

DESAIN ALAS KAKI CASUAL UNTUK ANAK PEREMPUAN USIA 8-12 TAHUN DENGAN EKSPLORASI DAN APLIKASI MOTIF BATIK ANAK

Nama Mahasiswa : Sakina Mutiara Rahmawati
NRP : 3409100065
Jurusan : Desain Produk Industri – FTSP, ITS
Dosen Pembimbing : Primaditya, S.Sn., M.Ds.

ABSTRAKSI

Secara alamiah, pada rentang usia 8-12 tahun (*tween*) anak mengalami kecenderungan berpikir dan bertingkah laku meniru orang dewasa. Perlunya diberi perhatian khusus oleh orang tua agar anak tetap bersikap selayaknya seperti anak-anak. Salah satunya ialah dalam hal berpenampilan, khususnya pemakaian alas kaki. Di Indonesia, anak perempuan usia *tween* cenderung sulit menemukan sepatu yang sesuai dikarenakan ukuran kaki yang masuk ke kategori sepatu dewasa sehingga desainnya pun mengikuti gaya dewasa dan kurangnya unsur anak-anak. Oleh karena itu, dibutuhkan desain alas kaki khusus rentang usia ini dengan mengikuti kebutuhan, tren, dan minat mereka, serta menampilkan karakter nusantara sebagai unsur edukasi dan penanaman rasa bangga terhadap produk Indonesia. Peluang ini juga didukung oleh perkembangan sektor fesyen di Indonesia yang semakin meningkat dan banyaknya pengrajin yang terlatih.

Adapun data diperoleh melalui wawancara, kuesioner, studi literatur, dan studi lapangan. Hasil data tersebut akan dijadikan acuan dasar dalam merancang produk ini dan menghasilkan solusi untuk produk akhir.

Output yang diperoleh berupa prototip serial sepatu dengan desain khusus untuk anak perempuan usia 8-12 tahun dengan eksplorasi dan aplikasi motif batik anak sebagai unsur edukasi dan estetika.

Kata kunci: sepatu, anak perempuan, *tween*, motif batik

CASUAL FOOTWEAR DESIGN FOR GIRLS AGES 8-12 YEARS WITH EXPLORATION AND APPLICATION OF CHILDREN BATIK PATTERN

Name : Sakina Mutiara Rahmawati
NRP : 3409100065
Department : Industrial Product Design - FTSP, ITS
Counselor Lecture : Primaditya, S.Sn., M.Ds.

ABSTRACT

Naturally, girls at ages 8-12 years (tween) are having tendency for thinking and acting like the adult. They need certain attentions from the parents in order to behave appropriately. One of them is their look matter especially wearing footwear. In Indonesia, many tween girls are having difficulty on finding the right shoes because of their feet size that same as adult, so the design based on adult's style and lack of children elements. Therefore, it needed specific shoe design for tween girl based on their needs, trends, interests, and showing Indonesian character as education element and have pride with Indonesian products. This opportunity is supported by growth of fashion sector in Indonesia which more increase and lot of skilled craftsmen.

Data obtained by interviewing, questionnaire, literature, and field study. The data results will be used as basic reference in designing and obtaining solution for final product.

The output obtained on the form of shoes prototype series with specific design for girl ages 8-12 years with exploration and application of children batik patterns as education and aesthetical elements.

Keywords: shoes, girls, tween, batik pattern

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Rata-rata kontribusi subsektor kreatif (...)	3
Grafik 1.2. Faktor kendala yang dihadapi UKM alas kaki di Indonesia	5
Grafik 1.3. Kecenderungan anak dalam mengenal (...)	7
Grafik 1.4. Pendapat karakter Indonesia (...)	8
Grafik 3.1. Dasar memilih sepatu anak	54
Grafik 3.2. Referensi memilih sepatu anak	54
Grafik 3.3. Jumlah sepatu layak pakai	54
Grafik 3.4. Frekuensi membeli sepatu	54
Grafik 3.5. Ukuran sepatu anak	55
Grafik 3.6. Jenis warna yang disukai	55
Grafik 3.7. Jenis sepatu yang disukai	55
Grafik 3.8. Pendapat penerapan karakter	55
Grafik 3.9. Karakter yang mewakili khas Indonesia	55
Grafik 4.1. Ukuran sepatu responden	78

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Sepatu

2.1.1. Jenis-jenis Sepatu Anak Perempuan

Jenis sepatu anak perempuan tidak jauh berbeda dari jenis sepatu untuk wanita dewasa. Salah satu yang membedakan ialah ketinggian *heel* yang disesuaikan dengan ergonomi kaki anak. Jenis sepatu pada dasarnya terbagi menjadi dua kategori, yaitu jenis *upper* dan jenis *sole*.

Untuk kategori *upper*, jenisnya antara lain:

a. *Ballet Pump*

Sesuai dengan namanya, sepatu ini memiliki bentuk seperti sepatu balet. Sepatu jenis ini banyak digemari oleh kalangan perempuan karena simpel dan nyaman.



Gambar 2.1. Jenis *Ballet Pump*.

b. *Sling-back*

Jenis ini dicirikan dengan adanya tali yang melilit di pergelangan kaki bagian belakang.



Gambar 2.2. Jenis *Sling-back*.

c. *Boots*

Boots ialah sepatu yang tertutup secara keseluruhan. Tinggi *boots* ada yang hanya sampai pergelangan kaki, sampai setengah betis, dan ada yang sampai selutut.



Gambar 2.3. Jenis *Boots*.

d. *Mary Jane*

Sepatu ini memiliki tali di bawah pergelangan kaki, dan ujung depan sepatu bulat atau sedikit kotak. Sepatu ini memberi kesan feminim pada pemakainya.



Gambar 2.4. Jenis *Mary Jane*.

e. *Ankle Strap*

Jenis sepatu ini memiliki satu atau dua tali pada pergelangan kaki yang dapat dikencangkan. Selain berfungsi untuk mengencangkan sepatu, tali ini juga berfungsi sebagai pemanis pergelangan kaki.



Gambar 2.5. Jenis *Ankle Strap*.

f. *Slip-on*

Slip-on mempunyai arti cara pemakaiannya langsung masuk (*slip*). Sepatu ini biasanya dipadukan dengan model *moccassin* (kerutan pada bagian depan sepatu) atau *loafer*.



Gambar 2.6. Jenis *Slip-on*.

g. *Oxford*

Oxford ialah sepatu kulit yang mempunyai aksesoris tali dan mempunyai bentuk khas pada bagian *vamp*. Dulunya, sepatu ini dipakai oleh laki-laki dan hanya untuk acara formal. Seiring perkembangan desain, sepatu ini menjadi *unisex* dan dapat digunakan pada acara formal maupun santai.



Gambar 2.7. Jenis *Oxford*.

h. *Clog*

Clog disebut juga kelom, merupakan sepatu yang mempunyai ciri khas bersol kayu, *backless upper*, dan penyambungan *upper* dan sol secara langsung dengan *stud* atau paku keling.



Gambar 2.8. Jenis *Clog*.

i. Sandal

Sandal memiliki *upper* yang terbuka dan dapat digunakan pada acara formal maupun santai, tergantung desain dan jenis haknya. Beberapa jenis sandal ialah *gladiator*, *flip flop* (jepit), selop, dan sebagainya.



Gambar 2.9. Jenis Sandal.

Untuk kategori sol, jenisnya antara lain:

a. *Wedges*

Wedge heel merupakan jenis sepatu dengan hak yang mempunyai ukuran yang sama dari depan sampai belakang dan menyatu dengan sol sepatu. Selain itu, hak sepatu ini tidak mudah patah dan seimbang.



Gambar 2.10. Jenis *Wedges*.

b. *Platform*

Sepatu *platform* adalah sepatu dengan sol tebal di bagian depan sepatu. Penggunaan sol yang tebal pada sepatu ini mempermudah pemakainya sehingga tidak mudah capai, namun tetap menarik dan dapat tampil lebih tinggi.



Gambar 2.11. Jenis *Platform*.

c. *Kitten*

Kitten heel ialah sepatu berhak rendah, cocok digunakan pada acara formal dan pesta.



Gambar 2.12. Jenis *Kitten*.

d. *Stiletto*

Stiletto mempunyai ciri hak yang tinggi dan runcing. Sepatu ini banyak digunakan para wanita dewasa karena membuat tubuh pemakai lebih tinggi dan jenjang walaupun sepatu ini sangat tidak nyaman dan berbahaya jika dipakai dalam waktu yang lama.



Gambar 2.13. Jenis *Stiletto*.

e. *Flat*

Flat heel mempunyai sol yang datar dan banyak digunakan karena nyaman dan aman dalam keseimbangan. Sepatu ini cocok digunakan mulai dari anak-anak, remaja, hingga wanita dewasa.



Gambar 2.14. Jenis *Flat*.

f. *Chunky*

Chunky mempunyai ciri khas hak yang tinggi dan tebal, sehingga hak ini tidak mudah patah.



Gambar 2.15. Jenis *Chunky*.

2.1.2. Bagian Sepatu



Gambar 2.16. Bagian-bagian sepatu.
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Sole: Seluruh bagian bawah sepatu dari depan ke belakang.

Upper: Seluruh bagian atas/penutup sepatu.

Counter: Bagian yang agak keras dari *heel* yang terdapat di antara lapisan atas dan *heel*, yang membantu menjaga bentuk sepatu.

Insole: Sebuah lapisan bahan di antara sol dan telapak kaki. *Insole* ini menambah kenyamanan pemakai dan memisahkan kaki dengan *heel seat*.

Outsole: Bagian terbawah dari sepatu yang bersentuhan dengan tanah. Material *outsole* ini beragam, antara lain karet, plastik, kulit dan kayu. Karakteristik *outsole* yang baik yaitu mencakup cengkraman (*grip*), daya tahan, dan tahan air.

Linings: Mayoritas sepatu memiliki *lining* pada sisi dalam sepatu dan dipasang disekitar *vamp* dan *quarter*. *Lining* ini berfungsi untuk meningkatkan kenyamanan pemakai dan membantu menambah keawetan sepatu.

Quarter: Bagian tumit sepatu sebelah dalam yang menutupi tumit kaki bagian belakang.

Eyelet: Bagian yang terdapat lubang untuk memasukkan tali sepatu.

Toe cap: Ujung sepatu bagian atas. Ada banyak ragam dari *toe caps* yang berfungsi sebagai bagian dekorasi dan pelindung jari ini.

Vamp: Penutup bagian atas sepatu dari depan sampai ke *quarter*.

Tongue: Lidah sepatu. Biasanya, pada sepatu yang bertali berfungsi sebagai pemisah antara tali dengan punggung kaki.

2.1.3. Proses Pembuatan Sepatu

Proses pembuatan sepatu terdiri dari beberapa tahap, yaitu *pattern making*, *sewing*, *moulding*, *assembling*, dan *finishing*. Proses pembuatan ini disesuaikan dengan standar kemampuan produksi UKM. Berikut adalah penjelasan tahap pembuatan sepatu:

1. *Pattern Making*

Pattern making atau pembuatan pola, merupakan awal dari pembuatan sepatu dan penting karena lebih menentukan kenyamanan dan kesesuaian sepatu. Dalam tahap ini, tidak sembarang orang dapat menguasai, hanya orang yang terlatih dan berpengalaman dalam menghasilkan pola yang baik dan sesuai karena setiap jenis sepatu mempunyai rumus dan ukuran masing-masing. *Pattern making* juga berpengaruh terhadap *costing material*, maka dari itu dibutuhkan ketelitian dan keakuratan dalam pembuatan pola ini.

Peralatan yang dibutuhkan dalam *pattern making* ialah *cutting map*, *shoelast*, *paper tape*, gunting, *cutter*, meteran, penggaris, pensil, palu, dan tusukan.





Gambar 2.17. Proses pembuatan pola.

(Sumber: Dokumen pribadi)

2. Sewing

Proses *sewing* atau penjahitan, ialah penggabungan pola menjadi *upper* dengan cara dijahit. Pola tersebut berasal dari material yang sudah dipotong sesuai dengan pola kertas. Proses ini berawal dari penjahitan bagian luar *upper*, kemudian bagian dalam (*lining*).

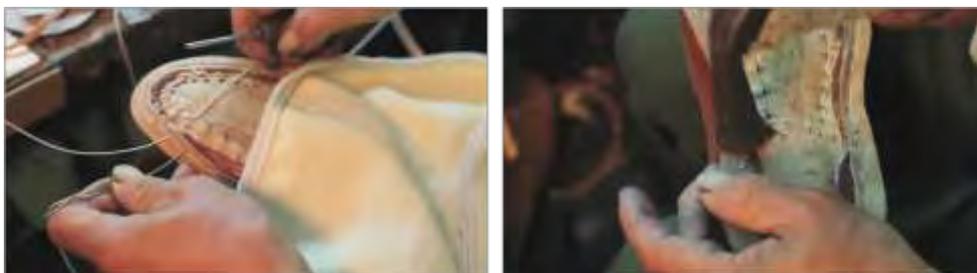


Gambar 2.18. Proses penjahitan *upper*.

(Sumber: Dokumen pribadi)

3. Moulding

Proses *moulding* merupakan tahap penggabungan *upper* dengan *shoelast* agar membentuk bentuk kaki. Penggabungan ini terdiri dari pemasangan *upper* dengan *shoelast*, lalu melekatkan *texon* (pengeras) pada bagian bawah dengan menggunakan lem, jahit, atau paku.



Gambar 2.19. Proses *moulding*.

(Sumber: Dokumen pribadi)

4. *Assembling*

Proses *assembling* ialah pemasangan *upper* dengan sol dengan cara dilem. Pengeleman ini disertai pemanasan dengan oven atau lilin agar memaksimalkan perekatan dua bagian tersebut.



Gambar 2.20. Proses *assembling*.

(Sumber: Dokumen pribadi)

2.2. Studi Acuan Produk Eksisting

2.2.1. Eksisting Sepatu

Tujuan studi acuan ini ialah untuk mengetahui bagaimana menciptakan sebuah alas kaki yang unik dan bisa laku di pasaran. Hal ini berkaitan pula dengan tren dan selera masyarakat akan sepatu yang berkarakter Indonesia.

1. D'Arcadia Treasure

D'Arcadia Treasure adalah *brand* dari Indonesia, dimana *workshop* mereka terletak di Bogor, yang memproduksi produk fesyen seperti sepatu, sandal, dan aksesoris. Semua produknya merupakan *handmade* atau buatan tangan, yang memiliki detail dan sentuhan khas Indonesia seperti batik. Untuk produk sepatu, mereka menyediakan *wedges*, *heels*, *flat shoes*, dan sandal. Mereka secara khusus menggunakan kayu mahogani dan sampang untuk sol kayunya dan menggunakan kulit sapi untuk bagian *upper*, dipadu dengan kain batik tulis. Selain batik, produk sepatu dan sandal ini juga menggunakan kain khas Indonesia seperti kain tenun Bali, dan lain-lain.

Produk sepatu yang ditawarkan fokus pada sepatu perempuan, baik untuk wanita dewasa dan anak-anak. *Brand* ini dijadikan acuan karena merupakan salah satu *brand* yang memproduksi sepatu anak perempuan dengan mengaplikasikan

batik sebagai ciri khasnya. Batik tersebut juga disesuaikan dengan minat anak, baik dari segi warna dan motif.



Gambar 2.21. Koleksi sepatu batik anak perempuan D'Arcadia Treasure.

(Sumber: www.berrybenka.com)

2. Kara Niwasana

Kara Niwasana merupakan *brand* dari Indonesia yang mengaplikasikan kain tradisional Indonesia, khususnya batik, ke dalam rancangan sepatunya. Selain batik, material alam seperti anyaman juga digunakan agar terlihat kesan etnik sesuai dengan konsepnya. Koleksi sepatu Kara Niwasana mencakup target untuk wanita dewasa dan anak perempuan. Batik yang ditampilkan pada sepatunya lebih berwarna-warni dan tidak kuno. Hal ini bisa dijadikan acuan untuk pengaplikasian dan alur letak motif batik pada konsep perancangan.



Gambar 2.22. Koleksi sepatu wanita dewasa dan anak Kara Niwasana.

(Sumber: Berbagai sumber)

3. Yongkidz

Yongkidz merupakan *brand* di bawah naungan Yongki Komaladi yang memproduksi sepatu khusus anak. Yongki Komaladi sendiri merupakan merek sepatu berasal dari Indonesia yang cukup terkenal. Dalam proses produksi, ia memanfaatkan keterampilan UKM dan terus mengembangkannya. Hingga saat ini, Yongki memiliki 80 UKM yang tersebar di berbagai daerah. Hal ini membuktikan, bahwa produk hasil UKM tidak kalah bersaing dengan buatan pabrik, baik dari segi kualitas dan kuantitas.

Desain sepatu Yongkidz cukup diminati para orang tua dan anak, karena desain dan harga disesuaikan dengan kebutuhan dan minat mereka. Yongkidz juga berusaha melestarikan budaya Indonesia kepada anak-anak, salah satunya ialah membagikan pamflet kepada pembeli yang berisi ‘Yongkidz Republic Edisi Permainan Rakyat’. Dalam pamflet tersebut, Yongki memaparkan beberapa permainan tradisional Indonesia agar anak tidak terpaku pada permainan dari luar negeri yang semakin menguasai minat anak, terutama permainan *digital*. Desain yang disesuaikan dengan minat anak Indonesia dan bekerja sama dengan UKM ini dapat dijadikan sebagai acuan perancangan.



Gambar 2.23. Sepatu anak Yongkidz.

(Sumber: Berbagai sumber)

2.2.2. Eksisting Batik

Studi ini bertujuan untuk mendalami dan menganalisa motif-motif batik anak yang sudah ada di pasaran dengan acuan *brand* ternama. Studi ini penting

karena untuk mengetahui bagaimana gambaran batik yang sudah beredar dan laris di pasaran dan hasil studi nantinya akan diterapkan pada konsep desain. Tentunya batik yang dijadikan acuan ialah dari *brand* ternama karena mereka lebih mempunyai pengalaman dalam menciptakan dan menganalisa motif dan tren batik. Poin-poin yang dijadikan acuan ialah variasi gambar motif dan warna yang sesuai dengan anak.

1. Batik Keris

Batik Keris adalah produsen dan *retailer* batik dan kerajinan khas Indonesia yang berpusat di Solo, Jawa Tengah dan telah berdiri sejak tahun 1920. Koleksi batik keris untuk anak, mempunyai motif yang lebih simpel dan lucu dengan warna-warna cerah. Salah satu koleksi terbarunya ialah batik Disney. Batik ini mengaplikasi karakter Disney lalu memodifikasinya menjadi batik. Batik ini cukup sukses di pasaran karena karakter Disney banyak disukai anak-anak.



Gambar 2.24. Koleksi Batik Keris untuk pakaian anak.

(Sumber: Berbagai sumber)



Gambar 2.25. Koleksi Batik Keris edisi Disney.

(Sumber: Berbagai sumber)

2. Batik Danar Hadi

Batik Danar Hadi telah berdiri sejak tahun 1967 dan didirikan oleh H. Santosa Doellah. Koleksi Batik Danar Hadi untuk anak mempunyai motif yang lucu dan unik dengan paduan warna-warna cerah. Motif-motifnya lebih simpel bila dibandingkan dengan batik untuk orang dewasa.



Gambar 2.26. Koleksi Batik Dana Hadi untuk pakaian anak.

(Sumber: Berbagai sumber)

2.3. Studi Acuan Riset Terdahulu

1. Desain Sepatu Wanita Bermaterial Tenun NTT dengan Konsep *Modern* dan *Edgy* untuk Masyarakat Urban (Tugas Akhir S1 Despro ITS Th. 2012)



Gambar 2.27. Desain Sepatu Wanita Bermaterial Tenun NTT dengan Konsep *Modern* dan *Edgy* untuk Masyarakat Urban

Tugas akhir dari mahasiswa S1 Desain Produk ITS tahun 2012 ini mengenai desain sepatu wanita dengan eksplorasi material tenun NTT. Seperti halnya batik, kain tenun juga mulai banyak digunakan dan dieksplorasi oleh

para desainer ternama luar negeri. Pengangkatan tema dengan material tenun NTT ini juga didasarkan pada keindahan motif dan keahlian masyarakat dalam menenun yang sudah dikenal sejak berabad-abad yang lalu. Sehingga tidak heran, kain ini mendapat pengakuan nasional dan internasional. Selain keindahan motifnya, tema tenun NTT ini diangkat juga berdasarkan data kemiskinan masyarakat desa di NTT yang berada dalam 10 urutan provinsi miskin di Indonesia. Sehingga diharapkan produk ini bisa meningkatkan pendapatan untuk masyarakat miskin NTT dengan aplikasi kain tenun yang mereka produksi.

Kelebihan:

- Menggunakan material kain tenun NTT yang dikenal karena keindahan motifnya.
- Mengaplikasikan material berkarakter Indonesia ke dalam sepatu untuk wanita dewasa *modern*.

Kekurangan:

- Eksplorasi motif sangat sedikit.
- Jenis sepatu tidak terkelompok (*casual*, formal, pesta).

2. Desain Tas untuk Produk Apple dengan Konsep Analogi Sistem *Map* dan Edukasi Batik Gedog Tuban sebagai Ikon Industri Batik Tuban. (Tugas Akhir S1 Despro ITS Th. 2012)



Gambar 2.28. Desain Tas untuk Produk Apple dengan Konsep Analogi Sistem *Map* dan Edukasi Batik Gedog Tuban sebagai Ikon Industri Batik Tuban

Tugas akhir dari mahasiswa S1 Desain Produk ITS tahun 2012 ini merupakan riset mengenai desain tas untuk produk “Apple” dengan konsep analogi sistem *map* dengan mengaplikasikan eksplorasi material batik Gedog

Tuban. Pengangkatan tema dengan material batik gedog Tuban ini didasarkan pada keindahan motif batik gedog yang mulai langka dan keahlian masyarakat Tuban dalam membatik dengan cara tradisional sehingga menghasilkan batik yang mempunyai nilai budaya dan filosofi yang tinggi. Selain itu, proses pembuatan batik ini relatif lama dan menggunakan bahan-bahan alami sehingga memiliki kualitas yang baik. Makna yang terkandung pada batik ini juga dimunculkan pada konsep perancangan agar filosofi yang terkandung pada batik Gedog tetap kuat dan terjaga.

Kelebihan:

- Mengangkat material kain batik gedog yang mulai langka.
- Menjadikan produk ini sebagai salah satu ikon batik gedog sebagai sarana promosi.
- Sistem analogi *map* yang baik dan disesuaikan dengan analisa spesifikasi produk Apple.

Kekurangan:

- Kurangnya variasi motif batik untuk diaplikasikan pada tas.

2.4. Studi Ergonomi Sepatu Anak

Studi ini bertujuan untuk mempelajari faktor-faktor dalam memenuhi standar kenyamanan dan keamanan yang ditinjau dari *Human Factor* atau ergonomi. Desain sepatu yang tidak ergonomis akan menyebabkan pertumbuhan kaki yang tidak normal dan dapat terjadi kelainan pada bentuk kaki sehingga menimbulkan rasa tidak percaya diri pada anak. Menurut sisi psikologis, hal ini berbahaya karena rasa tidak percaya diri tersebut dapat berpengaruh pada kehidupan sosialnya sejak dini. Selain itu, akibat lain ialah ketika anak beranjak dewasa, ia akan sulit menemukan sepatu yang pas dipakai karena bentuk kaki yang tidak normal. Berikut adalah hal-hal yang harus diperhatikan dalam memenuhi standar ergonomi pada sepatu anak:

- a. **Ringan** - Aspek ini meliputi bobot sepatu yang tidak memberatkan langkah saat berjalan sehingga saat berjalan bukanlah menjadi sebuah

pemikulan beban bagi si pengguna nantinya. Aspek ini terkait dengan berat material seperti sol, kulit, dan aksesoris.

- b. **Pas di kaki** - Aspek ini terkait dengan ukuran sepatu yang sesuai dengan ukuran antropometri pengguna. Kesesuaian ukuran ini menjadi hal yang penting karena akan berpengaruh terhadap tumbuh kembang kaki anak dan kondisi pengguna saat pemakaian. Misalnya, sepatu yang kekecilan akan membuat kaki pengguna tergesek dan terjepit sehingga menyebabkan lecet, dan nyeri. Kemudian sepatu yang longgar juga membuat pemakai jalan dengan keadaan yang tidak leluasa karena keadaan sepatu yang mudah terlepas dari kaki.
- c. **Kokoh** - Kekokohan sepatu terkait dengan konstruksi dan material yang digunakan. Kekokohan sepatu ini membuat pengguna merasa aman dan tidak khawatir bila mengenakan sepatu saat berada di medan yang tidak pada biasanya. Sehingga saat melangkah tidak ada keraguan bagi mereka akan sepatunya yang cepat rusak.
- d. **Material tidak melukai permukaan kulit pada kaki** - Kebanyakan keluhan anak saat bersepatu adalah kakinya yang lecet karena tergesek oleh sepatunya. Lecet biasa terjadi pada jari kaki maupun ujung kaki belakang dekat tumit. Untuk meminimalisir hal ini haruslah digunakan material yang lembut untuk permukaan kulit.
- e. **Sirkulasi udara yang lancar** - Aspek ini berkaitan dengan bentuk *upper* dan pemilihan jenis kulit. Semakin terbukanya bentuk *upper*, maka sirkulasi udara dalam sepatu semakin lancar dan mengurangi pengap serta keringat kaki.
- f. **Sol empuk dan bertekstur** - Aspek ini bertujuan agar anak tidak mudah terpeleset ketika dipakai berjalan.

Dari sisi medis, terdapat pula bagian-bagian tertentu pada kaki yang rentan mengalami kelelahan dan luka lecet. Bagian tersebut antara lain:

- **Ujung jari** - Seringkali menjadi masalah utama karena bagian ini terus bergesekan dengan material *lining* (dalam) sepatu terutama ketika dipakai

berjalan. Bentuk ujung jari pun dapat berubah menjadi buruk jika menggunakan sepatu dengan bentuk ujung meruncing, terutama fisiologis kaki anak yang masih rentan dan dalam tahap pertumbuhan. Untuk itu, desain bentuk ujung sepatu yang sesuai ialah bentuk bulat, agar memberi ruang pada jari untuk tumbuh. Material *lining* yang dipilih pun bertekstur halus dan menyerap keringat agar meminimalisir luka lecet.

- **Tumit** - Kelelahan pada tumit dan kulit pecah biasanya terjadi karena *insole* yang tidak empuk atau sol yang terlalu tinggi. Oleh karena itu, desain pada *insole* perlu ditambah pengempuk terutama pada bagian tumit. Ketinggian sol juga harus disesuaikan dengan antropometri kaki anak yang sesuai, yaitu tidak lebih dari 3 cm.
- **Telapak** - Kelelahan pada telapak terjadi karena *insole* yang keras sehingga mudah pegal ketika dipakai berjalan lama. Maka dari itu, seluruh lapisan *insole* harus diberi pengempuk dan dengan material bertekstur halus.
- **Pergelangan kaki** - Bagian ini biasanya rentan dengan luka lecet karena bergesekan dengan sisi pergelangan sepatu, terutama pada bagian belakang. Untuk meminimalisir hal tersebut, perlu lapisan pengempuk dan material bertekstur halus pada bagian pergelangan sepatu.

2.5. Studi Material Sepatu

2.5.1. Material - *Upper*

Material sepatu pada bagian *upper* terbagi menjadi tiga, yaitu kulit alami/binatang, kulit sintesis (buatan) dan non-kulit. Masing-masing material ini mempunyai karakter dan dapat saling dipadupadankan.

- Kulit Binatang

Kulit binatang mempunyai tekstur yang bervariasi dengan varian warna yang terbatas. Kulit ini tergolong sukar didapat dan harganya relatif mahal karena membeli kulit asli harus per lembar atau per ekor. Kelebihan kulit asli ialah kuat, awet, dan tahan air.

Jenis	Proses	Karakteristik	Binatang
<p><i>Full Grain</i></p> 	Kulit luar, pori-pori asli tetap ditampilkan, permukaannya bisa dibuat <i>glossy</i> atau <i>doff</i> .	Jenis kulit yang halus dan lembut, sangat baik untuk sepatu formal yang berkualitas.	Kulit sapi muda (umur 6-12 bulan)
<p><i>Nappa</i></p> 	Kulit luar, pori-pori ditutup supaya permukaannya halus, permukaannya bisa dibuat <i>glossy</i> atau <i>doff</i> .	<i>Wax</i> /lilin yang digunakan untuk menutup pori sehingga dapat menutup permukaan kulit, namun cepat retak.	Kulit kambing Kulit kerbau
<p><i>Brush Off</i></p> 	Kulit luar yang cacat atau pori-pori yang tidak sama, lalu diampelas hingga halus dan hanya bisa dibuat <i>glossy</i> .	Permukaan halus dan mengkilat, hingga sering dianggap kulit imitasi tapi mudah dibersihkan.	Kulit sapi, kangguru Kulit domba domba
<p><i>Milling</i></p> 	Kulit luar yang diberi tekstur, dengan proses pencetakan atau melalui pencucian dan hanya bisa dibuat <i>doff</i> .	Lebih variatif dengan ragam tekstur yang dapat diciptakan di atas permukaan kulit.	Kulit sapi Kulit reptil
<p><i>Nubuck</i></p> 	Kulit luar yang cacat atau pori-pori yang tidak sama lalu digaruk, hingga timbul bulu-bulu halus dan hanya bisa dibuat <i>doff</i> .	Permukaan seperti beludru, bila kena noda sulit untuk dibersihkan dan tidak tahan air.	Kulit kerbau

<i>Suede</i> 	Kulit dalam hasil pembelahan kulit luar, yang diambil bagian dalamnya, dan hanya bisa dibuat <i>doff</i> .	Permukaannya berbulu kasar, bila kena noda sulit untuk dibersihkan dan tidak tahan air.	Kulit kerbau
---	--	---	--------------

Tabel 2.1. Proses pengolahan dan karakter kulit binatang.

(Sumber:Berbagai sumber)

- Kulit Sintesis

Kulit sintesis atau buatan mempunyai variasi dan karakteristik tekstur yang sama dengan kulit binatang dan warnanya lebih bervariasi serta mudah didapat. Kulit sintesis juga harganya relatif lebih murah karena membeli kulit ini dihitung per meter, sehingga banyak digunakan pada produk ternama, karena kualitas kulit ini tidak kalah dengan kulit asli.

<i>PolyVinyl Urethen (PU)</i>	- Ringan dan lentur - Lebih mahal dibanding PVC dan TPR
<i>PolyVinyl Chloride (PVC)</i>	- Lebih berat dibandingkan PU
<i>ThermoPlastic Rubber (TPR)</i>	- Campuran karet sintetik dan plastik - Berat tapi lentur

Tabel 2.2. Karakter kulit buatan.

(Sumber: Dokumen pribadi)

- Material Non-kulit

Material yang digunakan pada upper sepatu tidak hanya kulit. Beberapa alternatif material yang umum digunakan untuk *upper*, antara lain: kain kanvas, kain primisima (biasa untuk batik), kain satin, denim, fur, dan sebagainya.



Gambar 2.29. Contoh aplikasi material non kulit: kanvas, primisima, satin, dan bulu.

(Sumber: Berbagai sumber)

2.5.2. Material - Sol



Gambar 2.30. Jenis-jenis material sol.
(Sumber: Berbagai sumber)

2.5.3. Material - Aksesoris

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi komponen pendukung yang akan digunakan pada sepatu anak. Jenis komponen ini dibutuhkan sesuai dengan morfologi bentuk, sehingga nantinya akan sesuai dari segi fungsi dan tampilan.

Jenis aksesoris sepatu yang bisa diaplikasikan pada sepatu bermacam-macam, baik tujuannya adalah fungsi maupun sebagai pelengkap atau penghias. Berikut adalah jenis aksesoris yang sudah banyak diterapkan di dunia persepatuan, khususnya sepatu anak perempuan, antara lain:

a. Zipper

Zipper atau resleting merupakan aksesoris yang biasa diaplikasikan pada sepatu, baik sebagai fungsi maupun penghias. Sebagai kegunaan, biasanya *zipper* berfungsi untuk memudahkan user ketika memasukkan kaki ke sepatu, dimana biasanya *upper* sepatu tersebut tinggi sampai ke pergelangan kaki.

Jenis	Aplikasi sebagai fungsi	Aplikasi sebagai penghias

Tabel 2.3. Aplikasi resleting pada sepatu

Kesimpulan: *Zipper* dapat diaplikasikan pada desain dan lebih mengutamakan fungsi kegunaan, agar mendekati *image casual* dan menghindari kesan ‘ramai’ dan *glamour*.

b. Tali

Sama seperti *zipper*, tali merupakan aksesoris yang sering diaplikasikan pada sepatu, baik sebagai fungsi maupun penghias. Sebagai kegunaan, biasanya tali berfungsi untuk memudahkan pemakai ketika memasukkan kaki ke sepatu dan untuk mengencangkan agar sepatu terpakai dengan pas.

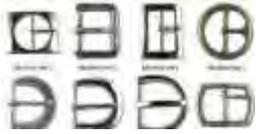
Jenis	Aplikasi sebagai fungsi	Aplikasi sebagai penghias
		

Tabel 2.4. Aplikasi tali sepatu

Kesimpulan: Tali dapat diaplikasikan pada desain dengan mengutamakan fungsi kegunaan dan sebagai hiasan, karena aksen tali menunjukkan *image casual* dan cocok untuk anak-anak.

c. *Buckle*

Buckle atau gesper digunakan pada sepatu baik sebagai fungsi maupun penghias. Sebagai kegunaan, biasanya *buckle* berfungsi untuk memudahkan pemakai ketika memasukkan kaki ke sepatu dan untuk mengencangkan agar sepatu terpakai dengan pas. Desain *buckle* sangat bervariasi dan biasanya berpengaruh pada desain keseluruhan sepatu. Material *buckle* sepatu yang beredar di pasar yaitu kuningan, aluminium, dan tembaga.

Jenis	Aplikasi sebagai fungsi	Aplikasi sebagai penghias
		

Tabel 2.5. Aplikasi gesper sepatu

Kesimpulan: *Buckle* dapat diaplikasikan pada desain dan lebih mengutamakan fungsi kegunaan, agar menghindari kesan ‘ramai’ dan *glamour*. Material *buckle*

yang dipilih ialah aluminium dan untuk bentuknya dipilih yang simple karena lebih berkesan *casual*.

d. *Stud*

Stud atau keling rata-rata berfungsi sebagai penghias sepatu. Dari sisi fungsi, stud biasa diaplikasikan pada sepatu jenis *clog*. Sepatu *clog* menggunakan *stud* untuk menyambungkan langsung antara *upper* dengan sol. Jenis *stud* sangat bervariasi, seperti *spike* (runcing), *flat* (datar), *convex* (bulat), *square* (persegi), dan lain-lain. Material *stud* sepatu yang beredar di pasar yaitu kuningan, aluminium, dan tembaga.

Jenis	Aplikasi sebagai fungsi	Aplikasi sebagai penghias
		

Tabel 2.6. Aplikasi *stud* sepatu

Kesimpulan: *Stud* dapat diaplikasikan pada desain dengan tidak terlalu ramai dan berfungsi sebagai penghias. Jenis *stud* yang dipilih ialah *stud* aluminium dengan bentuk *flat* atau *convex* agar mendekati *image casual*.

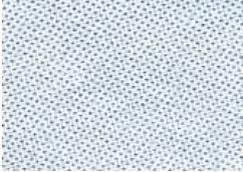
Jenis aksesoris yang berfungsi sebagai penghias lainnya yang dapat diaplikasikan pada sepatu ialah:



Gambar 2.31. Aksesoris sepatu.

Kesimpulan: Jenis aksesoris lainnya yang bisa diterapkan pada desain dan yang mendekati *image casual* ialah pita, kancing, dan hiasan berpola. Hiasan berpola atau *patterned cut* ini cocok dengan *image* anak dan dapat berbentuk apa saja yang disesuaikan dengan tema desain. Hiasan ini berbahan dasar dari kulit sepatu itu sendiri.

2.5.4. Material - Komponen

Nama	Keterangan
<p data-bbox="453 748 531 779"><i>Texon</i></p> 	<p data-bbox="699 786 1337 927"><i>Texon</i> berbentuk lembaran yang berfungsi untuk membentuk <i>insole</i>. Biasanya diletakkan di bawah lapisan eva lalu dilapisi kulit.</p>
<p data-bbox="392 994 595 1025"><i>Chemical Sheet</i></p> 	<p data-bbox="699 1025 1358 1167"><i>Chemical sheet</i> atau disebut juga <i>stiffner</i>, berfungsi untuk mengeraskan dan membentuk bagian <i>back counter</i> dan <i>toe cap</i>.</p>
<p data-bbox="469 1229 518 1261">Eva</p> 	<p data-bbox="699 1267 1362 1408">Lembaran eva berfungsi untuk memberi keempukan pada <i>insole</i>, biasanya diletakkan di atas <i>texon</i> lalu dilapisi kulit.</p>
<p data-bbox="443 1476 544 1507"><i>Sponge</i></p> 	<p data-bbox="699 1503 1254 1644"><i>Sponge</i> atau busa berfungsi untuk memberi keempukan pada <i>upper</i>, biasanya di bagian pergelangan kaki.</p>
<p data-bbox="392 1700 595 1731"><i>Kain spunbond</i></p> 	<p data-bbox="699 1704 1305 1901"><i>Kain spunbond</i> biasa terletak di lapisan bagian dalam yang berfungsi untuk mengeraskan dan menebalkan material <i>upper</i> yang tipis. Kain ini biasanya digunakan untuk sepatu batik.</p>

Tabel 2.7. Material pendukung lain.

(Sumber: Dokumen pribadi)

2.6. Tren Fesyen Anak

2.6.1. Tren Sepatu *Spring/Summer 2014*



Gambar 2.32. Tren Sepatu *Spring/Summer 2014*.

(Sumber: Berbagai sumber)

2.6.2. Tren Warna *Spring/Summer 2014*



Gambar 2.33. *Girls Colors Trend Spring/Summer 2014.*

(Sumber: Berbagai sumber)

2.6.3. Tren Warna *Spring/Summer 2015*



Gambar 2.34. *Lenzing Girls Colors Trend Spring/Summer 2015.*

(Sumber: <http://www.lenzing.com/fasern/service/trends/trends-spring-summer-2015.html>)

2.7. Teori Produk untuk Anak

2.7.1. Kriteria untuk Produk Anak



Gambar 2.35. *The criteria of children products by Steward Mosberg.*

Produk harus memenuhi kriteria tersendiri, seperti yang tertulis pada buku *The Best of Children's Product Design*, sebagai berikut:

1. *Ergonomics*

Produk sepatu untuk anak harus mudah digunakan oleh anak-anak, mempunyai ukuran-ukuran yang disesuaikan dengan bentuk tubuhnya terutama kaki.

2. *Aesthetics*

Produk untuk anak harus memiliki bentuk dan warna yang mengundang dan menarik perhatian mereka.

3. *Materials*

Material merupakan hal yang penting bagi sebuah produk. Material dapat menentukan bagus tidaknya sebuah produk. Untuk sepatu anak, hal yang paling mendasar adalah material yang digunakan aman dan nyaman serta baik dari sisi medis.

4. *Durability*

Aktifitas anak cenderung aktif sehingga mempengaruhi gerakan kaki agar bisa bergerak bebas dan tidak menghambat pertumbuhan kaki. Oleh karena itu, ketahanan dan keawetan sepatu harus diterapkan.

5. *Easy to manufacture*

Sebuah produk yang akan diproduksi massal haruslah memiliki kemudahan untuk diproduksi sehingga dapat menekan waktu produksi dari segi standar ukuran dan bahan.

6. *Relevancy*

Produk yang baik harus bisa digunakan di sepanjang jaman, tidak hanya saat ini saja namun juga tahun-tahun berikutnya.

2.7.2. Faktor Penting Untuk Produk Anak



Gambar 2.36. *Important factor for children products* by Richard Chesler.

Faktor-faktor penting yang harus diperhatikan dalam mendesain produk untuk anak-anak adalah:

1. *Purchaser* (pembeli)

Pembelian sepatu biasanya dilakukan oleh orang tua dan anak.

2. *Easy to use*

Yang dimaksud adalah anak-anak dapat menggunakan produk dengan mudah tanpa harus adanya bantuan orang lain.

3. *Safety*

Faktor ini menjadi poin utama baik dari segi pengoperasian, bentuk, sampai material yang digunakan harus aman untuk anak.

4. *Color*

Warna yang disukai anak-anak tergantung dari tingkatan umurnya. Terdapat perubahan warna favorit anak ketika anak mencapai usia tertentu. Anak umur 0-9 bulan cenderung menyukai warna-warna panas, cerah dan

fluorescent. Anak usia 9 bulan-3 tahun menyukai warna-warna dasar. Anak usia 3 tahun ke atas menyukai warna favorit masing-masing. Anak perempuan cenderung menyukai warna ungu, merah muda, sedangkan anak laki-laki lebih memilih warna biru.

5. Dimana produk akan dipasarkan

Karena produk dipasarkan di kalangan anak-anak, maka harus mengerti dan mengetahui karakteristik anak itu sendiri.

2.8. Psikologi Target User

Usia anak kisaran 8-12 tahun merupakan masa dimana anak beralih dari “*child*” menjadi “*teen*” yang disebut juga “*Tween*”, dimana mereka menolak untuk bersikap seperti anak kecil dan lebih menyesuaikan diri seperti remaja. Kata “*Tween*” sendiri berasal dari kata gabungan antara “*Teen*” dan “*Between*”. Berikut adalah beberapa karakteristik dan minat para *Tween* masa kini yang dijadikan dasar alasan dan acuan dalam menetapkan konsep desain.

Karakteristik :

- *Tween* merupakan masa dimana mereka aktif dalam mencari dan menemukan berbagai hal untuk memuaskan rasa keingintahuannya.
- Hampir sebagian dari jumlah *Tween* di Indonesia memiliki *handphone*.
- Ingatan anak pada usia 8-12 tahun ini mencapai intensitas yang paling besar dan kuat untuk melekatkan pengetahuan dalam ingatan anak.
- Belajar memahami sudut pandang orang lain.
- Dapat memahami simbol dan mengklasifikasikan sesuatu.
- *Tween* dan orangtua lebih seperti sebuah tim. Mereka sering mempunyai selera yang mirip dalam hal produk, musik, dan lain-lain. Mereka saling berbagi pendapat dalam berbagai hal.

Minat :

- Hal yang diminati oleh masa *Tween* cenderung membingungkan, mereka terlalu tua untuk permainan anak, tapi juga terlalu tua untuk menyukai minat remaja.

- Internet mempunyai bagian terbesar dan penting dalam budaya *Tween* sehari-hari dan sudah menjadi kegiatan rutin mereka.
- Mengidolakan artis, penyanyi, terutama *boy/girl bands*.
- Mempunyai minat kuat pada hal-hal yang sedang populer/tren.
- Mereka dapat membagi perhatiannya antara *handphone*, TV, internet, dan musik.
- Banyak *Tween* yang menyadari dan menyukai fesyen dan mode terkini.
- *Brand* merupakan hal penting bagi mereka dalam menyesuaikan diri dalam kehidupan sosial, terutama pertemanan, yang dijadikan sebagai indikator fesyen yang diakui.

2.9. Studi Motif Batik

Dalam motif batik, terdapat unsur-unsur yang mengandung ciri khas dan mempengaruhi motif batik tersebut, baik dari segi tata letak dan jenis motif batik. Hal ini merupakan suatu peninggalan warisan budaya dalam hal teknik pembuatan motif batik dan perlu diperhatikan dan dijadikan acuan ketika membuat motif batik.

1. Kelompok Utama Motif Batik

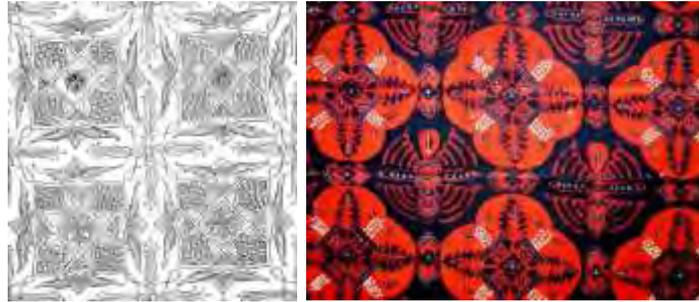
Menurut SK. Sewan Susanto dalam bukunya yang berjudul “Seni Kerajinan Batik Indonesia”, motif batik dikelompokkan menjadi 6 golongan berdasarkan susunan dan bentuk-bentuk ornamen, yaitu:

a) Motif Geometris

Motif geometris merupakan batik dengan susunan ornamen yang geometris. Motif yang termasuk dalam golongan ini ialah:

- Motif Banji
- Motif Ganggong
- Motif Ceplokan
- Motif Anyaman
- Motif Parang & Lereng

Contoh motif geometris:



Gambar 2.37. Contoh pola dan batik geometris.

(Sumber: Berbagai sumber)

b) Motif Semen

Motif semen merupakan golongan motif yang ornamen utamanya adalah tumbuhan dan binatang (kebanyakan burung atau lar-laran), dimana ornamennya tersusun secara harmonis tetapi tidak menurut bidang geometris.

Contoh motif semen:



Gambar 2.38. Contoh pola dan batik semen.

(Sumber: Berbagai sumber)

c) Motif Buketan

Motif buketan merupakan golongan motif yang dimana penempatan bidang kain untuk ornamen tidak sama, di satu sisi penuh dengan gambar-gambar, di sisi lain hampir kosong.

Contoh motif buketan:



Gambar 2.39. Contoh pola dan batik buketan.

(Sumber: Berbagai sumber)

d) Motif Gaya Baru

Motif gaya baru atau yang disebut juga motif kontemporer, muncul dan dikenal luas setelah tahun 1967. Pada batik ini, gambar pada permukaan kain tidak ada yang berulang, sering juga polanya mengambil pola lukisan sehingga lebih menyerupai lukisan yang diberi ornamen batik seperti diberi isen-isen, nitik dan lain-lain.

Contoh motif gaya baru:



Gambar 2.40. Contoh pola dan batik gaya baru.

(Sumber: Berbagai sumber)

e) Motif Sidomukti

Motif sidomukti merupakan motif gabungan antara motif geometris dengan motif semen. Jika dilihat dari pembagian bidang kain, maka motif sidomukti terbagi dalam bidang geometris. Namun, ornamen pengisinya termasuk dalam kelompok motif semen. Motif Sidomukti biasanya dibuat di Yogyakarta, Ponorogo, Tulungagung, Pekalongan, Cirebon dan Tasikmalaya.

Contoh motif sidomukti:



Gambar 2.41. Contoh pola dan batik sidomukti.

(Sumber: Berbagai sumber)

f) Motif Pinggiran

Motif Pinggiran adalah motif yang biasa diaplikasikan di pinggir kain. Motif pinggiran tidak dapat berdiri sendiri dan merupakan motif pelengkap motif utama.

Contoh motif pinggiran:



Gambar 2.42. Contoh pola dan batik pinggiran.

(Sumber: Berbagai sumber)

2. Unsur-unsur Motif Batik

a) Ornamen Utama

Merupakan unsur pokok dalam motif berupa gambar dengan bentuk tertentu yang berukuran cukup besar atau dominan dalam sebuah pola.

b) Ornamen Pengisi

Seperti namanya, ornamen ini digunakan sebagai pengisi bidang untuk memperindah motif secara keseluruhan. Ornamen ini berukuran lebih kecil dan berbentuk lebih sederhana dibanding ornamen pokok. Contoh

ornamen pengisi adalah ornamen berbentuk burung, daun, kuncup, sayap dan daun.

c) Isen

Berfungsi sebagai pengisi atau pelengkap ornamen. Berbentuk kecil dan sederhana misalnya berupa titik-titik. Isen yang masih berkembang sampai saat ini antara lain adalah cecek-cecek, cecek pitu, sisik melik, cecek sawut, cecek sawut daun, herangan, sisik, gringsing, sawut, galaran, rambutan dan rawan, sirapan, cacah gori.

2.10. Teknik Pembuatan Batik

Jenis batik menurut teknik pembuatannya:

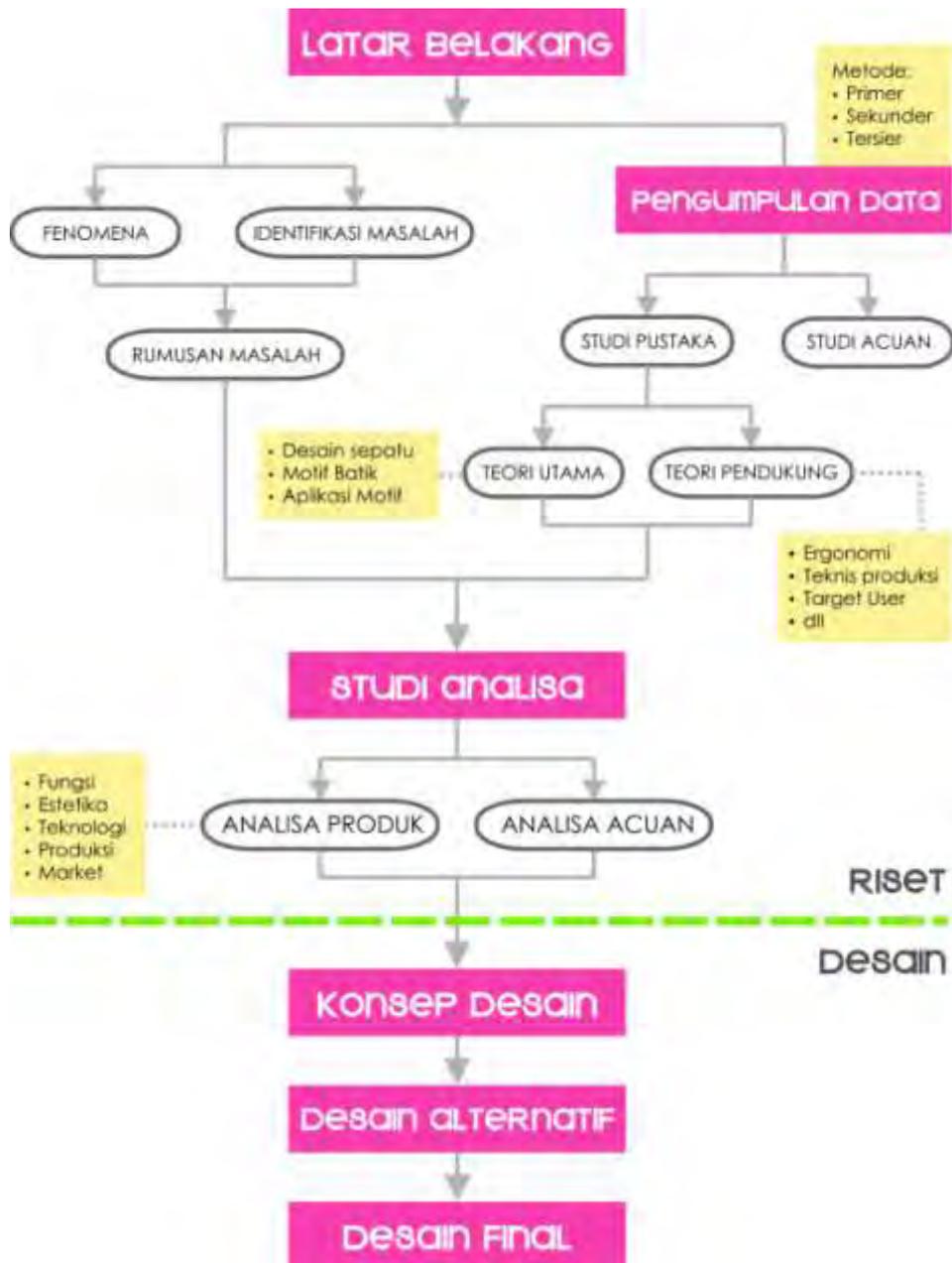
1. Teknik Canting Tulis, adalah teknik membatik dengan menggunakan alat yang disebut canting. Canting terbuat dari tembaga ringan yang berbentuk seperti teko kecil dengan corong di ujungnya. Canting berfungsi untuk menorehkan cairan malam/lilin pada pola. Saat kain dimasukkan ke dalam larutan pewarna, bagian yang tertutup malam tidak terkena warna. Membatik dengan canting tulis seperti ini disebut teknik membatik tradisional.
2. Teknik Celup Ikat, merupakan pembuatan motif pada kain dengan cara mengikat sebagian kain, kemudian kain dicelupkan ke dalam larutan pewarna. Bagian kain yang diikat atau ditutup lilin tidak akan terkena bahan pewarna. Setelah diangkat dari larutan pewarna kemudian ikatan dibuka maka bagian yang diikat tidak berwarna. Bagian tersebut tetap berwarna putih. Motif inilah yang disebut motif dalam bentuk negatif atau klise.
3. Teknik Cap, merupakan cara pembuatan motif batik menggunakan canting cap. Canting cap merupakan kepingan logam atau *plat* berisi gambar yang agak menonjol. Permukaan canting cap yang menonjol dicelupkan ke dalam cairan malam (lilin batik). Selanjutnya canting cap dicapkan pada kain/mori. Canting cap akan meninggalkan motif. Motif inilah yang disebut klise. Canting cap membuat proses pemalaman lebih cepat. Oleh

karena itu, teknik printing dapat menghasilkan kain batik yang lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat.

4. Teknik Colet, yaitu motif batik yang dihasilkan dengan teknik colet tidak berupa klise. Teknik colet disebut juga teknik lukis, yaitu cara mewarnai pola batik dengan mengoleskan cat atau pewarna pada kain jenis tertentu pada pola batik dengan alat khusus atau dengan kuas.
5. Batik *Printing* adalah tekstil yang bermotif batik buatan pabrikan. Batik *printing* biasanya bercorak warna terang, menyolok dan tidak mudah luntur.

BAB III METODOLOGI DESAIN DAN ANALISA

3.1. Skema Metodologi Perancangan



Gambar 3.1. Skema metodologi perancangan.

(Sumber: Penulis)

3.2. Skema Proses Produksi



Gambar 3.2. Skema proses produksi.

(Sumber: Penulis)

Proses produksi pada perancangan ini melibatkan tiga tempat produksi yang berbeda. Seperti yang tertera pada skema, alur produksi dimulai dari pembuatan dasar pola sepatu yang dilakukan oleh pengrajin, yang selanjutnya hasil pola tersebut akan diolah secara individu untuk membuat motif batik sesuai bentuk dasar pola dan kemudian mengatur tata letak pola sebelum dicetak. Kedua proses ini dilakukan menggunakan *software digital*. Selanjutnya, *file* tersebut dibawa ke jasa *printing* untuk mencetak pola batik pada lembaran kulit. Tahap terakhir selanjutnya, lembaran kulit hasil cetak dibawa ke pengrajin sepatu untuk diproses sampai menjadi produk akhir.

Dengan dilibatkannya proses di tiga tempat berbeda ini, sangat dibutuhkan efisiensi waktu dan biaya yang dipengaruhi oleh jarak jangkauan antar pelaku produksi sehingga akan berpengaruh pada biaya produksi dan HPP (Harga Pokok Penjualan). Semakin dekat jarak jangkauan tersebut, maka semakin efisien pula biaya ataupun waktu produksi. Akan tetapi, diperlukan juga pertimbangan faktor kualitas dan teknologi yang dimiliki pengrajin sepatu dan jasa *printing* karena dapat menentukan kualitas produk akhir. Sehingga, diperlukan pertimbangan yang matang untuk menentukan kedua pelaku produksi tersebut, baik dari segi lokasi dan kualitas.

3.3. Tahapan Penelitian

3.3.1. Pengumpulan Data

Data-data akurat merupakan elemen utama dalam penelitian yang digunakan sebagai acuan dasar dalam menganalisa dan untuk menemukan solusi terhadap masalah yang ada. Pengumpulan data dapat diperoleh dari data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari sumbernya, baik dari wawancara, observasi lapangan maupun kuesioner. Pengumpulan informasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan objek perancangan dan berguna untuk dijadikan acuan dalam analisa perancangan nantinya.

Dalam perancangan ini, wawancara dilakukan kepada:

- Ibu Liana (Pemilik Galeri Batik dan Bordir Wendit)
Tujuannya ialah mengetahui dasar proses pembuatan batik, unsur dasar pada motif batik, dan desain motif serta tren warna batik untuk anak. Hasil wawancara digunakan sebagai acuan dalam analisa desain motif dan warna pada batik untuk anak perempuan.
- Bapak Haris (Desainer PT. Golden Step Indonesia)
Tujuannya ialah untuk mengetahui proses produksi sepatu secara detail dan benar serta menelusuri perkembangan desain, material, dan tren produk sepatu, khususnya sepatu anak. Hasil wawancara digunakan sebagai acuan dalam analisa tren, material, dan ergonomi sepatu.
(Wawancara ini dilakukan ketika menjalani Kerja Praktek di perusahaan sepatu anak PT. Golden Step Indonesia)
- Ibu Eria Wisma Wardhani (Ibu Rumah Tangga)
Tujuannya ialah untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dalam memilih sepatu untuk anaknya, baik dari segi desain, harga, dan keinginan sang anak. Beliau juga memberikan pendapat dan saran

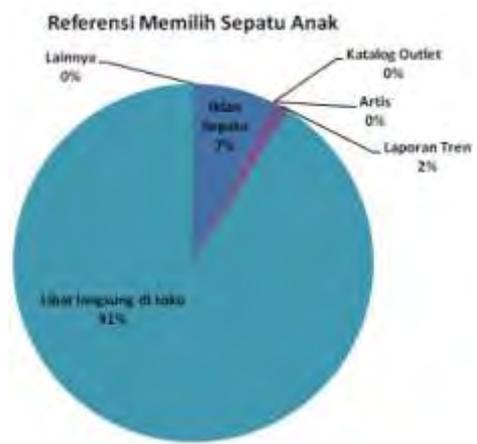
untuk perancangan ini yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan desain.

Sedangkan untuk survei dengan metode kuesioner dilakukan kepada dua kelompok responden, yaitu orang tua dan anak perempuan usia 8-12 tahun, yang berada di kota besar (Surabaya dan Jakarta) untuk mengetahui kecenderungan selera dan respon terhadap produk. Berikut gabungan hasil kuesioner yang dilakukan kepada 67 responden orang tua dan 24 responden anak.



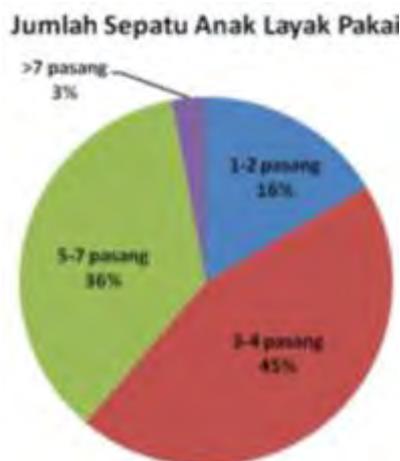
Grafik 3.1. Dasar memilih sepatu anak.

(Sumber: Penulis)



Grafik 3.2. Referensi memilih sepatu anak.

(Sumber: Penulis)



Grafik 3.3. Jumlah sepatu layak pakai.

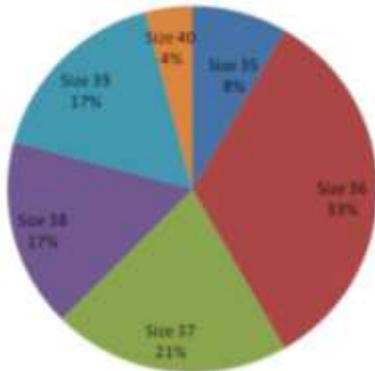
(Sumber: Penulis)



Grafik 3.4. Frekuensi membeli sepatu.

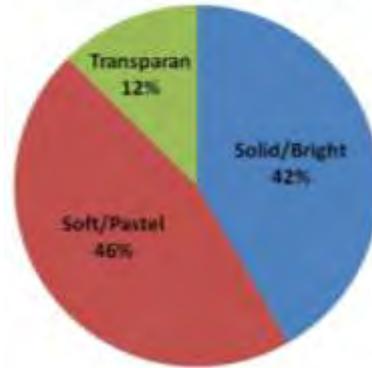
(Sumber: Penulis)

Ukuran Sepatu Anak



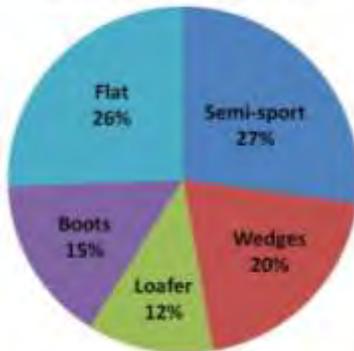
Grafik 3.5. Ukuran sepatu anak.
(Sumber: Penulis)

Jenis Warna yang Disukai



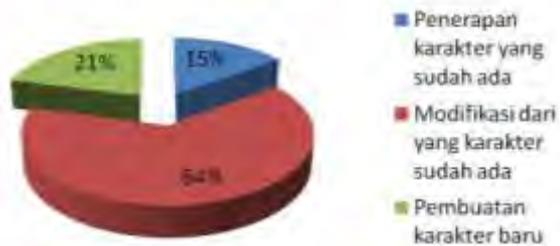
Grafik 3.6. Jenis warna yang disukai.
(Sumber: Penulis)

Jenis Sepatu yang Disukai



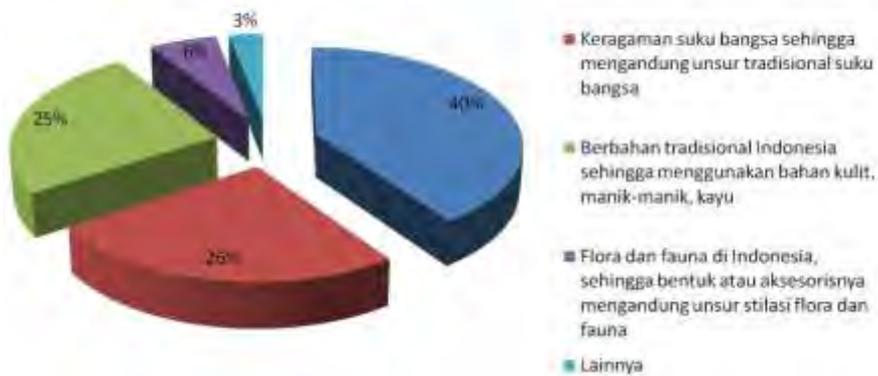
Grafik 3.7. Jenis sepatu yang disukai.
(Sumber: Penulis)

Pendapat penerapan karakter Indonesia pada sepatu anak yang menarik



Grafik 3.8. Pendapat penerapan karakter.
(Sumber: Penulis)

Karakter yang Mewakili Sepatu Anak Khas Indonesia



Grafik 3.9. Karakter yang mewakili khas Indonesia.
(Sumber: Penulis)

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari pihak kedua yaitu literatur, seperti buku, jurnal, artikel, internet, dan hasil riset terdahulu. Data tersebut berisi hasil pemikiran pihak ahli yang berhubungan erat dan menjadi acuan penting dalam penelitian.

3.3.2. Studi Pustaka

Studi pustaka pada perancangan ini terdiri dari dua teori, yaitu teori utama dan teori pendukung.

1. Teori utama, merupakan teori yang berhubungan langsung dan dipakai sebagai acuan riset dan desain sepatu, serta identifikasi dan analisa motif batik anak.
2. Teori pendukung, merupakan teori yang mendukung perancangan desain ini seperti, ergonomi, karakteristik user, dan hal-hal teknis tentang produk.

3.3.3. Studi Acuan

Studi acuan pada perancangan ini terdiri dari dua bagian, yaitu studi acuan riset terdahulu dan studi acuan produk eksisting.

1. Studi acuan riset terdahulu bertujuan untuk mengetahui perkembangan riset teknologi produk sejenis terbaru yang bisa menjadi acuan dalam perancangan ini. Riset terdahulu yang diambil antara lain:
 - Desain Sepatu Wanita Bermaterial Tenun NTT dengan Konsep *Modern* dan *Edgy* untuk Masyarakat Urban. (Tugas Akhir S1 Despro ITS Th.2012)
 - Desain Tas untuk Produk Apple dengan Konsep Analogi Sistem *Map* dan Edukasi Batik Gedog Tuban sebagai Ikon Industri Batik Tuban. (Tugas Akhir S1 Despro ITS Th.2012)
 - Rancang Bangun Desain Sepatu Berkarakter Indonesia untuk Mendukung Kemandirian Klaster Industri Sepatu sebagai Industri Kreatif Unggulan Nasional. (Penelitian Dosen Despro ITS Th.2012)

2. Studi acuan produk eksisting dilakukan untuk mengetahui teknis produk dan perkembangan produk sejenis, kemudian diharapkan dapat ditarik kesimpulan yang akan membantu dalam menentukan standarisasi yang harus dipenuhi. Beberapa eksisting yang diambil antara lain D'Arcadia Treasure, Kara Niwasana, dan Yongkidz.



Gambar 3.3. Produk kompetitor.
(Sumber: Penulis)

BAB IV STUDI DAN ANALISA

4.1. Kerangka Analisa



Gambar 4.1. Kerangka analisa.

(Sumber: Penulis)

4.2. Analisa Data

Analisa data bertujuan untuk menganalisa data yang terkumpul yang hasilnya akan dijadikan acuan dalam konsep perancangan dan dikembangkan. Analisa data ini terdiri dari analisa acuan riset terdahulu, analisa produk eksisting dan *benchmarking* eksisting.

4.2.1. Analisa Acuan Riset Terdahulu

Acuan riset terdahulu yang diambil ialah:

- Desain Sepatu Wanita Bermaterial Tenun NTT dengan Konsep *Modern* dan *Edgy* untuk Masyarakat Urban. (Tugas Akhir S1 Despro ITS Th.2012)
- Desain Tas untuk Produk Apple dengan Konsep Analogi Sistem *Map* dan Edukasi Batik Gedog Tuban sebagai Ikon Industri Batik Tuban. (Tugas Akhir S1 Despro ITS Th.2012)
- Rancang Bangun Desain Sepatu Berkarakter Indonesia untuk Mendukung Kemandirian Klaster Industri Sepatu sebagai Industri Kreatif Unggulan Nasional. (Penelitian Dosen Despro ITS Th.2012)

Beberapa poin yang dapat disimpulkan untuk acuan konsep dari perancangan sebelumnya ini ialah:

1. Pengaplikasian karakter Indonesia dapat dilakukan dengan studi dan analisa berbagai kekayaan budaya nusantara untuk acuan konsep perancangan.
2. Acuan desain pada produk fesyen memiliki hubungan yang kuat terhadap *user*, baik dari segi kebutuhan, selera, psikografi, dan sebagainya.
3. Eksplorasi karakter nusantara dapat disesuaikan dengan perkembangan tren dan teknologi terkini.

4.2.2. Analisa Produk Eksisting

Produk eksisting sepatu yang dijadikan acuan ialah D'Arcadia Treasure, Kara Niwasana, dan Yongkidz. Sedangkan untuk motif batik, mengambil acuan dari Batik Danar Hadi dan Batik Keris. Analisa ini dibagi menjadi beberapa

bahasan agar didapat data yang akurat, yaitu pemilihan warna dan material, bentuk dasar, kemudahan dan faktor penunjang kenyamanan.

D'Arcadia Treasure



Gambar 4.2. Koleksi sepatu D'Arcadia Treasure.

(Sumber: www.berrybenka.com)

1. Material utama yang digunakan pada *upper* adalah material kain batik untuk luar dan material kulit untuk dalamnya. Sepatu ini juga menggunakan warna-warna cerah dengan motif batik yang lebih simpel.
2. Bentuk dasar D'Arcadia Treasure ialah *flat shoes* dengan ujung bulat karena menyesuaikan bentuk kaki anak dan penambahan aksesoris seperti pita dan *buckle*.
3. D'Arcadia Treasure menyediakan sepatu untuk anak yang memiliki bentuk dan operasional yang sederhana sehingga mudah dipakai dan fleksibel.
4. Untuk kenyamanan, sepatu ini menggunakan sol *flat* agar nyaman dan aman digunakan oleh anak ketika dipakai berjalan. Bentuk ujung yang bulat agar tidak menghambat pertumbuhan kaki dan kaki lebih fleksibel dalam bergerak.
5. Penggunaan motif dan warna batik yang simple dan cerah, yang disesuaikan dengan minat anak.
6. Varian desain sangat minim, hanya sebatas *ballet flat* dan sandal.

Kara Niwasana



Gambar 4.3. Koleksi sepatu wanita dewasa dan anak Kara Niwasana.

(Sumber: Berbagai sumber)

1. Material utama yang digunakan pada *upper* adalah material kain batik untuk luar dan material kulit untuk dalamnya. Sepatu ini juga menggunakan warna-warna cerah dengan motif batik yang lebih simpel.
2. Bentuk dasar Kara Niwasana ialah *flat shoes* dengan ujung bulat karena menyesuaikan bentuk kaki anak dan penambahan *strap* pada *upper* (*mary jane*).
3. Kara Niwasana menyediakan sepatu untuk anak yang memiliki bentuk dan operasional yang sederhana sehingga mudah dipakai dan fleksibel.
4. Untuk kenyamanan, sepatu ini menggunakan sol *flat* agar nyaman dan aman digunakan oleh anak ketika dipakai berjalan. Bentuk ujung yang bulat agar tidak menghambat pertumbuhan kaki dan kaki lebih fleksibel dalam bergerak.
5. Penggunaan motif dan warna batik yang simple dan cerah, yang disesuaikan dengan minat anak.
6. Varian desain sangat minim, hanya sebatas *ballet flat* dan *mary jane*.

Yongkidz



Gambar 4.4. Sepatu anak Yongkidz.

(Sumber: Berbagai sumber)

1. Material yang digunakan adalah material variasi kulit seperti kulit sapi, suede, dan kain bermotif seperti kotak-kotak dan *glitter*. Yongkidz menggunakan warna-warna cerah dengan aksesoris seperti pita, *buckle*, dan bunga.
2. Bentuk dasar Yongkidz ialah bermacam-macam, menyesuaikan desain sepatu dengan fungsi masing-masing, seperti sepatu *flat*, *wedges*, *semi-sport*, dan sebagainya.
3. Yongkidz merupakan sepatu anak yang memiliki bentuk dan operasional yang sederhana sehingga mudah dipakai dan fleksibel.
4. Untuk kenyamanan, sepatu ini menggunakan material kulit seperti sepatu pada umumnya dan sebagian besar memakai material sol karet agar ringan dan fleksibel.

Dari beberapa poin analisa pada masing-masing produk, beberapa kriteria desain yang dapat disimpulkan, yaitu:

1. Desain sepatu *casual* anak, khususnya pada bagian *upper*, tidak jauh berbeda dengan desain untuk dewasa. Yang paling membedakan ialah warna, aksesoris sepatu, dan tinggi sol untuk anak cenderung rendah.

2. Motif batik yang diaplikasikan pada anak lebih besar dan tidak terlalu detail serta berwarna cerah.
3. Terdapat nilai keunikan tersendiri dengan eksplorasi penggabungan motif batik yang berbeda menjadi kesatuan desain pada sepatu.
4. Pengaplikasian motif batik dapat dilakukan di bagian *upper* maupun pada bagian *outsole* sepatu.

4.2.3. Benchmarking Eksisting

Benchmarking merupakan proses menentukan ide baru yang dapat digunakan dalam perancangan dengan mengacu tiga produk sejenis sesuai dengan *keyword* perancangan untuk dibandingkan dengan menggunakan alat ukur sesuai dengan atribut perancangan yang telah ditentukan. *Benchmarking* berfungsi sebagai gambaran konsep perancangan yang mengacu pada produk eksisting yang paling sesuai dengan atribut perancangan.

Keyword													
Casual & Fun													
No	Alat ukur	Weight	Rating	Description	Score	Weight	Rating	Description	Score	Weight	Rating	Description	Score
1	Image casual	0,1	4	Bentuk yang sederhana, mencerminkan image casual	0,4	0,1	4	Bentuk yang sederhana, mencerminkan image casual	0,4	0,1	4	Bentuk yang sederhana dengan sol karet, mencerminkan image casual	0,4
2	Bentuk dan warna yang fun	0,4	3	Menggunakan warna cerah dengan bentuk sepatu jenis mary jane	1,2	0,4	3	Menggunakan warna cerah dengan komponen tali	1,2	0,4	4	Image yang girly terlihat dari bentuk dan warna	1,6
3	Karakter Indonesia	0,3	5	Menggunakan kain batik khas Indonesia	1,5	0,3	5	Penggunaan material kain batik	1,5	0,3	2	Menggunakan material sepatu pada umumnya	0,6
4	Kesesuaian desain dengan minat tween	0,4	3	Jenis sepatu mary jane dengan warna cerah	1,2	0,4	4	Jenis sepatu oxford dengan warna motif yang cerah	1,6	0,4	4	Desain yang girly dan sporty	1,6
TOTAL		1,2			4,3	1,2			4,7	1,2			4,2

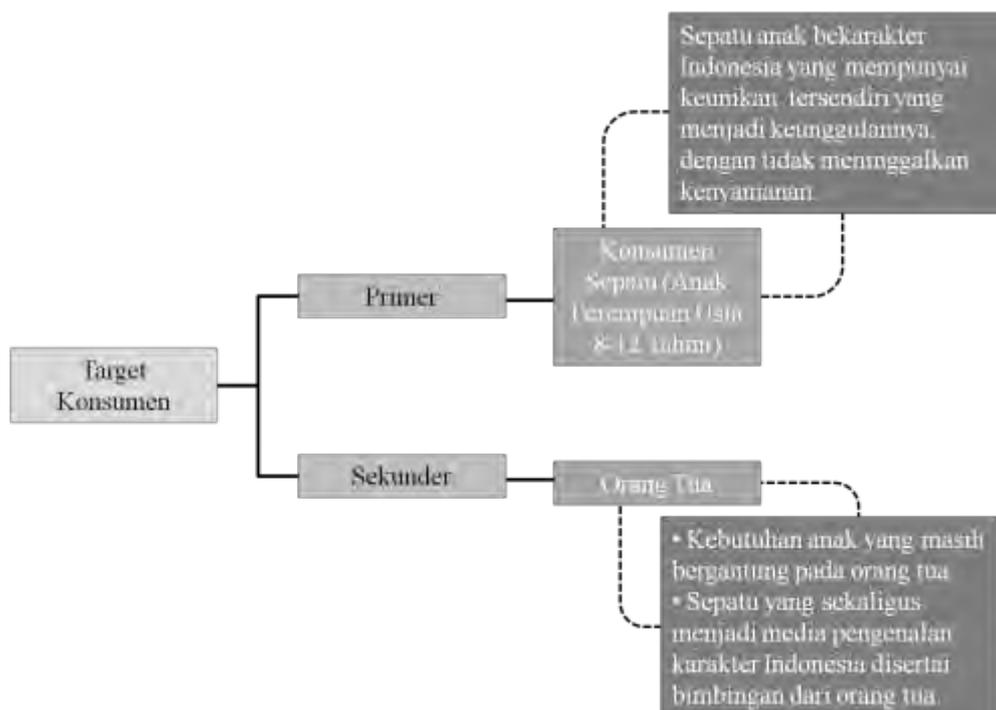
Tabel 4.1. *Benchmarking* eksisting.

(Sumber: Penulis)

4.3. Analisa Fungsi

Analisa fungsi bertujuan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dengan menganalisa produk dari aspek kegunaan yang ditinjau dari pengguna. Analisa fungsi ini terdiri dari: target konsumen, psikografi target user, karakteristik user, *objective tree*, analisa kebutuhan konsumen dan *stakeholder*, atribut produk, dan matrik SWOT.

4.3.1. Target Konsumen



Gambar 4.5. Target konsumen perancangan.

(Sumber: Penulis)

- Konsumen primer adalah konsumen yang mengenakan sepatu yang dirancang sebagai alas kaki dan berkarakter Indonesia, yaitu anak perempuan usia 8-12 tahun.
- Konsumen sekunder adalah konsumen yang membeli sepatu sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen primer, yaitu orang tua.

4.3.2 Psikografi Target User

Psikografi target *user* dilakukan untuk menganalisa kebutuhan *user* berdasarkan aktivitas dan karakteristik. Pembuatan tabel ini ditujukan sebagai acuan dalam menentukan atribut produk perancangan. Psikografi target user ini terbagi menjadi dua *user* sesuai dengan target konsumen, yaitu anak dan orang tua.

Psikografi Anak

Demografi Konsumen		AIO			Kebutuhan
		Activity	Interest	Opinion	
Usia	8-12 tahun	Sekolah, les	<i>Idol</i>	Senang bergaya dan mengikuti tren	Desain sepatu yang lebih <i>casual</i> karena aktifitas yang beragam.
Pendidikan	SD	<i>Browsing</i> , Bersosialisasi, Jalan-jalan	<i>Social media</i> , <i>gadget</i>	Ingin memiliki teman dan pengalaman baru	Desain yang mengikuti tren & minat mereka.
Pekerjaan	Pelajar	Melakukan aktifitas sesuai hobi	<i>Hobbies</i>	Tidak menyukai hal-hal yang berbau 'jadul'	Kenyamanan, fleksibel, ringan

Tabel 4.2. Psikografi target primer.

(Sumber: Penulis)

Psikografi Orang Tua

Demografi Konsumen		AIO			Kebutuhan
		Activity	Interest	Opinion	
Usia	28-45 (Orang Tua)	Bekerja, mengurus rumah tangga	Kerja	Membandingkan harga dengan kualitas	Desain yang memenuhi kriteria untuk anak

Pendidikan	SMA, Sarjana	Bersosialisasi, <i>Browsing</i>	Internet	Ingin mendidik / memberi ilmu kepada anak dengan cara yang mudah	Produk multifungsi
Pekerjaan	PNS, Swasta Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga	Jalan-jalan	Belanja, Sosialisasi	Ingin memberi yang terbaik untuk anaknya	Harga yang relatif terjangkau

Tabel 4.3. Psikografi target sekunder.

(Sumber: Penulis)

4.3.3. Karakteristik *User*

Ketika seorang anak menginjak usia 8 tahun, terjadi perubahan dalam dirinya seperti mulai memperhatikan gaya berpakaian, rambut, dan aksesoris. Mereka mulai meninggalkan hal-hal yang kekanakan seperti tokoh kartun dan boneka. Dalam hal fesyen, mereka mulai mencari gaya yang sesuai dengan jati dirinya. Seringkali mereka juga mengacu pada artis favoritnya yang sedang populer. Karena pada dasarnya, sifat *tween* menyukai hal-hal yang sedang tren atau populer dan cenderung ‘ikut-ikutan’. Peran orang tua dalam menentukan gaya ini sangat diperlukan karena anak butuh arahan yang sesuai dan jangan sampai keluar dari batas. Sebagai contoh, gaya anak yang keluar dari batas yaitu terlalu dewasa dalam berpakaian dan menyalahi aturan.

Gaya *tween* cenderung mengacu pada gaya remaja, dengan kata lain tidak terlalu kekanakan dan dewasa. Tetapi, tetap harus ada batasan pada gaya remaja tersebut. Sebagai contoh, dalam berpakaian tidak terlalu ketat dan seksi. Dan juga dalam bersepatu belum saatnya memakai hak tinggi.

4.3.4. Objective Tree

Objective Tree bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dan sebagai dasar ide untuk langkah awal dalam menemukan karakteristik produk.



Gambar 4.6. *Objective Tree*.

(Sumber: Penulis)

Berdasarkan komparasi produk eksisting sepatu anak di Indonesia dengan desain sepatu *casual* anak perempuan usia *tween* dengan aplikasi pengembangan motif batik anak, maka didapatkan kebutuhan di antaranya sebagai berikut :

1. **FUN** : *Fun* yang dimaksudkan di sini ialah menarik dan menyenangkan dalam berbagai aspek dengan fokus penyesuaian dengan tren, selera, dan kebutuhan anak perempuan usia 8-12 tahun. Aspek tersebut antara lain bentuk, warna, dan motif batik.
 - a. Bentuk, meliputi desain *upper* dan *outsole* yang *casual*, dengan mengacu ergonomi dan karakter anak sehingga menciptakan desain sepatu yang nyaman dan sesuai dengan usia. Desain feminin di sini maksudnya mengacu

- pada karakteristik bentuk dan warna anak perempuan beserta komponen atau aksesoris sepatu yang sesuai.
- b. Warna, meliputi aplikasi warna yang sesuai dengan tren terkini dan minat anak, baik dari warna material pada *upper* dan *outsole*.
 - c. Motif batik, meliputi desain bentuk motif yang sesuai dengan karakter anak dengan menggunakan warna-warna yang cerah pada motif batik.
2. **KENYAMANAN** : Kenyamanan pada produk ini merupakan hal paling utama karena menyangkut keamanan dan kesehatan kaki anak. Aspek keamanan pada produk ini antara lain, pas di kaki, anti *slip*, ketinggian *outsole* yang sesuai, dan sirkulasi udara yang lancar. Aspek-aspek tersebut berpengaruh terhadap desain bentuk sepatu.
 3. **KEMUDAHAN** : Kemudahan operasional atau pemakaian pada sepatu anak sangat diperlukan agar tidak menyulitkan karena mereka masih dalam tahap belajar sehingga membutuhkan desain yang simpel.
 4. **EDUKATIF** : Media edukasi pada produk ini terdapat pada motif batik flora khas Indonesia dengan penyempurnaan bentuk. Edukasi ini juga ditunjang oleh media *story telling* berupa *hang tag*, yang terdapat pada setiap pasang sepatu. Selain belajar mencintai batik, anak diharapkan juga mengenal flora khas Indonesia melalui motif batik tersebut.

4.3.5. Analisa Kebutuhan Konsumen dan Stakeholder

Atribut kebutuhan *user* didapat dari hasil wawancara, survei lapangan, dan kuesioner serta psikografi target user.

No	Atribut Kebutuhan	Index of Interest	Deskripsi
1	Bentuk dan warna yang menarik	5	Sangat penting - Bentuk dan warna menarik merupakan kesan pertama yang penting untuk konsumen, terutama anak.

2	Kenyamanan pengguna	5	Sangat penting - Menyangkut kesehatan dan keselamatan kaki ketika dipakai.
3	Faktor keamanan	5	Sangat penting - Menghindari kecelakaan dan menjaga keselamatan kaki, terutama pada kaki anak yang masih rentan.
4	Desain mengikuti tren dan minat anak	4	Penting - Produk fesyen bergantung pada tren terkini dan minat <i>user</i> .
5	Desain motif batik sesuai dengan karakteristik anak	4	Penting - Motif batik merupakan yang ditonjolkan dan sebagai media edukasi.
6	Menunjukkan karakter Indonesia	4	Penting - Sebagai desain identitas nusantara.
7	Pengaplikasian motif batik pada pola sepatu dengan tepat	4	Penting - Sebagai nilai estetika dan merupakan kesatuan konsep desain.
8	Pemilihan material dan komponen produk	3	Cukup Penting - Berkaitan dengan nilai ekonomis dan teknologi produksi.
9	Kemudahan operasional	4	Penting - Disesuaikan dengan karakter anak sehingga harus simpel.
10	Teknologi produksi yang tepat dan efisien	3	Cukup penting - Berpengaruh pada kemudahan dan biaya produksi.
11	Media edukasi melalui <i>story telling</i>	3	Cukup penting - Sebagai media penjelasan dan informasi tentang makna motif batik

Tabel 4.4. Atribut kebutuhan.

(Sumber: Penulis)

4.3.6. Atribut Produk

Atribut produk didapat dari hasil analisa karakteristik dan aktifitas pengguna dengan kebutuhan konsumen sehingga menghasilkan skala prioritas perancangan produk.

Product Attribute	Relative Important Index				
	1	2	3	4	5
MENARIK					
Desain sepatu yang sesuai dengan tren dan minat anak perempuan usia 8-12 tahun					
<i>Image</i> warna yang cerah dan fun					
Desain motif batik untuk anak dan kesesuaian dengan pola sepatu					
KENYAMANAN					
Kenyamanan saat digunakan dalam berbagai aktifitas (duduk, berdiri, berjalan)					
Sirkulasi udara yang lancar agar kaki tidak pengap dan lembab					
Tekstur material yang nyaman terhadap permukaan kulit					
Komposisi desain sepatu yang empuk dan ringan					
KEMUDAHAN					
Operasional dan komponen sepatu sederhana					
Perawatan yang tidak rumit					
EDUKATIF					
Desain berkarakter Indonesia					
Desain motif batik yang komunikatif					
<i>Story telling</i> sebagai media penunjang					

Tabel 4.5. Atribut produk.

(Sumber: Penulis)

4.3.7. Matrik SWOT

Matrik SWOT (*Strength, Weakness, Oppurtunity, dan Threats*) digunakan untuk menyusun strategi mencegah dan mengatasi tantangan maupun kelemahan yang dimiliki produk perancangan dengan menggunakan kelebihan serta kesempatan yang dimiliki. Dari penjabaran matrik SWOT, akan didapat inovasi yang akan dikembangkan dalam produk perancangan.

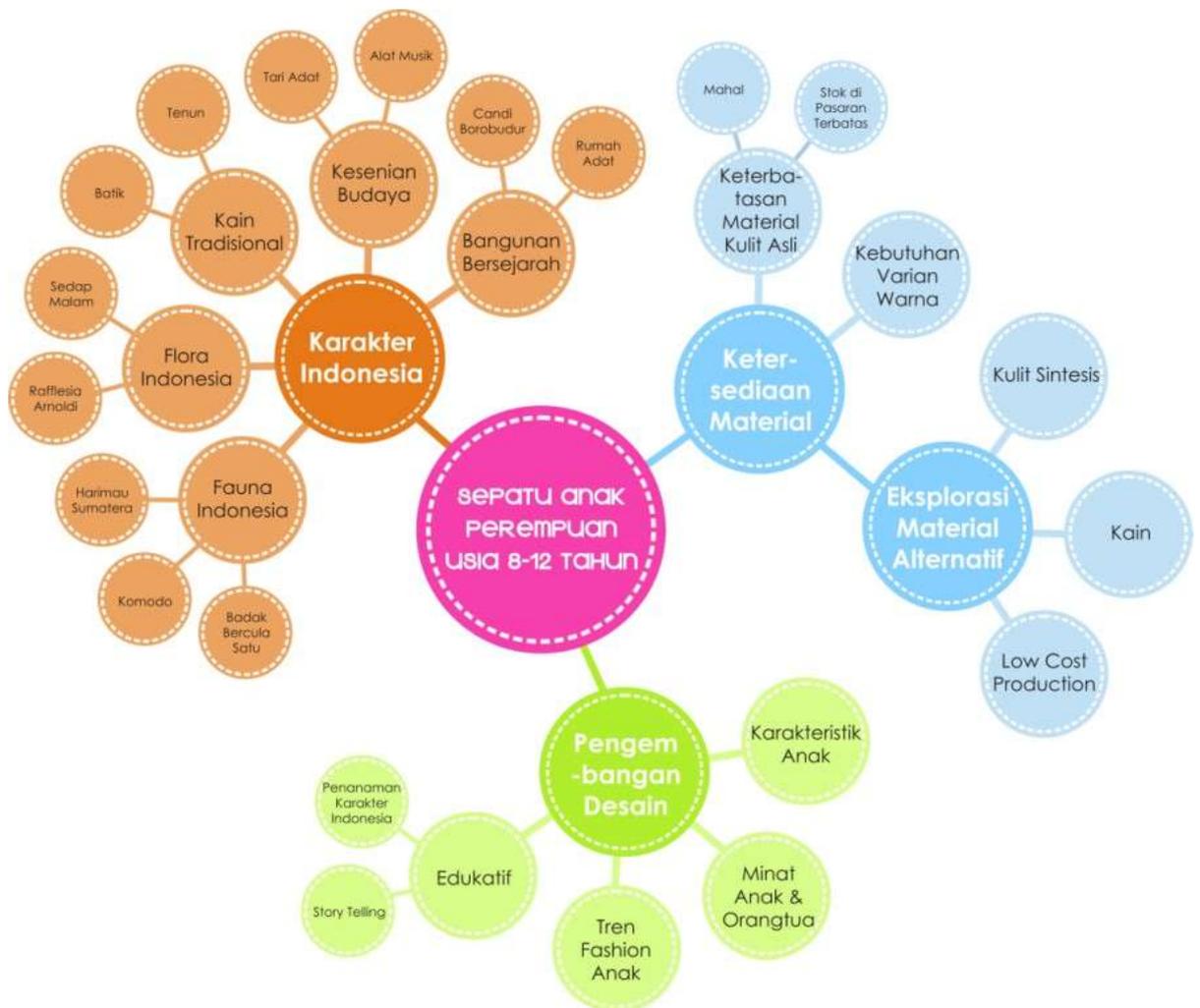
ANALISA SWOT	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Inovasi desain sepatu khusus untuk usia <i>tween</i>. Inovasi desain motif batik anak dan pengaplikasiannya pada sepatu. Material sepatu mudah didapat. 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya efisiensi waktu dan biaya produksi karena dilakukan di tiga tempat produksi berbeda. Ketahanan material karena menggunakan kulit sintesis dibandingkan dengan kulit asli. Harga cenderung lebih mahal di antara rata-rata harga produk sepatu anak.
OPPORTUNITIES (O)	S-O STRATEGIES	W-O STRAEGIES
<ol style="list-style-type: none"> Belum banyak pesaing dengan produk sejenis. Fenomena terangkatnya batik Indonesia. Semakin tumbuhnya industri ekonomi kreatif terutama di bidang fesyen 	<ol style="list-style-type: none"> Aplikasi pengembangan motif batik anak yang didesain khusus untuk sepatu, dengan menyesuaikan tren dan minat anak terkini. Perluasan variasi produk dengan batasan usia memberikan alternatif kepada konsumen dan sebagai nilai tambah. 	<ol style="list-style-type: none"> Eksplorasi karakteristik desain pada sepatu, baik dari segi bentuk maupun motif batik.
THREATS (T)	S-T STRATEGIES	W-T STRATEGIES
<ol style="list-style-type: none"> Persaingan dengan produk sepatu anak yang lebih murah dan beredar luas. Produk impor yang akan semakin banyak karena perdagangan bebas AFTA. 	<ol style="list-style-type: none"> Pengembangan desain yang beragam secara rutin berkala agar konsumen tidak bosan. 	<ol style="list-style-type: none"> Eksplorasi karakteristik desain untuk menciptakan inovasi pada produk. Menonjolkan sisi edukatif dan karakter nusantara.

Tabel 4.6. Matrik SWOT.

(Sumber: Penulis)

4.3.8. Brief Idea

Brief idea dilakukan dengan mencari beberapa *keyword* perancangan dengan mendeskripsikan berbagai aspek yang berhubungan dan menjadi batasan, kebutuhan, pengembangan, dan eksplorasi dari produk perancangan. Penjabaran aspek-aspek tersebut dikerucutkan menjadi lebih obyektif dan deskriptif yang ditampilkan dalam bentuk *Mind Map* seperti di bawah ini.



Gambar 4.7. *Mind Map* Perancangan.

(Sumber: Penulis)

4.4. Analisa Ergonomi

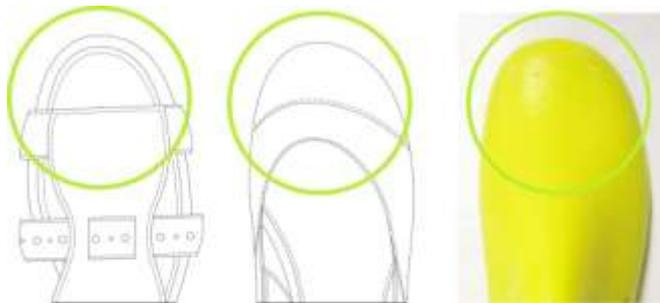
4.4.1. Ergonomi

Solusi dari masalah ergonomi yang terpapar di bab 2 adalah sebagai berikut:

a. Bentuk dasar sepatu

Penyesuaian bentuk dasar sepatu didasarkan pada masalah medis yang sering terjadi pada beberapa bagian kaki. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir cedera pada kaki anak.

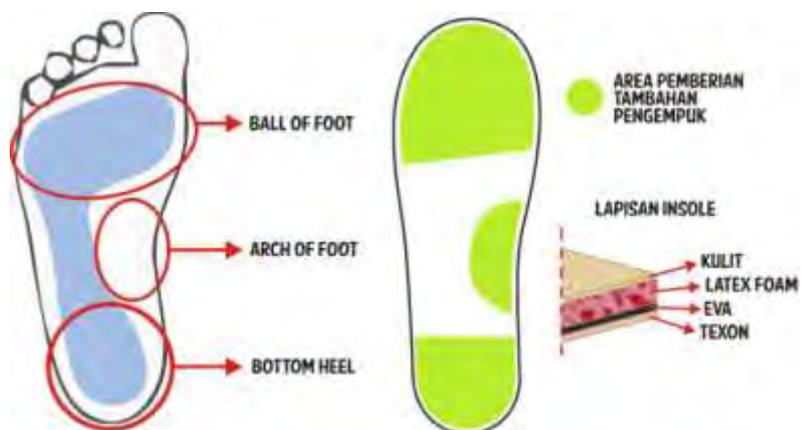
- Cedera ujung kaki - Solusi: desain ujung sepatu yang bulat dan terbuka agar tidak mengganggu pertumbuhan jari anak. Bentuk ini bergantung pada pemilihan *shoe last* yang benar dan sesuai.



Gambar 4.8. Ujung terbuka dan bulat pada sepatu dan *shoe last*.

(Sumber: Penulis)

- Cedera telapak - Solusi: desain *insole* diberi pengempuk khusus di daerah yang sering terjadi keletihan pada telapak kaki dan memakai *latex foam* pada lapisan *insole* karena busa jenis ini paling empuk dibanding jenis lain.



Gambar 4.9. Desain *insole*.

(Sumber: Penulis)

- Cedera pergelangan kaki - Solusi: peletakan *sling-back* yang sesuai dan tidak mengganggu pergerakan kaki serta diberi lapisan pengempuk terutama pada bagian belakang.



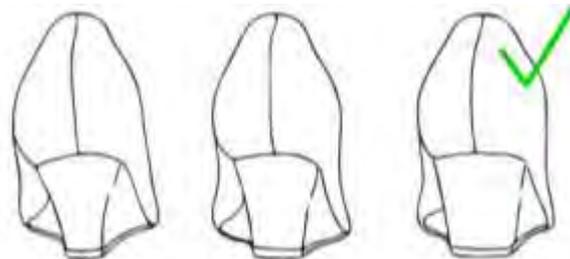
Gambar 4.10. Posisi *sling-back* sepatu.

(Sumber: Penulis)

b. Ketinggian *heel* sepatu

Menurut seorang ahli podiatri Kanada, Stephen Hartman, ketinggian *heel* lebih dari 5 cm dapat menyebabkan cepat timbulnya keletihan pada kaki dan juga beberapa penyakit seperti *bunions* (benjolan) atau osteoarthritis (pengapuran tulang). Semakin tinggi *heel*, semakin besar pula tekanan yang diberikan oleh kaki dan semakin sedikit bidang yang menopang berat tubuh, sehingga semakin besar pula resiko terkena penyakit kaki. Selain ketinggian, lebar *heel* juga berpengaruh karena berfungsi menopang berat tubuh. Semakin kecil lebar *heel*, semakin kaki cepat letih dan menyebabkan ketidak seimbangan ketika berjalan.

Solusi yang diambil untuk hal ini ialah menetapkan tinggi kelandaian antara tumit dan ujung jari, yaitu tidak lebih dari 3 cm. Untuk tinggi *heel* keseluruhan, tidak lebih dari 4 cm, dengan tambahan *platform* 1 cm di bagian depan. Untuk lebar pada *heel*, khususnya *wedges*, dipilih jenis yang paling lebar.



Gambar 4.11. Jenis ketebalan *heel wedges*.

(Sumber: Penulis)

c. Material sepatu

Kriteria pemilihan material sepatu didasarkan pada hal-hal berikut:

- Bertekstur halus - agar tidak melukai permukaan kulit ketika bergesekan
- Aman - tidak mengandung zat-zat kimia yang membahayakan kulit
- Kokoh - mampu menahan beban tubuh dan tekanan ketika digunakan
- Fleksibel - mudah mengikuti bentuk kaki ketika digunakan

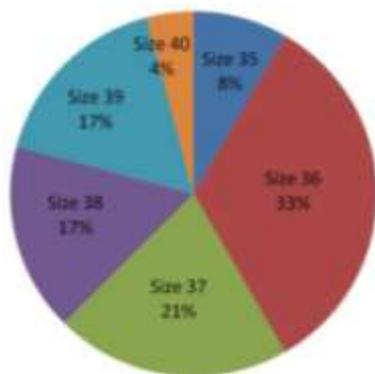
4.4.2. Antropometri Kaki Anak

Dalam jurnal penelitian *Foot Anthropometry of Primary School Children in the South of Thailand* (S. Rawangwong, dkk), data antropometri anak perempuan usia 7-12 tahun didapat sebagai berikut.

Proportion Items	Mean	SD	Percentiles				
			1 % Tile	5 % Tile	50 % Tile	95 % Tile	99 % Tile
1. Foot Length	212,04	15,48	170,00	185,35	215,00	235,00	245,00
2. Foot Breadth Diagonal	86,55	6,50	70,72	75,22	87,52	95,98	101,56
3. Foot Breadth	83,81	7,53	65,94	70,38	85,00	95,00	100,00
4. Heel Breadth	50,32	5,53	40,00	40,00	50,00	60,00	65,00

Tabel 4.7. Antropometri kaki anak perempuan usia 7-12 tahun.

Berdasarkan hasil kuesioner anak, didapat data ukuran sepatu sebagai berikut.



Hasil dari responden 24 anak usia 8-12 tahun menunjukkan rata-rata ukuran sepatu mereka ialah 35-40.

Grafik 4.1. Ukuran sepatu responden (Sumber: Penulis)

Dari kedua sumber data di atas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata ukuran sepatu anak perempuan usia 8-12 tahun ialah 34-39. Berikut adalah tabel ukuran sepatu anak dengan pengelompokan usia anak.

Kids' Shoe Size Conversions					
U.S. Size	EU Size	U.K. Size	Inches	Centimeters	
0.5	16	0	3 1/4	8.3	Infant 0-12 months
1	16	0	3 1/2	8.9	
1.5	17	1	3 5/8	9.2	
2	17	1	3 3/4	9.5	
2.5	18	1.5	4	10.2	
3	18	2	4 1/8	10.5	Toddler 1-4 years
3.5	19	2.5	4 1/4	10.8	
4	19	3	4 1/2	11.4	
4.5	20	3.5	4 5/8	11.7	
5	20	4	4 3/4	12.1	
5.5	21	4.5	5	12.7	
6	22	5	5 1/8	13	
6.5	22	5.5	5 1/4	13.3	
7	23	6	5 1/2	14	
7.5	23	6.5	5 5/8	14.3	
8	24	7	5 3/4	14.6	Little Kids 4-8 years
8.5	25	7.5	6	15.2	
9	25	8	6 1/8	15.6	
9.5	26	8.5	6 1/4	15.9	
10	27	9	6 1/2	16.5	
10.5	27	9.5	6 5/8	16.8	
11	28	10	6 3/4	17.1	
11.5	29	10.5	7	17.8	
12	30	11	7 1/8	18.1	
12.5	30	11.5	7 1/4	18.4	
13	31	12	7 1/2	19.1	Big Kids 8-12 years
13.5	31	12.5	7 5/8	19.4	
1	32	13	7 3/4	19.7	
1.5	33	13.5	8	20.3	
2	33	14	8 1/8	20.6	
2.5	34	1.5	8 1/4	21	
3	34	2	8 1/2	21.6	
3.5	35	2.5	8 5/8	21.9	
4	36	3	8 3/4	22.2	
4.5	36	3.5	9	22.9	
5	37	4	9 1/8	23.2	
5.5	37	4.5	9 1/4	23.5	
6	38	5	9 1/2	24.1	
6.5	38	5.5	9 5/8	24.4	
7	39	6	9 3/4	24.8	
					Women's U.S. Equivalents
					5
					5.5
					6
					6.5
					7
					7.5
					8
					8.5

Tabel 4.8. Ukuran sepatu anak.

(Sumber: <http://www.shoesize.com>)

4.5. Analisa Estetika

Aspek estetika merupakan hal paling utama dalam mendesain. Analisa ini bertujuan untuk membangun *image* produk, memberikan keunikan dan identitas pada produk agar menarik dan dapat diterima di pasar.

4.5.1. Analisa Tren

Studi tentang tren mempunyai peran penting terhadap produk fesyen dan selalu berubah setiap musim dengan siklus yang bersifat baru maupun berulang. Studi ini bertujuan menentukan keseluruhan desain, baik dari segi bentuk, warna, dan motif. Untuk tren sepatu, tidak lepas dari pengaruh produk fesyen lainnya terutama pakaian. Untuk perancangan ini, tren musim yang diacu ialah *Spring/Summer* karena Indonesia merupakan negara sub tropis sehingga tidak membutuhkan acuan *Fall/Winter*.



Gambar 4.12. Tren 2014-2015 untuk anak perempuan.

(Sumber: Berbagai sumber)

Beberapa kriteria tren yang diambil untuk perancangan ini ialah:

1. Jenis sepatu anak yang selalu menjadi tren dari musim ke musim ialah *ballet flat*, *oxford*, dan *sandal*.

2. Tren warna yang diacu ialah dari palet *bright colors* dan *tropical*, karena sesuai dengan konsep bentuk sepatu yang *Fun*, terbuka, dan sesuai dengan iklim Indonesia.
3. Tren motif yang diambil ialah motif flora, karena bersifat *timeless* dan akan selalu menjadi tren dari musim ke musim. Selain itu, motif flora lebih melambangkan karakter anak perempuan.
4. Berdasarkan survei pasar, untuk tren sepatu anak perempuan di Indonesia yaitu *ballet flat* dan *wedges*, dimana semakin banyak muncul di pasaran karena permintaan konsumen yang tinggi.

4.5.2. *Image Board*

Pembuatan *image board* bertujuan untuk mendapatkan gambaran bentuk dasar produk sesuai dengan karakter dan kebutuhan desain yang telah ditentukan. Kriteria *image board* didasarkan pada karakteristik *FUN & CASUAL*.



Gambar 4.13. Area desain produk pada *image board*.

(Sumber: Penulis)

4.5.3. Analisa Bentuk Sepatu

Studi analisa bentuk dilakukan untuk dapat lebih memahami interpretasi dari konsep yang ingin dicapai secara visual. Hal ini juga dikaitkan dengan variabel lain untuk mendukung *statement* kekuatan produk ini sebagai produk yang layak jual. Hasil studi nantinya akan menampilkan beberapa alternatif bentuk untuk memperkaya konteks dari pemahaman konsep yang ingin dicapai.

- **Analisa Upper**

Analisa ini dilakukan dengan membandingkan jenis-jenis *upper* sepatu yang mengacu pada variabel kenyamanan, sirkulasi udara, minat anak, minat orang tua, *image casual*, dan tren pasar. Nilai pada variabel minat anak dan orang tua diperoleh dari data kuesioner dan wawancara.

SCORE (1-5)	Kenyamanan	Sirkulasi Udara	Minat Anak	Minat Orang Tua	Image Casual	Tren Pasar	TOTAL
Ballet pump 	5	4	4	4	4	5	26
Boots 	2	1	2	1	2	3	11
Slip-On 	5	3	3	4	4	4	23
Oxford 	4	3	3	3	3	5	21
Sandal 	4	5	3	4	5	5	26

Tabel 4.9. Komparasi bentuk *upper* sepatu.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Berdasarkan analisa hasil komparasi di atas, jenis *upper* yang akan diterapkan pada konsep ialah jenis *ballet flat*, *slip-on*, *oxford*, dan *sandal*.

Pada *upper* sepatu terdapat bagian ujung sepatu yang dimana mempunyai beberapa jenis dan bentuk, diantaranya ialah *pointy*, *almond*, *oval*, *round*, *square*, *peep-toe*, dan *open*. Masing-masing bentuk ujung sepatu ini mempengaruhi fungsi dan *image* pada sepatu tersebut.

SCORE (1-5)	Pointy	Almond	Oval	Round	Square	Peep-toe	Open
KENYAMANAN	2	2	3	3	3	3	4
SIRKULASI UDARA	2	2	3	3	3	4	5
IMAGE CASUAL	1	1	4	4	1	4	5
TOTAL	5	5	10	10	7	11	14

Tabel 4.10. Komparasi bentuk ujung sepatu.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Berdasarkan analisa hasil komparasi di atas, bentuk ujung sepatu yang akan diterapkan pada konsep desain ialah bentuk *oval*, *round*, *peep-toe*, dan *open*.

- **Analisa Outsole**

Analisa ini bertujuan untuk membandingkan jenis-jenis sol sepatu yang mengacu pada variabel kenyamanan, keamanan, minat anak, minat orang tua, *image casual*, dan tren pasar. Nilai pada variabel minat anak dan orang tua diperoleh dari data kuesioner dan wawancara.

SCORE (1-5)	Kenyamanan	Keamanan	Minat Anak	Minat Orang Tua	Image Casual	Tren Pasar	TOTAL
Wedges 	3	3	4	3	4	5	22
Platform 	3	2	2	1	3	2	13
Kitten 	2	3	3	2	1	3	14
Stiletto 	1	1	1	1	1	1	6
Flat 	5	5	4	5	5	5	29
Chunky 	1	1	1	1	1	1	6

Tabel 4.11. Komparasi jenis sol.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Berdasarkan analisa hasil komparasi di atas, jenis sol yang akan diterapkan pada konsep desain ialah *flat* dan *wedges*.

Untuk sol *wedges*, ketinggian yang disarankan untuk diaplikasikan pada sepatu anak ialah tidak lebih dari 4 cm agar tidak mempengaruhi pertumbuhan kaki anak sehingga tetap aman dan nyaman, serta memakai jenis *heel* yang paling tebal agar menjaga keseimbangan anak ketika berjalan.

4.5.4. Analisa Material Utama

Analisa ini bertujuan untuk mengidentifikasi material yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan beserta proses produksinya untuk kemudian diaplikasikan kepada sepatu anak untuk dijadikan material utama.

Material utama untuk *upper* ialah kulit. Ada dua jenis kulit yang menjadi pertimbangan untuk konsep produk ini, yaitu kulit hewan (asli) dan kulit sintesis (buatan). Kedua jenis ini mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Aspek yang menjadi pertimbangan ialah harga, kemudahan didapat (stok pasar), kekuatan, variasi tekstur, variasi warna, dan bidang cetak.

KOMPARASI	Kulit Asli	Kulit Sintesis
Harga	(-) Relatif mahal dan harga tergantung pada jumlah <i>feet</i> . Semakin banyak jumlah <i>feet</i> , maka akan semakin mahal.	(+) Relatif murah dan harga dihitung menurut jumlah per meter.
Kemudahan Didapat (Stok Pasar)	(-) Ketersediaan stok tidak tentu, bahkan memungkinkan tidak keluar stok lagi.	(+) Selalu tersedia dan mudah ditemukan di pasaran.
Kekuatan	(+) Baik.	(-) Kurang.
Variasi Tekstur	(+) Banyak dan tekstur sesuai jenis hewan.	(+) Banyak dan menyerupai tekstur aslinya.
Variasi Warna	(-) Lebih sedikit	(+) Lebih banyak, cocok untuk konsep produk yang <i>colorful</i> .
Bidang Cetak	(-) Ukuran tergantung jumlah <i>feet</i> pada setiap lembarnya sehingga lebih sulit saat mengatur pola untuk <i>diprint</i>	(+) Berupa lembaran meteran sehingga mudah mengatur pola untuk <i>diprint</i>

Tabel 4.12. Komparasi kulit hewan dan kulit sintesis.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Jenis kulit yang akan dipakai untuk produk perancangan ini ialah kulit sintesis. Dari beberapa aspek pertimbangan di atas, kulit sintesis lebih unggul dan dirasa sesuai untuk konsep produk sepatu ini. Kulit sintesis ini nantinya akan diaplikasikan baik pada material *printing* maupun non-*printing*.

Analisa material yang selanjutnya ialah analisa dilihat dari jenis tekstur yang cocok untuk diaplikasikan motif batik. Dibandingkan dengan material lain seperti kain, kulit memiliki tampilan mengkilap sehingga kualitas motif lebih indah dan terkesan eksklusif. Pemilihan tekstur kulit didasarkan atas faktor kemudahan didapat karena desain harus menyesuaikan ketersediaan material di pasar. Selain itu, variasi warna merupakan hal penting karena konsep produk ini menggunakan warna-warna cerah. Hal yang tidak kalah pentingnya ialah penyesuaian motif pada tekstur yang cocok dan dapat terlihat jelas. Pemilihan tekstur kulit yang terlalu ramai akan mengganggu dan mempengaruhi motif batik.

TEKSTUR	Mudah Didapat	Variasi Warna	Penyesuaian Motif	Casual	TOTAL
Buaya 	2	2	1	2	7
Ular 	2	3	1	2	8
Sapi 	5	5	4	4	18
Shiny Patent 	5	5	4	4	18
Suede 	4	4	4	4	16
Glitter 	3	4	1	3	11
Fur 	2	2	1	3	8

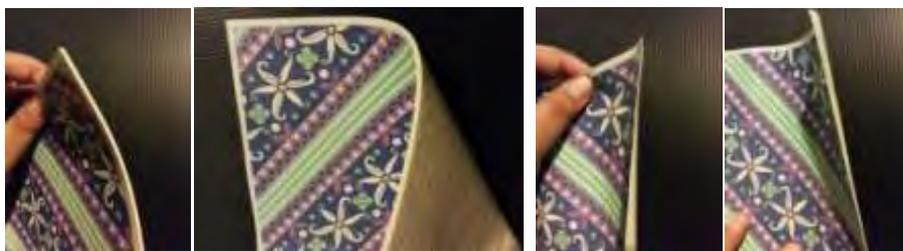
Tabel 4.13. Komparasi tekstur pada material.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Jenis tekstur kulit yang akan diaplikasi pada desain ialah bisa bervariasi, seperti tekstur sapi, *shiny patent*, dan *suede*. Ketiga jenis tersebut selain mudah didapat, juga sesuai untuk digabungkan dengan motif batik karena bertekstur polos.

Dengan beragam tekstur kulit sintesis, perlu dilakukan analisa untuk mengetahui jenis tekstur yang cocok untuk diaplikasikan *printing* motif. Analisa ini dilakukan dengan mencetak motif di semua jenis tekstur untuk mendapatkan hasil yang sesuai. Jenis tekstur yang dianalisa ialah *suede*, *shiny patent*, dan *nappa*. Beberapa hasil analisa ini, antara lain:

1. Tekstur *suede* memiliki karakteristik halus dengan serat-serat bulu. Jenis ini tidak dapat melalui proses *printing* karena serat-serat bulu tersebut akan mengganggu bahkan merusak mesin *printing* ketika dicetak. Motif pun tidak akan tercetak dengan baik karena jenis tekstur ini tidak menyerap tinta dengan baik.
2. Tekstur *shiny patent* memiliki karakteristik kasat dan mengkilap. Jenis ini juga tidak dapat melalui proses *printing* dikarenakan sifat tekstur yang tidak berpori sehingga tidak dapat menyerap tinta ketika dicetak.
3. Tekstur *nappa* merupakan jenis yang paling cocok untuk dijadikan material *printing*. Jenis ini memiliki pori lebih besar sehingga dapat menyerap tinta dan menjaga kualitas warna dengan baik. Ada banyak jenis *nappa* sintetis tergantung kualitas kekuatan material tersebut. Ciri-ciri kulit yang baik ialah ketika ditarik melar tidak mudah robek dan setelah ditarik tidak menimbulkan kerutan. Setelah dilakukan survei pasar, didapat jenis *nappa* sintetis untuk produk ini, yaitu jenis Chili-Super (tebal) untuk *upper* dan CCI-Super (tipis) untuk lapisan sol *wedges*.



Gambar 4.14. Hasil percobaan *printing* pada jenis tebal dan tipis.

(Sumber: Penulis)

Dari hasil percobaan, dua jenis ini dapat menyerap tinta dan menampilkan warna dengan baik. Untuk menguji ketahanan tinta, hasil *printing* ini digosok dengan air dan hasilnya tinta warna tidak pudar.

Selain kulit, analisa material sol juga merupakan hal utama karena mempengaruhi desain bentuk keseluruhan sepatu dan juga kenyamanan serta keamanan pengguna. Berikut adalah komparasi material sol yang tersedia umum di pasaran.

Jenis	Keterangan
<p>Rubber</p> 	<p>(+) Kuat dan lebih lentur dibanding bahan yang lain (+) Awet (-) Lebih licin dan lebih berat</p>
<p>PU</p> 	<p>(+) Tahan terhadap minyak (oil resistant) (+) Anti slip & ringan (+) Harganya lebih murah</p>
<p>PVC</p> 	<p>Terbuat dari lebih banyak bahan plastik dan sedikit karet (+) Ringan (+) Tekstur keras sehingga kuat (-) Licin dan kurang elastis</p>
<p>Plastic</p> 	<p>Biasanya dipakai untuk boots hujan (+) Varian warna lebih banyak (+) Tahan air (-) Hanya cocok untuk beberapa jenis sepatu tertentu</p>
<p>Leather</p> 	<p>(+) Terkesan mahal dan elegan (-) Hanya cocok untuk sepatu formal (-) Mudah tergores dan licin</p>
<p>Wood</p> 	<p>(+) Kuat (-) Mahal (-) Berat</p>

Tabel 4.14. Komparasi material sol.

(Sumber: Berbagai sumber)

Kesimpulan: Material sol yang dipilih ialah bahan PU karena mengutamakan keamanan dengan sifatnya yang anti *slip* dan ringan. Untuk material sol *wedges*, memakai bahan PVC karena ringan dan kuat dengan lapisan material PU di bagian bawahnya agar tidak licin.

4.5.5. Studi Warna

Studi ini bertujuan untuk membahas tentang konsep warna dan kombinasinya sebagai *product color identity* yang sesuai diterapkan ke dalam desain. Pendekatan konsep warna dilakukan dengan mempelajari psikologis warna dan warna dalam konsep dasar yang telah disimpulkan (berdasarkan tema), kemudian menyimpulkan keterkaitan antar keduanya untuk mendapatkan warna yang menjadi konsep produk. Beberapa kriteria yang disimpulkan untuk analisa warna ini ialah:

- Kesesuaian jenis palet warna dengan minat anak - didapat dari hasil kuesioner yang menyatakan bahwa mereka cenderung menyukai warna *bright* dan pastel.
- Kesesuaian jenis palet warna dengan tema desain - desain bentuk sepatu memiliki *image fun, casual*, dan terbuka, sehingga palet warna yang diacu ialah *tropical* dan *eye catchy*.
- Kesesuaian palet warna dengan tren - setelah menentukan jenis warna melalui tema, maka palet warna dapat diambil dari tren warna anak. Acuan warna ini dapat diaplikasikan pada warna kulit dan warna motif batik.
- Kesesuaian warna dengan ketersediaan stok kulit di pasaran - tidak semua warna kulit bisa dicocokkan dengan konsep palet warna karena tergantung ketersediaan stok di pasar. Oleh karena itu, penggunaan palet warna akan difokuskan pada motif batik dan disesuaikan dengan warna kulit yang ada.



Gambar 4.15. Konsep warna.

(Sumber: Penulis)

Konsep *Fun* melambangkan keceriaan, optimis, dan aktif. *Tropical* dan *Eye Catchy* melambangkan kepercayaan diri dan *colorful*.

4.5.6. Analisa Motif Batik Anak

Pemilihan motif batik untuk diaplikasikan pada sepatu disesuaikan dengan karakter anak perempuan, yaitu dari segi bentuk motif yang lebih simpel dan pemilihan warna yang sesuai dengan tren dan minat anak. Pemilihan flora untuk corak batik didasarkan pada karakteristik user, yaitu melambangkan feminim atau perempuan. Selain itu, corak flora bisa dibuat tidak terlalu besar motifnya, karena harus disesuaikan dengan ukuran sepatu. Seperti contoh, lain halnya dengan motif fauna, tokoh, atau rumah adat, yang cenderung motifnya harus besar agar terlihat jelas karakter apa yang dimaksud.

MOTIF EDUKASI BATIK	Keindahan Motif	Eksplorasi Variasi Motif	Kemudahan Pembuatan Motif	Minat User Anak	Minat User Orang Tua	Nilai Ikonik	TOTAL
Flora 	5	5	4	4	4	3	25
Fauna 	4	5	3	4	3	3	22
Perwayangan 	4	2	2	2	2	5	17
Bangunan Bersejarah 	3	2	1	2	3	4	15
Seni Budaya (alat musik, senjata tradisional) 	2	3	3	2	3	4	17

Tabel 4.15. Komparasi motif untuk batik anak.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Motif batik yang akan diaplikasi ialah edukasi flora Indonesia. Di samping motif flora lebih unggul berdasarkan variabel pada tabel di atas, motif flora juga lebih terkesan feminim sehingga cocok untuk sepatu anak perempuan.

Aplikasi flora ke dalam motif batik mengalami penyederhanaan bentuk, karena disesuaikan dengan karakter anak, yaitu simpel dan tidak terlalu detail agar mudah dipahami. Penggunaan warna pada motif cenderung disesuaikan dengan warna asli pada flora, dan warna lain pada batik menyesuaikan dengan warna flora tersebut. Hal ini bertujuan agar penanaman *image* flora khas Indonesia tersebut dikenali dan tersampaikan kepada anak. Tetapi tidak menutup kemungkinan warna pada motif flora disesuaikan dengan konsep palet warna agar tidak monoton.

Pemilihan motif flora yang diangkat ialah flora khas Indonesia. Setiap provinsi di Indonesia, mempunyai khas flora masing-masing. Jumlah flora yang diangkat sangat banyak dan berpotensi dijadikan motif batik. Flora yang dipilih ialah yang berbentuk bunga dan yang mempunyai bentuk unik, karena agar mudah dibuat dan terlihat jelas ketika dijadikan motif batik. Berikut adalah daftar flora khas Indonesia.

Nama Flora & Asal	Gambar	Nama Flora & Asal	Gambar
Bunga Cempaka Wangi (Bungong Jeumpa) -Aceh- ✓		Anggrek Hitam -Kalimantan Timur- ✓	
Bunga Kenanga -Sumatera Utara- ✓		Anggrek Larat -Maluku- ✓	
Pohon Andalas -Sumatera Barat- ✓		Anggrek Larat -Maluku- ✓	

<p>Ajan Kelincung -NTB-</p>		<p>Jeruk Kunci -Bangka-</p>	
<p>Rafflesia -Bengkulu-</p>		<p>Buah Lontar -Sulawesi Selatan-</p>	
<p>Buah Merah -Papua Barat-</p>		<p>Bunga Kantil -Jawa Tengah-</p>	
<p>Bunga Sedap Malam -Jawa Timur-</p>		<p>Cendana -NTT-</p>	
<p>Cengkeh -Maluku Utara-</p>		<p>Daun Sirih -Riau-</p>	
<p>Ebony -Sulawesi Tenggara-</p>		<p>Gaupasa -Gorontalo-</p>	

Pinang Merah -Jambi-		Kasturi -Kalimantan Selatan- ✓	
Bunga Ashar -Lampung- ✓		Pohon Macegau -Bali-	
Pohon Matoa -Papua-		Pohon Tengkawang -Kalimantan Barat-	
Duku -Sumatera Selatan-		Tenggaring -Kalimantan Tengah-	

Tabel 4.16. Jenis flora khas Indonesia.

(Sumber: Berbagai sumber)

Kesimpulan: Flora yang dijadikan acuan utama ialah flora yang berbentuk bunga dan memiliki bentuk unik, agar mudah dikenali ketika dijadikan motif batik. Flora khas Indonesia ini merupakan ornamen utama pada batik.

Morfologi Penyederhanaan Bentuk

Bunga Sedap Malam



Bunga Kenanga



Daun Sirih



Rafflesia Arnoldi



Gambar 4.16. Penyederhanaan bentuk flora.

(Sumber: Penulis)

Untuk ornamen pengisi, motif yang diambil merupakan bentuk yang lebih bebas dan abstrak. Seperti tumbuhan menjalar, daun, atau binatang.



Gambar 4.17. Motif ornamen pengisi.

(Sumber: Penulis)

Sama halnya dengan ornamen pengisi, motif pinggiran yang diambil dapat berupa bentuk yang lebih bebas dan abstrak. Bisa juga memasukkan motif ornamen utama agar lebih menonjolkan motif flora tersebut.



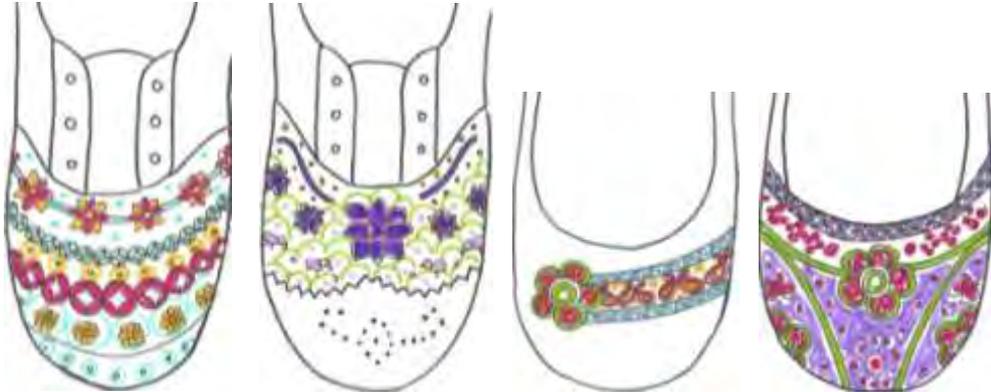
Gambar 4.18. Motif pinggiran.

(Sumber: Penulis)

Eksplorasi Motif

Salah satu konsep produk ini ialah aplikasi motif yang menyesuaikan bentuk pola sepatu untuk mendapatkan unsur estetika dalam sebuah konsep *patterned shoes* (sepatu bermotif). Penyesuaian motif terhadap bentuk pola memiliki beragam alternatif yang menarik untuk dieksplorasi. Beberapa di antaranya ialah:

1. Eksplorasi motif pada bagian ujung sepatu. Bentuk ujung sepatu diambil dari jenis *oxford* dan *ballet flat*.



Gambar 4.19. Eksplorasi motif pada ujung sepatu jenis *oxford* dan *ballet flat*.

(Sumber: Penulis)

2. Eksplorasi motif pada bagian *upper* dan sol sepatu jenis *wedges*. Salah satu metode aplikasinya ialah motif yang seolah menyatu antara *upper* dan sol (seperti gambar 1 dan 3); dan peletakan motif utama pada bagian yang terlihat jelas (seperti gambar 2).



Gambar 4.20. Eksplorasi motif pada *upper* dan sol *wedges*.

(Sumber: Penulis)

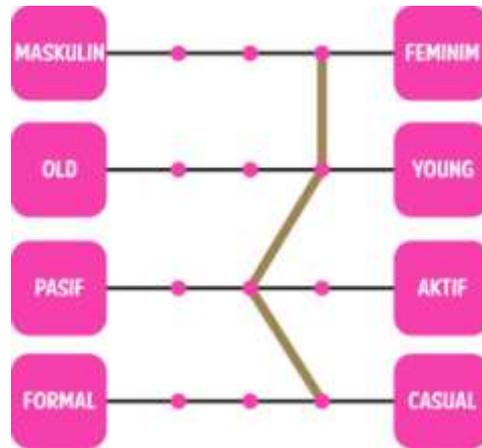
4.5.7. Logo dan *Branding*

Penentuan *branding identity* didasari pada karakter *user* serta *image* yang ingin dicapai oleh konsep desain. Unsur-unsur identitas dari produk akan diterapkan pada komposisi grafis. Penentuan branding dilakukan melalui skema warna, identitas konsep produk, *image board* logo, dan desain kemasan.

Brand FLO merupakan akronim dari “Flora”, yang berhubungan dengan konsep motif batik pada produk ini, yaitu flora Indonesia. Kata “FLO” dipilih dengan pertimbangan kemudahan diingat dan pengucapannya tidak sulit.

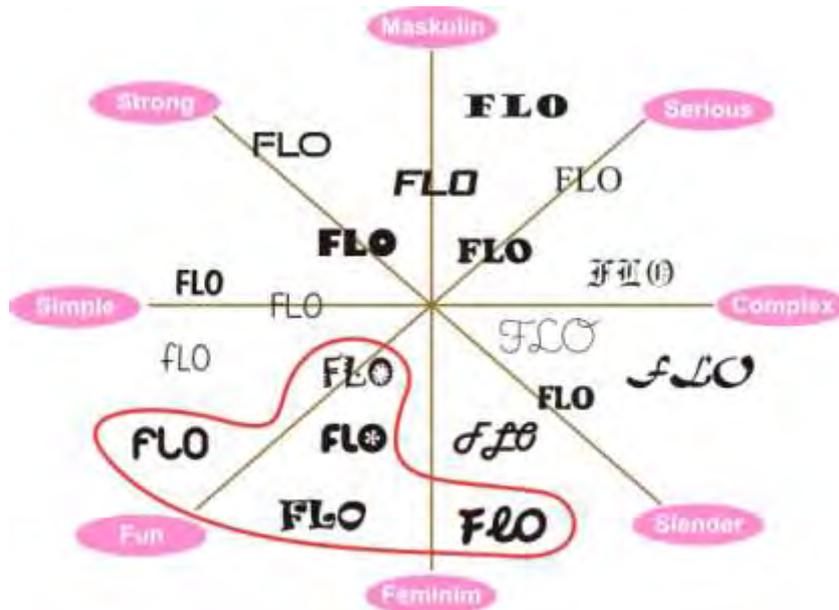
Kesesuaian logo dicapai dengan menerapkan bahasa morfologi dari konsep *fun-casual-educative*.

Image Board Logo FLO



Gambar 4.21. Bahasa morfologi logo FLO.

(Sumber: Penulis)



Gambar 4.22. Image board font FLO.

(Sumber: Penulis)

Logo Produk



“FLO” merupakan akronim dari kata flora, karena disesuaikan dengan konsep motif batik pada sepatu ini, yaitu flora Indonesia. Pemilihan warna serta bentuk logo didasari *image* yang mencerminkan feminim, *young*, dan *casual*.

Desain Kemasan

Kemasan merupakan salah satu bagian yang terpenting karena merupakan satu kesatuan dari produk utama yang mempengaruhi kualitas produk tersebut. Kemasan sepatu biasanya berfungsi juga sebagai wadah penyimpanan sehingga harus awet dan tahan lama. Beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam desain kemasan, ialah:

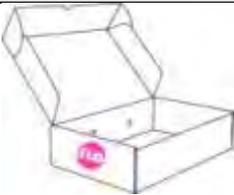
Dari segi estetik :

- Jati diri atau citra produk.
- Informasi tentang detail produk.
- Merk dan identitas produsen.
- Promosi produk.

Dari segi fungsi :

- Sebagai daya tarik/pemikat.
- Sebagai pelindung sepatu.
- Mudah dibuka.
- Mudah dibawa.
- Kemudahan memproduksi.

Berikut adalah alternatif bentuk kemasan didasarkan pada variabel harga, kekuatan, kemudahan produksi, dan kemudahan dibawa.

Bentuk	Harga	Kekuatan	Kemudahan Produksi	Kemudahan Dibawa	Total
1. 	3	4	4	4	15
2. 	3	3	4	2	12
3. 	2	3	3	2	10
4. 	4	2	4	3	13

Tabel 4.17. Komparasi bentuk kemasan.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Bentuk kemasan yang diterapkan ialah nomor 1 karena lebih unggul dalam segi harga, kekuatan, tingkat kesulitan proses produksi, dan kemudahan dibawa.

Berikut adalah alternatif material kemasan didasarkan pada variabel harga, kekuatan, kemudahan produksi, dan kemudahan dibawa.

Material	Harga	Kekuatan	Keawetan	Kemudahan Produksi	Total
Mika vakum	2	3	3	2	10
<i>Corrugated paper</i> (dus)	4	4	4	3	19
Karton	3	3	3	3	12
<i>Styrofoam</i>	3	2	2	2	9

Tabel 4.18. Komparasi material kemasan.

(Sumber: Penulis)

Kesimpulan: Material kemasan yang diterapkan ialah *corrugated paper* karena lebih unggul dalam segi harga, kekuatan, keawetan, dan tingkat kesulitan proses produksi. Grafis pada kemasan dicetak dengan *printing* dan pemotongan pola dasar kemasan dilakukan dengan *laser cutting* agar presisi.

4.6. Analisa Teknis Produksi

Teknis produksi berhubungan tentang teknik pengaplikasian material pada produk agar sesuai dengan pola sepatu dan mampu menampilkan karakter khas dari material tersebut. Teknis produksi diperlukan sebagai pedoman proses produksi agar terhindar dari kesalahan dan untuk menjaga efisiensi waktu dan biaya produksi.

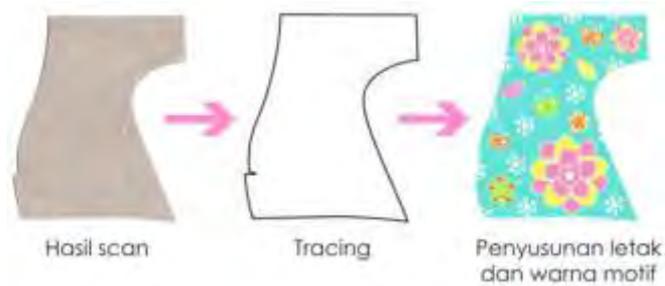
4.6.1. Teknik Aplikasi Motif pada Pola

Perbedaan utama konsep perancangan ini ialah teknik pengaplikasian motif batik pada sepatu. Umumnya, sepatu batik di pasaran menggunakan kain batik yang sudah tersedia lalu menempelkannya pada pola sepatu. Sehingga, metode ini mempunyai beberapa kekurangan, antara lain:

- Letak motif pada bagian sepatu tidak sama antara kiri dan kanan.
- Ukuran motif tidak bisa menyesuaikan dengan ukuran sepatu.
- Terbatasnya pengambilan motif tertentu sehingga material terbuang percuma.
- Jenis motif dan warna batik terbatas.

Semua kekurangan di atas dapat diatasi dengan metode pembuatan motif batik manual. Maksud dari metode ini ialah mendesain motif batik sendiri dan meletakkan motif tersebut pada pola sepatu dengan bantuan *software digital*. Metode ini memberikan keleluasaan dalam mendesain motif batik dan aplikasinya pada pola, sehingga menjadi nilai keunikan dan estetika tersendiri. Tahapan proses dari metode ini, yaitu:

1. Pembuatan pola sepatu
2. Pola sepatu di-*scan* untuk diambil bentuknya dengan bantuan *software*. Langkah ini biasa disebut dengan *tracing*.
3. Hasil dari *tracing* kemudian diberi motif yang diatur sesuai selera dan diberi warna.

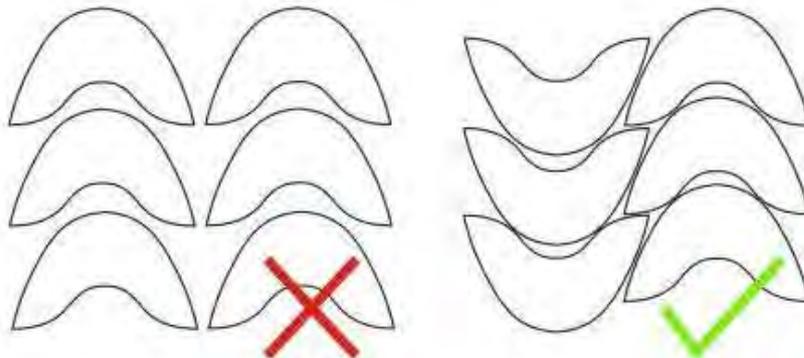


Gambar 4.23. Alur pembuatan motif pada pola sepatu.

(Sumber: Penulis)

4.6.2. Teknik Pola dan *Printing*

Dalam teknis *printing* pada kulit, perlu diperhatikan dua hal penting yaitu peletakan pola dan arah kelenturan kulit. Dalam tahap pembuatan sepatu, proses menempel pola pada material sepatu sebelum digunting harus diatur agar material tersebut tidak terbuang percuma sehingga meminimalisir biaya produksi. Hal ini juga diterapkan pada peletakan pola yang diatur pada *file digital*.



Gambar 4.24. Tata cara pengaturan letak pola sebelum dicetak/digunting.

(Sumber: Penulis)

Selain pengaturan letak pola, hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah arah elastisitas material, dalam kasus ini adalah kulit sintesis. Arah kelenturan ini diperlukan ketika tahap pemasangan *upper* pada *shoe last*, yaitu menarik material sekuat-kuatnya agar tidak timbul kerutan. Arah kelenturan ini didasarkan pada arah jahitan pada material, yang sebaiknya dengan arah diagonal.

4.7. Analisa Market

4.7.1. Potensi Pasar

a. Pola pembelian

Pola pembelian masyarakat dalam negeri terbagi dua, ada yang membeli eceran dan ada yang grosir untuk dijual kembali.

b. Target pemasaran yang hendak dicapai

Target pemasaran yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

- Mempromosikan dan memperkenalkan sepatu khusus anak perempuan usia 8-12 tahun kepada para orang tua dan anak, baik secara langsung maupun secara *online*.
- Meningkatkan ketertarikan para orang tua dan anak pada edukasi dan estetika motif batik di sepatu anak.

4.7.2. Segmentasi Pemasaran

a. Kedudukan produk sebagai *daily wearable*

Produk sepatu ini berkonsep *casual* sehingga fungsi sepatu dapat beragam untuk dikenakan di berbagai acara. Motif batik dapat dijadikan media edukasi kepada anak tentang ragam flora Indonesia.

b. Daya jangkauan konsumen terhadap harga produk

Harga produk ini ditujukan untuk kelas ekonomi menengah hingga menengah ke atas dengan harga yang relatif terjangkau.

c. Target konsumen

- Demografis

Konsumen Primer

Usia : 8-12 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Pelajar

Kelas sosial : Ekonomi menengah hingga menengah ke atas

Konsumen Sekunder

Usia : 30 tahun ke atas

Jenis kelamin : Pria dan wanita

- Pekerjaan : Pegawai, wiraswasta
- Kelas sosial : Ekonomi menengah hingga menengah ke atas
- Geografis
 - Wilayah : Indonesia
- Behavioristis
 - Manfaat : Keunikan dan kualitas
 - Sikap pembeli: Tertarik, positif, menghargai

4.7.3. Tujuan Pemasaran

Tujuan jangka pendek:

- a. Meningkatkan ketertarikan masyarakat dalam negeri akan produk sepatu khusus *tween* dengan motif batik anak.
- b. Menarik pelanggan dengan membuat model sepatu yang beragam dan *up to date* sesuai musim.

Tujuan jangka panjang:

- a. Memenuhi kebutuhan sepatu untuk anak perempuan usia 8-12 tahun di Indonesia.
- b. Mengenalkan dan menanamkan kepada anak akan keindahan motif batik dan unsur edukasi yang terkandung di dalamnya.
- c. Mampu bersaing dengan sepatu anak sejenis, baik dengan produk dalam negeri maupun luar negeri.

4.7.4. Strategi Pemasaran

Salah satu faktor penting dari strategi pemasaran adalah promosi. Karena promosi merupakan alat informasi dari penjual yang ditujukan kepada pembeli untuk menarik perhatian serta memberi tahu mereka tentang produk yang ditawarkan dengan harapan dapat mempengaruhi mereka membeli produk.

Strategi promosi untuk produk ini melalui beberapa metode, yaitu:

1. Promosi secara *online*

Promosi secara *online* merupakan langkah yang paling efektif dalam kesan pertama suatu produk dan terbukti sudah banyak digunakan oleh para

pengusaha karena internet dan penggunaannya semakin meluas seiring perkembangan zaman. Media *online* yang akan digunakan seperti *website*, *blog*, Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya.

2. Promosi melalui media cetak

Media cetak yang akan dipilih seperti majalah, poster, brosur, dan sebagainya.

3. Promosi melalui kegiatan pameran

Pameran merupakan metode paling akurat dalam mengenalkan produk karena konsumen dapat melihat dan mencoba secara langsung produk yang ditawarkan. Kemampuan interaksi dengan pengunjung haruslah baik agar dapat mempresentasikan produk secara jelas.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Anak dengan usia 8-12 tahun, khususnya perempuan, merupakan proses dimana anak mulai menunjukkan sifat, perilaku, dan pemikiran seperti remaja. Apabila tidak diberi perhatian khusus, maka anak akan cepat dewasa atau “matang” bukan pada waktunya. Keadaan ini juga didukung oleh perkembangan teknologi dan pergaulan yang semakin luas. Hal tersebut akan berpengaruh pada cara berpenampilan mereka, khususnya pemakaian alas kaki. Di Indonesia, kebutuhan sepatu untuk anak perempuan usia 8-12 tahun (*tween*) cenderung kurang terpenuhi dikarenakan ukuran kaki mereka yang tergolong ukuran dewasa sehingga mereka terpaksa membeli sepatu dengan ukuran yang tersedia di pasar.

Untuk itu, FLO memberikan pilihan bagi para orang tua dan anak untuk mendapatkan desain sepatu yang sesuai bagi mereka. Produk FLO hadir dengan konsep desain sepatu yang mengikuti kebutuhan, tren, dan minat anak, serta menampilkan karakter nusantara, yaitu motif batik anak, sebagai unsur edukasi dan penanaman rasa bangga terhadap produk Indonesia.

6.2. Kritik dan Saran

Untuk kemajuan industri fesyen dalam negeri, khususnya sepatu anak, diharapkan agar produk FLO terus melakukan pengembangan dan pembaruan. Pengembangan dapat berupa tingkat kenyamanan pada sepatu dan desain yang selalu *up to date* sesuai tren dan musim di Indonesia. Desain motif batik pun terus ditambah dan dikembangkan. Produk pelengkap seperti aksesoris untuk anak juga dikembangkan sebagai daya tarik. Hal ini agar memacu loyalitas konsumen agar terus melakukan pembelian.

BIODATA PENULIS



Sakina Mutiara Rahmawati, putri bungsu dari tiga bersaudara. Lahir di Pontianak pada tanggal 31 Agustus 1991. Pendidikan dilakukan secara nomaden mengikuti tuntutan kerja orang tua yang berpindah-pindah kota. Pendidikan formal dimulai semenjak memasuki usia 5 tahun di TK Terate, Purwakarta. Dua tahun di masa TK dirasa cukup untuk melanjutkan ke tingkat sekolah dasar di SDN Sudirman VII Purwakarta. Lalu saat kelas 2 pindah dan melanjutkan di SD Bani Saleh I Bekasi. Di kota inilah penulis paling lama menetap sampai melanjutkan ke SMP Bani Saleh I.

Pendidikan menengah terakhir sebelum memasuki perguruan tinggi dijalani di SMA Negeri 1 Bekasi. Lalu saat kelas 2 pindah dan melanjutkan di kota kembang, SMA Negeri 12 Bandung. Setelah tamat SMA, penulis melanjutkan ke jenjang lebih tinggi dengan mengikuti ujian masuk Program Mandiri 2009 dan resmi menjadi mahasiswa ITS di Jurusan Desain Produk Industri FTSP-ITS Surabaya dan terdaftar dengan NRP 3409100065. Di Jurusan Desain Produk Industri ini, penulis mengambil fokus Bidang Studi Desain Produk.

Di luar pendidikan formal, penulis aktif mengikuti seminar dan lomba desain, dan pada tahun 2012 berhasil meraih Juara 2 Lomba Desain Kulit dan Produk Kulit yang diselenggarakan oleh Disperindag Jawa Timur. Penulis juga gemar membaca, mengoleksi, dan menggambar komik. Bidang memasak pun ia tekuni karena pengaruh orang tua yang mempunyai usaha di bidang ini.