

Perancangan Diorama Dekorasi Sebagai Peluang Usaha Bisnis Kecantikan

Ma'rifani Fitri Arisa
Universitas Negeri Yogyakarta
marifanifitri@uny.ac.id

Abstrak

Berwirausaha berawal dari bisnis sederhana yang tak terbayangkan, berbagai potensi yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Diorama dekorasi dapat dijadikan peluang usaha yang menjanjikan. Rata-rata semua orang melakukan dekorasi menunjukkan hasil foto kepada calon pengantin, tidak menggunakan perancangan disain miniatur untuk membuat konsep kepada calon pengantin. Oleh karena itu peneliti mencoba membuat peluang usaha dibidang kecantikan berkaitan dengan perancangan diorama dekorasi. Diorama merupakan sejenis benda miniatur Atau replika mini tiga dimensi untuk meningkatkan tampilan umum atau sesuatu dari yang kita rencanakan. Dalam dunia arsitektur diorama maket adalah model miniature atau tiruan dari obyek bangunan yang diperkecil dengan skala tertentu. Menurut Zulfikli (2019: 273) menjelaskan karakteristik dalam sebuah diorama antara lain : isi diorama tidak memakan tempat, dan harus memiliki konsep jelas, dengan adanya merancang diorama dekorasi diharapkan dapat menggambarkan miniatur konsep dekorasi sesuai tema yang diinginkan. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi data. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perancangan diorama bertujuan untuk membuat dekorasi dalam bentuk diorama sesuai dengan keinginan calon pengantin. Perancangan diorama difokuskan pada dekorasi Resepsi, dekorasi photobooth, dekorasi akad nikah.

Keywords: Peluang Usaha, Diorama , dekorasi pelaminan,

INTRODUCTION

Usaha diorama memiliki peluang pasar yang bagus baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Hal ini ditunjukkan dari produk yang diproduksi tidak dalam jumlah yang besar, sehingga terjamin kualitas dari diorama. Menurut Suhartini (2017:15) peluang adalah kesempatan usaha yang dimiliki seseorang untuk melakukan apa yang diinginkannya. Hal ini didukung oleh Stolt (2016:35) yang menyatakan bahwa setiap kesulitan merupakan rintangan, setiap rintangan adalah peluang yang harus di sambut. Menurut Hendro (2011:45) menyatakan bahwa peluang usaha adalah emas, Ada empat langkah untuk menjadi peluang yaitu (1) menentukan sumber peluang; (2) menentukan sektor bisnis; (3) berdayakan kekuatan produk agar dapat nilai jual; (4) evaluasi berdayakan peluang jadi produk

Dulu hanya mengenal model Maket, yang dibuat khusus untuk model rumah, gedung, maupun model tata kelola kota. Seiring dengan kemajuan teknologi pembuatan maket mengalami pergeseran, dimana para seniman lebih mengarah pada model diorama. Hal ini dikarenakan ada kecenderungan para seniman jenuh dengan menampilkan model maket yang lebih menonjolkan skala, dimana semakin besar skala maka semakin menarik. Lain halnya dengan diorama, dalam pembuatannya ada beberapa yang menjadi perhatian selain skala, yaitu bahan yang digunakan. Bahan yang digunakan tidak harus baru dan mahal, kebanyakan para pembuat diorama, bahan bekas juga bisa digunakan untuk menghemat biaya pengeluaran. Dan yang ketiga mengenai warna yang digunakan disesuaikan dengan keadaan pemandangan dan atau lingkungan yang akan dibuat tiruannya. Bagi para pembuat diorama, pewarnaan pada diorama diperlukan teknik tersendiri untuk menghasilkan warna seperti aslinya.

Menurut Hujair Ah. Sanaky (2013:114) pengertian diorama adalah sebuah pemandangan tiga dimensi mini yang bertujuan menggambarkan pemandangan sebenarnya. Menurut Sujana dan Rivai (2016:117) menjelaskan tujuan diorama adalah untuk menggambarkan sesuatu dalam bentuk tiga dimensi dalam bentuk ukuran kecil untuk dapat menjelaskan suatu keadaan yang sebenarnya. Griffith (2013:9) dalam bukunya *Ship Dioramas Bringing Your Models to Life* mengemukakan bahwa: diorama mencakup hal-

hal seperti: terdiri lebih dari satu model, berada di selain dasar polos, dan menceritakan sebuah kisah atau mengilustrasikan tema. Kemudian Griffith juga menjelaskan sedikit tentang karakteristik yang harus di tunjukkan dalam membuat sebuah diorama agar terlihat baik, diantaranya yaitu: 1) Diorama harus secara visual menyenangkan dan memuaskan mental. 2) Diorama seharusnya tidak membosankan. 3) Diorama harus memiliki titik fokus. 4) Diorama harus memiliki cukup 'barang' didalamnya, tetapi tidak terlalu banyak. 5) Diorama harus menceritakan sebuah kisah atau menceritakan sebuah tema. Diorama yang saat ini lebih menonjolkan karakteristik dalam pewarnaan yang mampu memberikan *Value Added* bagi pembuatnya. Misalkan pada pembuatan diorama garasi mobil, pada skala sesungguhnya garasi mobil terdapat drum oli yang berdebu dan terdapat tumpahan oli pada lantai. Maka para seniman tidak hanya menampilkan skala drum oli, tapi juga membuat adonan warna oli dan efek warna debu agar terlihat seperti aslinya. Dari sinilah keterampilan para pembuat diorama diuji untuk menampilkan efek warna oli dan efek warna debu pada drum oli tersebut agar terlihat seperti aslinya.

Berdasarkan observasi peneliti melalui media instagram, saat ini pembuatan diorama (di Indonesia khususnya) lebih berfokus pada tema diorama garasi mobil, diorama parkir, dan diorama jalan raya yang memang diperuntukkan bagi pengkoleksi hotwheels atau koleksi mobil lainnya. Lainnya halnya dengan pembuatan diorama di negara Jerman dan Amerika yang lebih berfokus pada tema diorama model kereta api dan kendaraan militer. Diorama saat ini menjadi booming karena digunakan untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya dari lanskap keadaan sejarah, kejadian alam, dan keadaan kota untuk kebutuhan pendidikan atau fotografi

Dekorasi merupakan bagian yang harus dipersiapkan pada saat pernikahan. Persiapan pernikahan dilakukan jauh-jauh hari. Persiapan pernikahan masa kini sangat jauh dengan persiapan jaman dahulu. Dahulu ketika mengadakan pernikahan fokus pada makanan saja, akan tetapi pada saat ini dianggap sebagai hari spesial dalam seumur hidup, sehingga semuanya harus dipersiapkan dengan matang. Persiapan pernikahan yang harus diperhatikan adalah catering, dekorasi, salon, soundsistem, foto, video. MC, dkk. Pesta pernikahan sekrang

harus dikemas dengan baik agar menjadi berkesan bagi pengantin, keluarga dan tamu yang hadir.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara ke tempat wedding organizer. Data yang diperoleh antara lain nama, foto, nama pengelola, alamat, nomor handphone, barang yang disewakan, harga. Dari data yang diperoleh sebagian besar tidak memiliki web, untuk proses pemasarannya pun dari mulut ke mulut, masih terkesan tradisional, serta jasa – jasa vendor biasanya hanya menyediakan macam-macam tertentu saja khusus bagian dekorasi, sehingga untuk bagian dekorasi terkadang calon pengantin memilih sesuai yang ada di wedding organizer tanpa harus mengutarakan keinginan konsep dekorasi dari calon pengantin.

Melihat banyaknya minat masyarakat yang menyukai diorama maka terciptalah suatu gagasan. Untuk membuat diorama yang berkaitan dengan tata rias. Pada perancangan ini, penulis memfokuskan pembuatan diorama tata rias ke dalam bidang dekorasi. Diorama dekorasi dapat dijadikan peluang usaha yang menjanjikan. Rata-rata semua orang melakukan dekorasi menunjukkan hasil foto kepada calon pengantin, tidak menggunakan perancangan disain miniatur untuk membuat konsep kepada calon pengantin

METHOD

A. Metode penelitian

Perancangan diorama dekorasi menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *triangulasi data* (observasi, wawancara, dokumentasi). Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiono, 2018:15)

B. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data lebih cenderung pada observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiono, 2018: 309). Observasi dilakukan untuk mengasihkan informasi yang akurat. Dalam hal mengobservasi secara detail mengenai konsep-konsep yang sering diminati oleh klien. Wawancara ditujukan untuk menguatkan hasil observasi yang sudah dilakukan. Wawancara yang dilakukan ditujukan kepada orang-orang yang lama terjun dibidang dekorasi. Dokumentasi bisa berupa gambar baik

gambar dilihat dari koleksi foto-foto dari narasumber, atau bisa dilihat dari internet

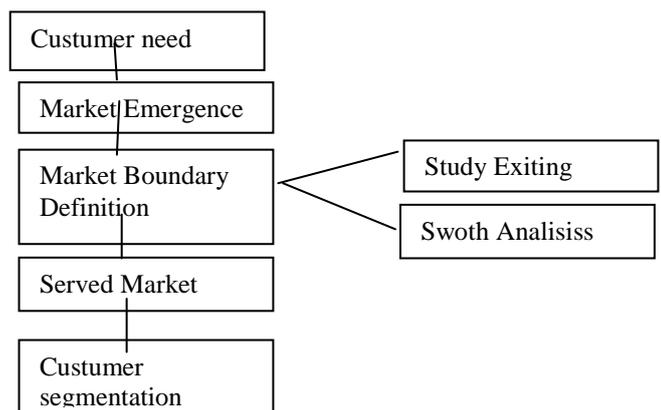
C. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian berlangsung. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Semua data tersebut diolah secara sistematis. Adapun prosedur dalam menganalisis data kualitatif sebagai berikut:

1. Reduksi data, Reduksi data artinya merangkum atau mencari tema dan pola, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya apabila diperlukan.
2. Penyajian data, dilakukan dalam bentuk uraian singkat, dan menggunakan teks naratif.
3. Kesimpulan, kesimpulan harus didukung dengan bukti – bukti yang valid dan konsisten .

D. Prosedur Segmen Disain

Perencanaan strategi memerlukan pengertian yang tepat dalam mengidentifikasi pasar. Langkah pertama dalam mengidentifikasi pasar adalah menentukan kebutuhan klien. Apabila kebutuhan pasar sangatlah luas, maka perlu adanya batas-batas pasar. Berikut ini adalah cara mengidentifikasi pasar :



Gambar 3.1 Identifikasi pasar

Sumber Jain 2019 :37

a. Customer need

Kepuasan konsumen merupakan suatu keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran yang efektif harus bertujuan melayani kebutuhan calon pengantin, dan ingin lebih baik dari pesaing tersebut. Dalam

perancangan didapatkan bahwa calon pengantin nantinya akan mengetahui lebih detail bagaimana bentuk-miniatur dari konsep dekorasi yang mereka inginkan

b. Market Emergence

Kebutuhan calon pengantin dapat menimbulkan peluang pasar potensi pasar sangatlah penting. Dalam perancangan dibutuhkan komunikasi kepada calon pengantin agar dapat mengutarakan keinginan-keinginan konsep dekorasi yang mereka inginkan, kemudian diwujudkan dengan miniatur diorama dekorasi.

c. Market Bondary Definition

Perancangan diorama dekorasi tentu akan ada batasan-batasan pasar, batasan-batasan tersebut akan ditentukan melalui analisis SWOT. Analisis swot dijabarkan sebagai berikut ini:

SWOT	Streingth Dalam diorama akan lebih rinci dan detail disetiap bagian-bagian diorama dekorasi	Weekness Belum adanya diorama berkaitan dekorasi
Oppoathunities Belum adanya diorama dibidang tata rias	W-O membuat diorama berdasarkan konsep dekorasi misalkan konsep resepsi, konsep akad, photoboth	W-O Membuat diorama dekorasi khusus calon pengantin
Threat Kurang adanya variasi dalam diorama	W-T Menggunakan bahan-dan alat yang terbaik dalam pembuatan diorama dekorasi	W-T Membuat diorama berdasarkan permintaan calon pengantin yang akan menjadi daya tarik bagi calon pengantin

Tabel.3.1 Analisis SWOT

Berdasarkan tabel tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa batasan-batasan pasar yang akan ditunjukkan mengarah kepada calon pengantin.

d. Served Market

Pasar yang akan dilayani dalam perancangan diorama dekorasi adalah calon pengantin,

e. Customer Segment

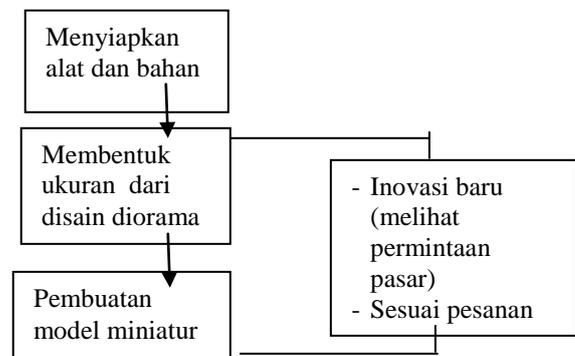
Calon pengantin akan mengidentifikasi keinginan dekorasi. Yang kemudian nantinya akan di wujudkan dalam diorama.

E. Menentukan kosep disain

Penulis membuat konsep dekorasi akad. Pengumpulan data-data berupa model-model dekorasi yang sedang tren. Kemudian penulis menganalisis bahan, alat, yang akan digunakan, dan ukuran diorama yang akan dibuat,

Setelah mengumpulkan dan menganalisis data, perancang akan menentukan konsep yang ingin diwujudkan. Konsep dalam disain diorama deekorasi harus memiliki tema misalkan warna dalam dekorasi akad, mencari beberapa gmbar yang dapat dijadikan sumber inspirasi untuk membuat konsep disain dekorasi.

Dalam pembuatan konsep disain , adapun pemilihan bahan produksi dan pembelian alat dan bahan yang dibutuhkan, Adapun proses pembuatannya dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 3.2 proses pembuatan

Tahapan persiapan dilakukan pembelian atau pemilihan bahan –bahan yang diperlukan .tahapannya pembuatan disain meliputi disian bentuk produk, ukuran disain yang akan dibuat. Proses pembuatan tentu harus berdasarkan inovasi baru (melihat permintaan pasar) atau sesuai pesanan

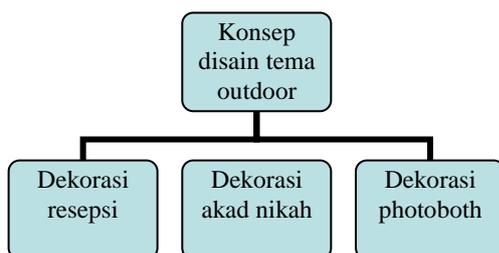
RESULTS AND DISCUSSION

Konsep dan perancangan

Konsep dan perancangan yang akan dibuat modern sesuai dengan perkembangan zaman. Disain yang simpel, dan pemilihan gaya dipilih sesuai rekomendasi dari calon pengantin. Penggunaan gaya modern diterapkan pada setiap item, namun untuk pemilihan warna sedikit berbeda. Penggunaan warna yang berbeda, dikarenakan ada yang menggunakan acara ijab berbeda hari dengan resepsi, sehingga untuk konsep pemilihan warna yang nanti akan dirancang berbeda. Pemilihan warna untuk dekorasi akad nikah nuansa ungu dan putih, sedangkan untuk konsep dekorasi resepsi nuansa baju pengantinnya hijau putih.

Konsep perancangan diorama dekorasi yaitu konsep outdoor. Pemilihan dengan menggunakan konsep outdoor, dikarenakan memiliki keunikan sendiri. Dengan konsep outdoor lebih berkesan akrab, santai, dan kekeluargaan sehingga calon pengantin dapat berbaur dengan para tamu, dapat saling berbincangan dan menyampaikan ucapan terimakasih. Lokasi outdoor yang dipilih, biasanya memiliki beranekaragam view yang menarik dan luas sehingga dapat menampung tamu yang banyak. Konsep perancangan diorama dekorasi dibuat tiga macam yaitu dekorasi resepsi, dekorasi akad nikah, dekorasi photobooth.

Bagian 1 skema konsep perancangan



Perancangan diorama dekorasi menggunakan prinsip disain yaitu kesatuan, proporsi, irama. Kesatuan adalah kualitas hubungan antara bagian-bagian dari elemen komposisi yang menyatu baik dalam bentuk visual ataupun tema (content). Proporsi perbandingan suatu ukuran antara satu dengan lainnya dan satu dengan keseluruhannya. Irama dalam karya seni rupa menjadikan suatu karya menjadi hidup, tidak membosankan. Berikut ini analisis dari diorama dekorasi berdasarkan prinsip disain:

1. Dekorasi akad nikah



Gambar 4.1 Dekorasi akad nikah

Diorama dekorasi akad disusun berdasarkan prinsip disain :Kesatuan, irama dan proporsi. keseimbangan dilihat dari penyusunan layoutnya sudah seimbang, Jarak irama penempatan layout sudah seimbang, proporsi antara alas, dan obyek yang lainnya seimbang.

2. Dekorasi resepsi



Gambar 4.2 dekorasi resepsi

Diorama dekorasi akad disusun berdasarkan prinsip disain :Kesatuan, irama dan proporsi. keseimbangan dilihat dari penyusunan layoutnya sudah seimbang, Irama pada jarak penempatan layout sudah seimbang, masih kurang proporsi dikarenakan miniatur bonekanya lebih besar,

3. Dekorasi photoboth



Gambar 4.3 dekorasi Photoboth

Diorama dekorasi photoboth disusun berdasarkan prinsip disain :Kesatuan, irama dan proporsi. keseimbangan dilihat dari penyusunan layoutnya sudah seimbang, Irama pada jarak penempatan layout sudah seimbang, proporsi antara alas, dan obyek yang lainnya seimbang

Untuk dapat melihat detail hasil rincian perancangan diorama dekorasi sebagai berikut

Konsep	Sumber Ide	Hasil Dioroma	keterangan
Dekorasi akad nikah			<ul style="list-style-type: none"> - Dekorasi akad nikah bernuansa ungu. - Pemilihan warna ungu melambangkan kekuatan besar, keajaiban, kekuasaan, keagungan, dan kaum bangsawan. - Dekorasi akad nikah tidak menggunakan meja dengan konsep outdoor agar tidak terkesan formal. - Dekorasi akad nikah bernuansa rustik - ukuran bingkai P11xL11xT15 cm, - Kayu balsa stick ukuran 7x7x500 mm, Kayu balsa, rumput sintetis, pigura, kain flanel, cat acrylic, cat kayu

Konsep	Sumber Ide	Hasil Dioroma	keterangan
Dekorasi Resepsi			<ul style="list-style-type: none"> - Dekorasi Resepsi menggunakan konsep outdoor bernuansa hijau. Pemilihan warna hijau melambangkan kesejukan dan menangkan mata. - Dekorasi Resepsi tema rustik. - menggunakan kotak akrilik dan baki dengan ukuran 15X15X15
Dekorasi photoboth			<ul style="list-style-type: none"> - dekorasi photoboth mengangakat tema outdoor dengan konsep garden. - Ukuran 7x10 cm, - Bahan dari kayu balsa sheet, Penggaris, silet, gergaji besi, pensil, lem fox, bor, art paper, printer

Layout Diorama

Dalam perancangan diorama dibuat tiga konsep dalam dekorasi antara lain dekorasi resepsi, dekorasi akad nikah, dekorasi photoboth. Proses pembuatan tidak sembarangan, perlu ada tata letak layout yang harus disesuaikan. Berikut adalah tata layout dari diorama dekorasi

Jenis	Layout
Dekorasi akad	Meja akad , bunga, tempat foto, microfont,
Dekorasi resepsi	Bunga, rumput, panggung kecil, miniatur boneka
Dekorasi photoboth	meja, kursi, vas bung, lampu, pigura, buku, rak dinding, tempat foto, karpet,

Proses Pembuatan

Pembuatan dekorasi akad dibutuhkan alat dan bahan seperti Kayu balsa stick ukuran 7x7x500 mm, Kayu balsa, rumput sintetis, Bingkai pigura, kain flanel, cat acrylic, cat kayu mowilex, art paper. Proses pembuatan dekorasi akad adalah (1) Menentukan skala. Hal ini diperlukan untuk menyesuaikan jumlah orang yang akan melihat diorama tersebut. Pada dekorasi akad memiliki ukuran dengan bingkai P11xL11xT15 cm; (2) Menyiapkan bingkai foto, pada bagian dasarnya dipasang rumput sintetis; (3) merakit kayu balsa stick sesuai dengan disain yang diinginkan. Kayu balsa stik dengan ukuran 7x7x500 mm. Kayu balsa ini didesain membentuk sebuah panggung khusus dekorasi akad.;(4) membuat rangkaian layout. Rangkaian layout yang dibutuhkan untuk mengisi dekorasi akad, seperti membuat meja akad, membuat microfont, membuat standing foto; (5) setelah panggung dan Layout sudah jadi, Kemudian dilakukan pengecatan dengan menggunakan cat mowilex. Alasan menggunakan cat mowilex adalah karena pembuat diorama ingin menampilkan warna elegan. Kemudian pada tiang penyangga dipercantik dengan menggunakan pita berwarna ungu, kain satin putih untuk memberikan kesan sakral pada acara akad. Sentuhan akhir di percantik dengan bunga-bunga akad; (6) Membuat Papan foto dengan ukuran 2 x 3 cm dengan menggunakan kayu balsa ukuran 1 mm. Kemudian melakukan edit foto pengantin

dengan program Corel Draw dan di print menggunakan art paper. Dasar penggunaan art paper bagi pembuat diorama adalah apabila foto tersebut di print dengan ukuran yang kecil, maka detail foto masih terlihat dan apabila art paper terkena air maka warna tinta tersebut tidak luntur.

Pembuatan dekorasi resepsi terbagi menjadi beberapa tahapan antara lain (1) menyiapkan kotak akrilik dan baki dengan ukuran 15X15X15; (2) merancang penataan layout seperti penempatan panggung dekorasi dibagian belakang, posisi miniatur boneka dibagian tengah, penempatan bunga-bunganya; (3) menyusun bentuk panggung resepsi dengan menggunakan kayu basal, dan kayu melingkar. Percantik panggung resepsi dengan menggunakan ilalang agar sesuai dengan konsep rustik; (4) pembuatan rumput; (5) penempatan miniatur boneka; (6) percantik disetiap sudut dengan menggunakan bunga-bunga ilalang sesuai konsep rustik.

Pembuatan dekorasi photoboth agar sesuai dengan konsep yang lain, tema pembuatan dekorasi photoboth yaitu garden, dikarenakan lokasi photoboth di outdoor. Ukuran yang akan dibuat adalah 7x 10 cm, alat dan bahan sebagai berikut kayu balsa sheet, Penggaris, silet, gergaji besi, pensil, lem fox, bor, art paper, printer. Tahapan dalam pembuatan diorama photoboth sebagai berikut: (1) menentukan skala yang akan digunakan; (2) membuat desain dinding dengan menggunakan kayu balsa, kemudian di cat warna putih dengan cat acrylic; (3) Pada bagian dasar lantai dilapisi lem kayu putih kemudian ditaburi dengan rumput-rumputan hijau yang terbuat dari serbuk kayu; (4) membuat dan menyusun rangkaian layout yang dibutuhkan untuk mengisi photoboth seperti meja, kursi, vas bunga, buku, lampu. Kemudian diberi warna dengan cat acrylic

CONCLUSION

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Perancangan diorama dekorasi pengantin dilatar belakangi karena belum adanya diorama yang berkaitan dengan tata rias, (2) Perancangan diorama bertujuan untuk membuat disain konsep dekorasi dalam bentuk

diorama sesuai dengan keinginan calon pengantin. (3) Perancangan diorama difokuskan pada dekorasi Resepsi, dekorasi photoboth, dekorasi akad nikah.

Saran :

Saran yang dapat diberikan terkait dengan penelitian ini adalah:

Perancangan diorama dekorasi masih sangat sedikit diharapkan Penelitian selanjutnya untuk dapat mengambil lebih dari berbagai obyek dengan model yang lain

REFERENCES

- [1] Jain . 2019 . Peluang pasar. Jakarta : Erlangga
- [2] Griffith, David. (2013). Ship Dioramas Bringing Your Models to Life. China: Seaforth
- [3] Hujair. As Sanuki 2013. Media Pembelajaran Interaktif-Inovatif. Yogyakarta: Kaubaka
- [4] Hendro, 2011. Dasar - Dasar Kewirausahaan, Erlangga, Jakarta.
- [5] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [6] Suhartini, 2017, Model-model Pemberdayaan Masyarakat, Jogjakarta: Pustaka Pesantren, 2011
- [7] Stoltz, Paul G. 2016. Adversity Quotient Mengubah Hambatan Jadi Peluang. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- [8] Sudjana, Nana dan Ahmad Rivai. 2013. Media Pengajaran. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- [9] Zulfikli (2019). Kerajinan Souverinr Diorama. Sumatera : Universitas Negeri Medan