitasnya, sedangkan modernitas lebih dipengaruhi oleh pertimbangan penggunaannya.	Shape

Tabel 9. Perbandingan Penentuan Elemen ATUMICS dari kedua kutub (Tradisi dan Modernitas). (Sumber: Penulis)

Pada level motivasi menunjukkan bahwa ekonomi sama-sama menjadi hal yang mendasari pembuatan produk bagi kedua kutub. Namun dalam menentukan nilai pembentuk produk, keduanya menempatkan *concern* motivasi yang berbeda. Secara sederhana hal tersebut seperti pada tabel yang ditampilkan di bawah ini :

MOTIVASI TRADISI	MOTIVASI MODERNITAS
Ekonomi	Ekonomi

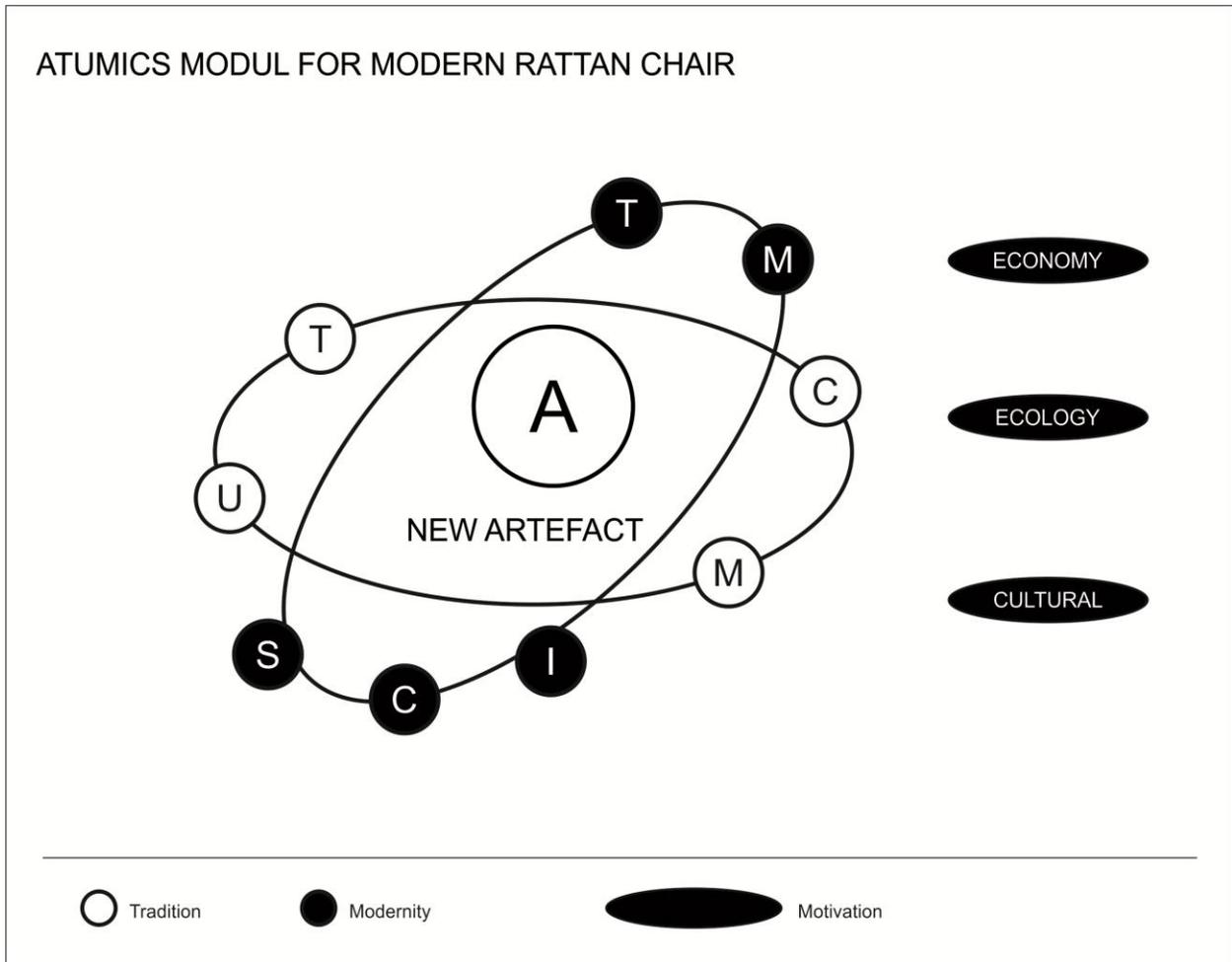
Sosial	Budaya
<i>Survival</i>	Ekologi
Ekspresi Diri	

Tabel 10. Perbandingan Motivasi Pada Nilai-Nilai Tradisi dan Modern. (Sumber : Penulis)

5.1.6 Kesimpulan Tahap Kuesioner

Dari tahap kuesioner, dapat ditarik beberapa poin kesimpulan yang sekaligus menjadi dasar dalam peneterjemahan ke dalam modul ATUMICS dari produk kursi Fabion yang dan peluang-peluang transformasinya dalam modernitas yaitu :

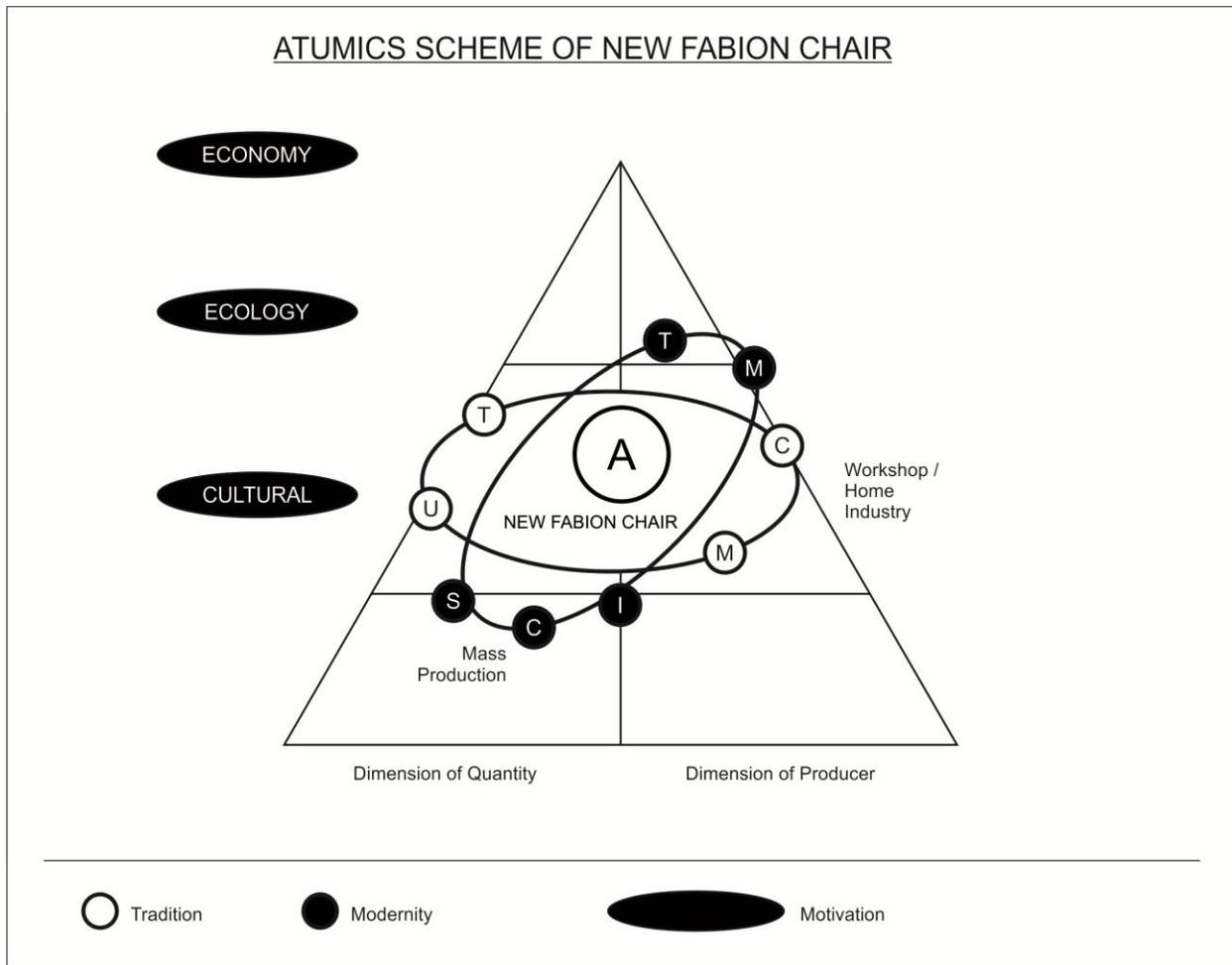
1. Perbedaan argumentasi dari elemen pada kutub tradisi dan modernitas bisa menjadi pertimbangan untuk memilih salah satu, ataupun menghadirkan keduanya pada komposisi ATUMICS baru bagi kursi Fabion.
2. Argumentasi elemen artefak pada modernitas yang bertolak belakang dengan argumentasi elemen tradisi dapat disikapi dengan memilih salah satu argumentasi elemen tersebut. Pada kasus ini, elemen yang saling bertolak belakang tersebut tidak dapat dihadirkan secara bersamaan.
3. Argumentasi elemen yang sama pada keduanya dapat dihadirkan sebagai elemen tradisi saja.
4. Motivasi ekonomi menjadi motivasi utama dalam dasar perancangan kursi Fabion yang baru.
5. Motivasi lainnya dalam koridor modernitas dan tradisi sebagaimana hasil analisis tahap kuesioner dapat ditindaklanjuti dalam diskusi.
6. Penjabaran nilai modern artefak dalam modul ATUMICS dapat diperlihatkan sebagai berikut :



Gambar 7. Modul ATUMICS untuk modernisasi produk kursi rotan. Sumber : Penulis.

5.2 Peluang Kerangka Rencana Respon (Formula ATUMICS) Terhadap Studi Kasus Produk Terpilih (Kursi Fabion)

Dengan telah diidentifikasikannya elemen dan motivasi baik dari sisi nilai-nilai tradisi maupun modernitas, maka pengimplementasian nilai modernitas terhadap nilai tradisi pada kursi Fabion dengan metode ATUMICS dapat dilakukan dan sebagaimana ditunjukkan pada modul ATUMICS dari kursi Fabion 'baru' berikut :



Gambar 8. Modul ATUMICS untuk kursi Fabion baru. Sumber : Penulis.

Modul ATUMICS diatas dapat dijelaskan sebagai berikut : Kursi Fabion yang baru akan menjadikan ekonomi, ekologi, dan budaya sebagai motivasi perancangannya, dimana sebelumnya dilandasi sepenuhnya oleh motivasi *survival* yang melebur dalam motivasi ekonomi. Adanya motivasi baru (ekologi dan budaya) dapat menjadi pemicu terhadap pertimbangan dan penentuan komposisi elemen produk.

Dari sisi elemen, terdapat 2 (dua) elemen tradisi yang dihilangkan yakni elemen ikon, dan *shape*. Sedangkan dari elemen modern, *utility* dilebur dengan elemen *utility* pada sisi elemen tradisi. Terdapatnya elemen-elemen yang ada di kedua belah kutub mengindikasikan bahwa batasan desain akan berada dalam koridor elemen-elemen tersebut. Bisa digabungkan, dihadirkan kedua-duanya, atau dipilih salah satunya. Namun dalam kasus produk furniture rotan sebagaimana disimpulkan pada kesimpulan tahap wawancara, bahwa elemen teknik, *utility*, dan material merupakan jangkar atau penanda tradisi dari kursi rotan. Sehingga apabila dihilangkan

atau digantikan akan menghilangkan nilai tradisi dari kursi rotan. Maka dari itu, untuk elemen teknik, *utility*, dan material, respon transformasi yang bisa dilakukan ialah bersifat penggabungan, atau menghadirkan kedua-duanya.