

# AKTIVITAS MASYARAKAT DAN KULINER JAJANAN PASAR KHAS SOLO SEBAGAI SUMBER IDE PENCIPTAAN DESAIN TEKSTIL

Oleh:

**Senja Ari Nur Dewanti<sup>1</sup>**

*Kriya Tekstil, Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Universitas Sebelas Maret Surakarta*

**Darwoto<sup>2</sup>**

*Kriya Tekstil, Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Universitas Sebelas Maret Surakarta*

[Senjaari22@gmail.com](mailto:Senjaari22@gmail.com)<sup>1</sup>; [dwtndnr@gmail.com](mailto:dwtndnr@gmail.com)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Latar belakang perancangan produk ini ialah menciptakan inovasi pada visual desain tekstil khususnya untuk desain permukaan dengan visual makanan tradisional khas Solo (Jajan pasar) yang tertuang dalam suasana dimana makanan itu berada dengan maksud menyampaikan pesan agar generasi milenial lebih mengenal dan mau melestarikan suatu hal yang tradisional, dan dapat dimulai dari hal yang paling awam yaitu mengenal makanan tradisional yang berasal dari kota Solo. Karya ini nantinya akan mengeksplorasi wujud dari makanan tradisional khususnya jajan pasar khas Solo dan suasana dimana makanan itu berada yang akan divisualkan kedalam desain pada permukaan tekstil. Karya ini hadir karena adanya permasalahan makanan tradisional yang kini mulai tergeser oleh makanan-makanan luar seperti *junk food*, *fast food*, dan *western food*. Selain itu juga gaya modernisasi para remaja yang bisa dibilang menjerumus kebarat-baratan yang juga mempengaruhi pola makan mereka dalam pergaulan sehari-hari. Demi untuk menunjang eksistensi dan menyamai gaya hidup teman-teman yang lain. Hasil perancangan ini dapat disimpulkan menjadi beberapa hal: (1) mengeksplorasi wujud visual desain digital dengan sumber ide dari "Makanan Jajan Pasar Khas Solo" dengan pengayaan ilustratif dengan visual makanan yang menyerupai wujud aslinya yang didalamnya tertuang sebuah cerita *selling* and *buying*, serta menempatkan objek makanan sendiri kedalam kehidupan sehari-hari manusia. (2) Desain ditujukan untuk media promosi makanan khas Solo kepada kaum remaja. (3) Desain diwujudkan dengan teknik digital printing yang nantinya diwujudkan kedalam pakaian unisex untuk usia 17-25 tahun (remaja akhir). Selain itu produk ini diharapkan bisa menyampaikan pesan dan dapat menjadi daya tarik khususnya untuk anak generasi milenial agar lebih melestarikan dan mencintai sesuatu yang tradisional, serta menjadi kampanye gaya baru dalam mempertahankan keeksistensian suatu hal yang tradisional dan merupakan salah satu budaya, yaitu dengan menjadikan produk ini sebagai souvenir yang nantinya akan diolah menjadi produk pakaian yang digemari anak milenial.

**Kata Kunci:** *Jajan Pasar Khas Solo, Desain Tekstil, Digital Printing, Media Promosi.*

## ABSTRACT

*The background of designing this product is to create innovation in visual textile design, especially for surface design with traditional Solo traditional food visuals (Jajan pasar) which is contained in the atmosphere where the food is located with the intention of conveying a message so that the millennial generation knows more and wants to preserve something traditional. , and it can be started from the most common thing, namely getting to know traditional food from Solo. This work will later explore the form of traditional food, especially Solo traditional snacks and the atmosphere where the food is located which will be visualized into designs on the textile surface. This work comes because of the problem of traditional food which is now being displaced by external foods such as junk food, fast food, and western food. Apart from that, the modernization style of the teenagers is arguably westernized which also affects*

their diet in their daily interactions. In order to support their existence and match the lifestyle of other friends. The results of this design can be concluded into a number of things: (1) exploring the visual form of digital design with the source of the idea of "Typical Solo Market Jajanan Pasar" with illustrative styling with food visuals that resemble its original form in which a selling and buying story is written, as well as placing objects food itself into people's daily lives. (2) The design is intended for media promotion of typical Solo food to adolescents. (3) The design is realized with digital printing techniques which will later be transformed into unisex clothing for ages 17-25 years (late teens). In addition, this product is expected to convey a message and can be a special attraction for millennial generation children to preserve and love something traditional, as well as a new style campaign in maintaining the existence of something that is traditional and is one of the cultures, namely by making this product. as a souvenir which will later be processed into clothing products favored by millennial children.

**Keywords:** Jajan Pasar Typical of Solo, Tekstile Design, Digital Printing, Promotion Media

**Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

Received: February 25<sup>th</sup>, 2021

Revised: March 17<sup>th</sup>, 2021

Accepted: March 30<sup>th</sup>, 2021

## A. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Solo dikenal sebagai kota dengan keunggulannya diberbagai aspek terutama pada budaya dan hal yang tradisional, seperti halnya Solo terkenal dengan berbagai jenis makanan tradisional khasnya yang beraneka ragam, karena itu sering disebut dengan kota kuliner, sehingga menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan. Kuliner biasanya menjadi ikon sebuah kota, apalagi jika mempunyai banyak macam makanan tradisional didaerahnya tersebut seperti halnya Solo. Banyak sekali makanan yang dapat di jelajahi di Solo, dengan berbagai macam bahan, rasa, dan bentuk. Berbagai jenis makanan yang khas tersedia di Solo, mulai dari makananan ringan, jajan pasar hingga makanan tradisional. Makanan tradisional adalah makanan (termasuk jajanan) dan minuman serta bahan-bahan campuran (*ingredient*) yang secara tradisional

telah digunakan dan berkembang di daerah atau masyarakat Indonesia (Anonim, 1996). Dalam jenis makanan tradisional ada makanan jajanan (makjan), yaitu makanan tradisional yang telah mengalami perkembangan. Karena rasa dan bentuknya yang sangat beragam, maka makjan tergolong makanan tradisional yang paling mudah kita temui di Solo. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan pada tahun 1988 terbukti bahwa makanan jajanan yang sifatnya informal ini ternyata memberi kontribusi yang tidak sedikit terhadap perekonomian. Tiga puluh persen kebutuhan makanan rumah tangga dipenuhi dari makanan jajan (Hubeis, 1995). Jajanan pasar merupakan jenis makanan yang berasal asli dari Solo, selain itu juga menjadi hal paling menarik dari jenis makanan yang lainnya karena sangat banyak macamnya dan mempunyai rasa yang masuk untuk semua lidah. Daya tarik makanan terhitung begitu berpengaruh

terhadap perkembangan wisata kuliner di Solo pusat-pusat kuliner yang sedang marak dihadirkan dikota Solo, salah satunya ialah Pasar Gede dan Galabo. Selama ini Galabo Solo menempati tepi Jalan Mayor Sunaryo. Setiap malam, ruas jalan itu ditutup bagi kendaraan karena digunakan untuk duduk para pengunjung yang menikmati santap malamnya. Saat ini lokasi Galabo Solo menempati halaman selatan Benteng Vastenburg.

“Kami juga menyeleksi pedagang yang menempati kawasan kuliner ini,” kata Wali Kota Surakarta FX Hadi Rudyatmo saat peresmian New Galabo dilansir dari Tempo.com

Wajah baru Galabo Solo yang lebih rapi. Selain perubahan wajah baru yang lebih rapi, jumlah pedagang yang berjualan di Galabo pun mengalami pengurangan. Setelah melalui kajian dan seleksi, kini hanya 28 pedagang yang dianggap layak untuk menempati kawasan wisata kuliner tersebut. Jumlah tersebut terpangkas hampir separuh dari total terdahulu yang mencapai 50 pedagang.

“Selain makanannya khas Solo, komitmen pedagang untuk menjaga kebersihan juga menjadi penilaian,” tutur FX Hadi Rudyatmo (Phinemo.com, 2020).

Selain itu maraknya makanan *fast food* dan *junk food* mempengaruhi keeksistensian makanan jajan pasar. Peran makanan instan yang sedang *booming* saat ini membuat anak

muda terutama kaum remaja untuk tak segan memilih makanan *junk food* ataupun *fast food* yang dinilai kekinian dan enak. Sudah menjadi hal yang wajar jika remaja masa kini lebih memilih *junk food* sebagai menu favorit harian mereka. Alasan remaja lebih memilih menu *junk food* selain karena mudah ditemukan dan cepat saji, *junk food* juga dianggap sebagai makanan ‘kekinian’ yang dianggap dapat meningkatkan gengsi mereka. Apalagi di era seperti sekarang, dengan selfi atau berswafoto bersama menu *western food* yang lagi viral remaja merasa bangga memamerkan makanannya di sosial media dan berharap mendapatkan like dan komentar yang banyak. Terlalu asik dengan mengutamakan keeksistensian dan gengsi pada akhirnya kaum remaja melupakan aspek dari segi kesehatannya. Gaya hidup membuat para kaum remaja ini berlomba untuk mencoba segala macam makanan *fast food* dan *junk food* yang baru bermunculan, sementara mereka melupakan makanan khas atau tradisional demi mendapatkan pamor keren. Hal itu juga didasari karna saat ini kurangnya media promosi untuk makanan tradisional jajan pasar yang ada di Solo sendiri, karena anak remaja jaman sekarang sangat perlu untuk diberi wawasan yang luas tentang hal-hal yang berhubungan dengan warisan budaya dengan tujuan agar tetap lestari. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:62 dalam Marceline Livia Hedynata 2015: 87-96), Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk

memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Karena faktor-faktor diatas memunculkan ide untuk membuat suatu media promosi jajan pasar khas Solo yang baru dan real bukan hanya melalui media digital, tetapi merupakan media promosi yang mempunyai wujud. Promosi ini nantinya akan dibuat sebuah desain digital yang mana mengusung tema makanan jajan pasar dan suasana dimana makanan jajan pasar tersebut berada. Perancangan motif tekstil yang dijadikan media promosi ini sebagai bentuk kampanye awal dalam pelestarian warisan budaya juga untuk memajukan makanan khas daerah terutama jajan pasar khas Solo. Tekstil dengan motif sumber ide makanan khas Solo akan menjadi warna baru didunia pertekstilan yang sekaligus ajang mempromosikan kuliner khas Solo dalam bentuk pakaian untuk anak remaja.

Motif tekstil dengan sumber ide aktivitas masyarakat dan makanan jajan pasar ini belum diekslore dengan baik, apalagi yang bertujuan untuk dijadikan sebagai media promosi. Selain harus tetap menjaga kelestarian makanan khas tradisional solo, kita sebagai generasi penerus yang harusnya berlomba-lomba untuk tetap melestarikannya yaitu seperti halnya mempromosikan atau melakukan kampanye tentang pelestarian keberadaan makanan tradisional ini.

Dengan pengadaan inovasi media promosi maka ini akan menjadi jalan yang unik dan berbeda dari yang telah ada. Karena memang inovasi menggunakan media tekstil dengan produk pakaian ini belum pernah ada sebelumnya, akan menjadi kesempatan besar untuk mempertahankan keeksistensian makanan tradisional di kancah perkulineran.

### Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka yang telah yang telah diuraikan diatas, maka terdapat dua permasalahan, yaitu:

- a. Bagaimana visualisasi perancangan motif tekstil dengan sumber ide makanan Khas Solo (*jajan pasar*) dan suasananya bisa sesuai dengan fungsinya?
- b. Bagaimana teknik digital printing yang diterapkan sehingga mampu menjadi media promosi baru bagi dunia tekstil?

### **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Untuk mendukung pembuatan motif tersebut, dalam kajian pustaka ini diperlukan beberapa teori serta studi pustaka sebagai acuan untuk mendukung dan menunjang proyek perancangan ini. Antara lain sebagai berikut:

- a. Makanan Jajan Pasar Khas Solo  
Kuliner di Kota Surakarta mengalami perkembangan yang cukup pesat, ini dapat dilihat mulai tahun 1997 pemerintah kota Surakarta mengangkat kuliner sebagai daya tarik wisata. Kota Barat menjadi salah satu destinasi wisata boga di Surakarta. Kota Barat

tumbuh jadi “Malioboro”-nya Solo. Solo tidaklah salah bila disebut sebagai kota malam. Kawasan Kota Barat telah tumbuh menjadi semacam obyek wisata boga menarik. Selain itu juga Galabo, merupakan destinasi wisata pangan baru yang di sediakan Solo. Menjadi salah satu tempat wisata yang diincar oleh para wisatawan saat malam tiba, dan yang paling Legend ialah Pasar Gede yang selalu menyuguhkan oleh-oleh makanan khas Solo dari pagi hingga malam hari. Selain itu makanan Jajan Pasar yang menjadi cirikhas dari kota Solo yang terbilang sangat beraneka ragam seperti lenjongan, es dawet, es gempol, serabi, dan masih banyak lainnya.

#### b. Surface Design

Menurut Bruce Acher (1956) Desain adalah bidang pengalaman, kecakapan, dan pengetahuan yang mencerminkan urusan manusia dengan apresiasi, dan adaptasi lingkungannya sesuai dengan kebutuhan jasmani dan rohaninya. Didalam desain tekstil yang sebelumnya sudah di jabarkan bahwasanya desain tekstil terdapat dua golongan, yaitu desain permukaan dan desain struktur. Menurut Nanang Rizali, (2017:34) Desain permukaan merupakan penciptaan desain dengan cara memberi hiasan berupa motif dan warna diatas permukaan kain setelah ditenun. Motif adalah bagian dari desain permukaan. Motif merupakan keutuhan dari subyek gambar yang menghiasi kain.

#### c. Macam-Macam Desain Tekstil

Banyaknya alat untuk mencetak tekstil membuat para desainer harus pintar-pintar menentukan teknik printing apa yang cocok ia gunakan untuk desainnya atau yang sesuai dengan target yang akan ia ciptakan. Seperti halnya jenis-jenis printing untuk mencetak tekstil,

##### 1) *Screen Printing*

Menurut Guntur Nusantara (2008 dalam Shinta, D: 2017) Screen printing yaitu salah satu teknik membuat gambar atau tulisan dengan mencetak dengan alat bukan mesin.

##### 2) *Resist Printing*

*Resist printing* menggunakan pasta resist secara khusus pada kain dalam bentuk *pattern* kemudian dilakukan proses mewarnai kain hingga pasta yang diterapkan akan menahan proses pencelupan dan muncul sebagai warna dasar.

##### 3) *Discharge Printing*

*Discharge printing* adalah jenis printing dengan teknik menghilangkan warna dari area tertentu pada kain yang sudah dicelup, teknik ini dengan menggunakan bahan-bahan kimia khusus.

##### 4) *Engraved Roller Printing*

Proses pencetakan kain ini dimana pewarna diterapkan dengan cara melewati kain ke media cetak desain yang diukir (*di-engraving*) pada rol mesin cetak. Kemudian kain hasil produksinya dijual secara gulungan/rol kain. Keuntungan dari teknik cetak ini adalah hasil cetaknya berkualitas tinggi yang dilakukan di

seluruh lot dengan cara yang sama.

5) *Spray Printing*

Teknik ini menggunakan penyemprot khusus untuk mentransfer pewarna ke kain. Contohnya, *spray gun* (air brush) yang digunakan untuk menempelkan warna pada kain melalui screen.

d. Digital Printing

*Digital printing* menjadi alat cetak tekstil yang saat ini sedang marak digunakan, pada umumnya alat digital printing ini dibagi menjadi tiga mesin, yaitu mesin Sublimasi dengan proses transfer paper, mesin Sublimasi langsung pada kain, dan mesin DTG untuk mencetak pada kain katun.

e. Media Promosi

Menurut Kotler, (dalam Hakim A, dkk 2016 hal:27) pemasaran merupakan proses mengidentifikasi dan menghubungkan manusia dan kebutuhan sosialnya. Pemasaran adalah aktifitas dan proses untuk membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar informasi yang mempunyai nilai untuk konsumen, klien, mitra dan masyarakat.

### C. METODE

Menurut pendapat Nanang Rizali tentang metode perancangan yang tertulis dalam buku Metode Perancangan Tekstil, metode memiliki 2 pengertian yang pertama adalah cara berfikir dan yang kedua ialah cara bekerja. Metode cara berpikir berarti suatu cara yang teratur tersusun, dan terpikir dengan baik untuk mencapai tujuan. Metode

ini masih berwujud sebagai konsep dalam.

Metode ini biasanya digunakan dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dll. Pengertian metode lainnya yaitu cara bekerja, yang berarti cara bekerja yang sistemik dan terstruktur untuk memudahkan dalam mencapai tujuan. Cara berfikir dan cara kerja tersebutlah yang nantinya akan menghasilkan perancangan. Perancangan ada karena adanya permasalahan dilingkungan sekitar dan untuk pemecahan masalahnya ialah dengan memberikan alternatif solusi yang didasarkan pada aspek-aspek desain.

Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini ada beberapa yaitu :

a. Observasi

Dalam pengumpulan data mengenai makanan jajan pasar khas Solo ini dilakukan dengan observasi. Seperti pada perancangan ini, observasi dilakukan dengan menggali informasi mengenai makanan jajan pasar apa saja yang bisa diolah menjadi motif pada tekstil yang sesuai dengan konsep dan tema perancangan. Seberapa diminatinya makanan jajan pasar khas Solo ini bagi para wisatawan dan masyarakat. Observasi untuk visual ini dilakukan di beberapa tempat yaitu pusat jajanan Solo seperti pasar gede. Tekstil dengan Motif Makanan. Selain observasi pada bentuk-bentuk makanan jajan pasar, pengumpulan data selanjutnya dilakukan dipusat perbelanjaan tekstil yang ada di Solo dilakukan untuk mengetahui adakah tekstil atau produk tekstil yang bermotifkan

makanan dan khususnya makanan jajan pasar khas Solo, jika ada nantinya hal itu bisa dijadikan sebagai referensi untuk pembuatan motif pada proyek ini. Observasi dilakukan dengan cara mendatangi toko tekstil yang berkaitan dengan perancangan ini.

#### b. Studi Visual

Pengumpulan data untuk mengetahui visualisasi digital dari makanan ialah dengan melakukan Studi visual, hal ini dilakukan untuk mengetahui pengayaan visual apa saja yang sudah ada untuk makanan khas Solo ini. Seperti gambaran visual bagaimana yang cocok untuk menggayakan objek yang berupa makanan tradisional khas Solo ini. Dari studi visual ini diharapkan perancang dapat menemukan visual yang tepat untuk dikembangkan menjadi motif yang cocok dengan komponen pendukung yang sudah direncanakan. Studi visual yang dilakukan berupa pencarian gambar-gambar makanan tradisional yang diolah menjadi objek dengan gambaran digital, baik gambaran itu hanya sekedar sebuah gambar digital ataupun motif pada baju.

#### c. Komparasi Produk

Studi komparasi produk yaitu dilakukan dengan membandingkan produk serupa yang mempunyai pembaruan dan ciri khas yang berbeda pada setiap perancangannya. Selain itu juga mencari karya terdahulu melalui berita yaitu mengenai perancangan desainer ataupun sebuah kolaborasi untuk suatu proyek. Peninjauan pasar kali ini dilakukan

melalui media online yaitu dengan melakukan komparasi produk serupa maupun dari media berita yang terdahulu. Ini dilakukan dengan membandingkan karya desainer Hanny Hananto dan Kolaborasi Indomie X Goods Dept.



Gambar 1. Baju Rancangan Hanny Hananto pada Acara ISEF

Sumber: Cantik.tempo.co,( 2019)



Gambar 2. Kemeja Hasil Kolaborasi Indomie X Good Dept

Sumber:

<https://www.google.com/amps/s/www.viva.co.id/amp/gaya-hidup/gaya/1104707-unik-the-goods-dept-hadirkan-fesyen-bertema-indomie> (2019)

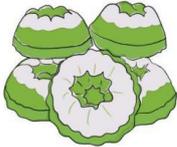
## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Selain penelitan yang sudah dilakukan dari berbagai aspek, maka juga dilakukan uji visual dan uji teknik, berikut hasilnya:

a. Hasil Uji Coba Visual

Tabel 1. Hasil Uji coba Visual

No.	Objek	Hasil Visualisasi
1		
2		
3		

Sumber: (Ari, 2020: 19)

b. Hasil Uji Coba Teknik

Tabel 2. Hasil Uji coba Teknik

No.	Desain	Hasil uji Teknik
1		
2		

Sumber: (Ari, 2020: 20)

c. Hasil Perancangan

Desain 1



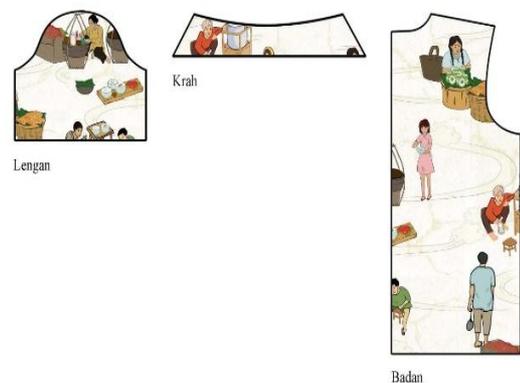
Gambar 3. Visual Desain 1

Alternatif Warna Desain 1



Gambar 4. Alternatif Desain 1

Flat desain 1



Gambar 5. Flat Desain 1

Hasil Realisasi Produk 1



Gambar 6. Realisasi Produk Desain 1

Desain 2



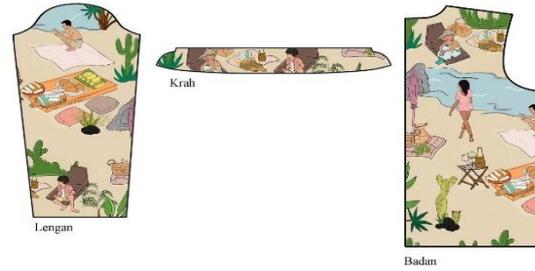
Gambar 7. Desain 2

Alternatif Warna Desain 2



Gambar 8. Alternatif Desain 2

Flat desain 2



Gambar 9. Flat Desain 2

Hasil Realisasi Produk 2



Gambar 10. Realisasi Produk Desain 2

Desain 3



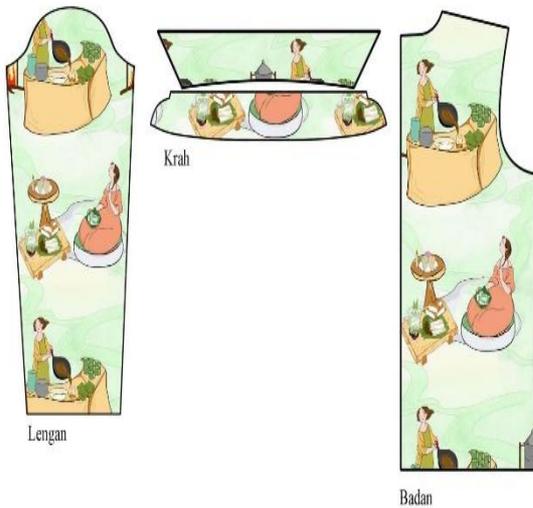
Gambar 11. Desain 3

Alternatif Warna Desain 3



Gambar 12. Alternatif Desain 3

Flat desain 3



Gambar 13. Flat Desain 3

Hasil Realisasi Produk 3



Gambar 14. Realisasi Produk Desain 3

Desain 4



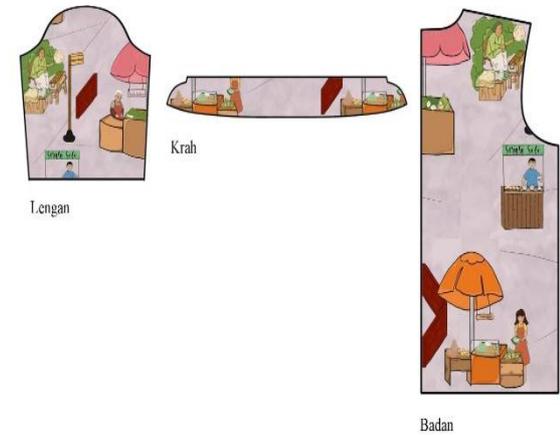
Gambar 15. Desain 4

Alternatif Warna Desain 4



Gambar 16. Alternatif Desain 4

Flat Desain 4



Gambar 17. Flat Desain 4

## Hasil Realisasi Produk 4



Gambar 18. Realisasi Produk Desain 4

Pembahasan

Pengumpulan data lainnya berupa wawancara, studi pustaka yang terkait dengan objek, yaitu melakukan observasi terkait makanan khas Solo mengenai makanan khas, serta survey masyarakat Solo, tentang makanan apa yang banyak mereka minati dan mereka kenal dan peminatan terhadap visual pakaian yang cenderung menarik perhatian kaum remaja. Selain itu, langkah lain yang diambil untuk mengatasi permasalahan tersebut ialah dengan memutuskan jenis makanan khas Solo apa yang akan dijadikan objek kemudian mempraktikkan pembuatan sketsa-sketsa makanan yang akan dijadikan objek serta pengayaan-pengayaan yang akan digunakan. Setelah itu akan dibuat pengujian motif dengan pembuatan secara digital, agar objek-objek yang dipilih dapat dilihat secara keseluruhan mulai dari bentuk detail, warna

hingga ukuran, juga menentukan objek pendukung mengingat konsep yang digunakan ialah *selling and buying*. Pemilihan menggunakan teknik apa yang untuk perancangan ini juga dipikirkan matang-matang agar sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Seperti menggunakan teknik *printing* untuk membuat kesan nyata/*real* pada visualnya karena target pada perancangan ini ialah sekaligus sebagai media promosi kuliner jajan pasar khas Solo. Selain itu juga melakukan komparasi dari produk serupa yang sudah ada sebelumnya.

Dalam gagasan ini akan lebih memberi kesan yang lebih berkarakter dengan pengolahan desain yang banyak dimainkan, dan menggunakan cukup banyak objek. Ini nantinya akan mengolah desain dengan objek makanan jajan khas Solo yang dibuat dengan mengejar visual realis tetapi tetap mengedepankan nilai estetis. Visual desain akan dibuat lebih inovatif dengan warna yang lebih menarik seperti warna-warna pastel yang digemari anak milenial jaman sekarang, selain itu juga objek di ilustrasikan semirip mungkin agar kesan realis tersampaikan tetapi nilai estetis juga didapatkan, karena mengingat tujuan perancangan ini juga sebagai media promosi. Karena pembuatan desain tekstil dengan objek motif makanan khas Solo belum ada, untuk itu akan dibuat perancangan tekstil dengan sumber ide makanan jajan pasar khas Solo yang akan diinovasikan dengan adanya objek tambahan

seperti pedagang dan pembeli ataupun situasi kondisi dimana makanan itu berada.

Untuk desain sendiri akan dibuat ilustratif dengan bentuk dan warna yang menyerupai wujud asli pada makanan Solo sendiri. Produk ini nantinya akan diarahkan pada produk dengan jumlah yang terbatas dengan beberapa pertimbangan. Pertama, perancangan ini bersifat inovatif, dan belum pernah ada dipasaran. Dimana desain dibuat dengan memperlihatkan kebaruan didunia tekstil yang memiliki keunikan dan visual yang estetik. Yang kedua ialah teknik produksi menggunakan digital printing yang dinilai eksklusif karena harganya yang cukup tinggi dengan pertimbangan hasil motif yang jelas. Dilihat dari hal tersebut maka akan sulit jika diproduksi secara massal. Ketiga, pertimbangan bahan, bahan yang dipilih ialah kain jenis polyester yang bagus, lembut dan tidak begitu gerah ketika digunakan dan menimbulkan efek yang unik ketika teknik printing dengan visual makanan khas Solo direalisasikan di atasnya.

Perancangan ini ditujukan untuk remaja usia 17-25 tahun sebagai produk *ready to wear* dengan model anak muda yang bisa dikenakan laki-laki maupun perempuan dan tetap mengedepankan keselarasan antara desain motif dengan perwujudan produknya. Desain ini akan menampilkan warna-warna yang pastel dan kekinian serta kesan realis agar pesan atau motif yang disampaikan pada produk tersebut tersampaikan jelas dan tepat

untuk target pasarnya juga.

Pada proses pembuatan visual desain, sudah ditemukan ide visual yakni dengan membuat visual terlihat realis tetapi tetap mengedepankan pewarnaan pastel atau warna-warna netral yang bisa dikenakan untuk laki-laki dan perempuan. Selain itu dengan mengolah motif melalui motif utama dan pendukung sebagai pembeda dan terlihat karakternya. Inovasi yang diberikan pada pengkaryaan ini ialah objek makanan tidak hanya sekedar objek yang digambar kemudian di realisasikan di atas kain, melainkan dalam setiap desainnya memiliki cerita yang berbeda-beda tetapi tetap mengusung konsep *selling and buying*. Dengan penambahan motif pendukung pada setiap visual desainnya, perancang menginginkan visual yang berbeda dan unik karena cerita yang terkandung didalamnya, hal itu juga dilakukan untuk menghindari kemonotonan. Penciptaan visual juga dilakukan dengan tetap menggunakan unsur-unsur seni rupa. Penggambaran ini dirancang untuk membuat suatu kebaruan dalam bidang tekstil dan juga media promosi kuliner khas Solo. Nantinya produk ini akan dikemas dengan apik sehingga ketertarikan masyarakat terhadap produk ini akan lebih besar lagi.

## **E. KESIMPULAN**

### Kesimpulan

Perancangan desain motif makanan khas Solo yang menggunakan visual realis ini berfokus pada bagaimana pembuatan desain

untuk tekstil dengan sumber ide makanan jajan pasar khas Solo. Diawali dengan proses mengobservasi bentuk-bentuk dan detail dari makanan khas solo, kemudian melakukan studi pustaka tentang hal yang berkaitan dengan perancangan ini, melakukan komparasi pada produk yang sudah ada hingga melakukan uji coba dan tes produk maka dari hasil pengembangan desainnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pemilihan sumber ide makanan dilihat dari saat ini sedang maraknya dunia perkulineran, kuliner yang sedang marakpun beraneka ragam, karena itu timbul masalah akan tersaingnya atau tergesernya makan khas daerah. Karena itu muncul ide untuk membangkitkan dan menjaga keeksistensian makanan khas daerah Solo dengan menjadikan objek makanan sebagai visual dari sebuah produk tekstil.

Pemvisualan dengan target remaja akhir dengan usia 17-25 tahun ini ialah dengan membuat visual desain yang realis tetapi tetap mengusung karakter anak muda. Dengan memberi cerita pada setiap desainnya (*selling and buying*) yang *antimainstream* dan belum pernah ada sebelumnya, juga pemilihan warna pastel yang sesuai dengan selera anak muda masa kini. Hasil dari desain yang di wujudkan kedalam kain dengan teknik printing menggunakan mesin sublimasi direalisasikan kedalam pakaian kasual seperti kemeja dan jaket kasual yang bisa digunakan untuk laki-

laki dan perempuan (*unisex*). Produk ini diyakini dapat menjadi media alternatif untuk promosi makanan khas Solo, karena target utamanya ialah usia remaja yang produktifitasnya baik dan koneksinya masih sangat luas. Dengan produk yang unik membuat daya tarik dan keingintahuan bertambah karena itu para remaja bisa mempengaruhi temannya untuk tetap melestarikan dan mengkonsumsi makanan jajan pasar khas Solo, melalui produk ini.

#### Saran

Dengan telah terselesaikannya pengkaryaan ini, penulis mengharapkan semoga upaya yang telah dilakukan ini menjadikan produk sebagai media promosi untuk makanan jajan pasar khas Solo tersampainya pesan dan upaya yang telah dibuat matang-matang oleh penulis. Selain itu agar tujuan dari proyek ini tetap terlaksana adanya upaya-upaya untuk tetap memproduksi hasil dari karya ini, dan jika proyek ini bisa dan memungkinkan untuk dilanjutkan, penambahan inovasi untuk kedepannya juga tetap dipertimbangkan.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

- Amaliah N, dkk. (2015). Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Vol.4*, No.1.
- Basri, H. (1995). *Remaja Berkualitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Candra, R. (2010). "*Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Pusat Kuliner Khas Solo Di Solo*". [Tugas Akhir]. Yogyakarta: Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Dara, M. (2018). Pengolahan Motif Pada Buya Bomba Dengan Teknik Digital Printing. *Jurnal ATRAT*, 6(01), 13-24.
- Fadilah, N. R., & Endang, A. (2018). Perbedaan Hasil Jadi Motif Dengan Teknik Direct To Garment Print Pada T- Shirt Cotton Combed Dan Cotton Carded. *Jurnal Tata Busana*, 07(02), 71-75.
- Hendariningrum, R. & Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25-3.
- Mubarat, H & Iswandi. H. (2018). Pelatihan Sablon Dalam Upaya Meningkatkan Keterampilan Siswa/I Jurusan Multimedia Smk Muhammadiyah 2 Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2), 74-83.  
DOI:<http://dx.doi.org/10.36982/jam.v2i2.527>
- Mulyadi, dkk. (2018). Pkm Peningkatan Produktivitas Bisnis Sablon Di Jawa Timur. *Jurnal Dedikasi*, 15, 15-19.
- Muqorobin, dkk. (2014). “Perancangan Media Promosi dan Informasi Berbasis Multimedia Interaktif Pada CV Karunia Semarang”. [Skripsi]. Semarang: Program Studi Komputer Grafis STEKOM Semarang.
- Panjaitan, N, dkk. (2017). Reduksi Produk Cacat Pada Kegiatan Pencetakan. *Jurnal Ilmiah Widya Teknik*, 16(2), 85-90.  
DOI:<https://doi.org/10.33508/wt.v16i2.1661>
- Rizali, N. (2012). *Metode Perancangan Tekstil*. Surakarta: UNS Press.
- Rizali, N 2017. *Tinjauan Desain Tekstil*. Surakarta: UNS Press
- Sintia, D. (2017). Eksplorasi Teknik Sablon Pada Produk Ready To Wear Dengan Inspirasi Lukisan Jackson Pollock. *e-Proceeding of Art & Design*, 4(3), 888-904.
- Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *The Messenger*, 3 (1), 36-47.  
DOI:<http://dx.doi.org/10.26623/themesse>