

Analisis Deskriptif Desain *Totepack Kånken Fjällräven* Berdasarkan Teori Fungsi

MIRZA HASNA SHAVIRA¹, MUHAMAD AGUNG NUGROHO², AGUSTINA KUSUMA DEWI³

- 1.2. Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung
3. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung

Email: agustinakusumadewi.3881@gmail.com

ABSTRAK

Fungsi tas telah berevolusi, mulai dianggap dapat menyimbolkan status seseorang. Totepack Kånken Fjällräven, semula dirancang untuk kesehatan anak-anak, kini, mulai menjadi simbol status. Dengan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif, penelitian yang menggunakan instrumen observasi dan studi pustaka ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengembangan Totepack Kånken Fjällräven sebagai produk sekaligus praktik desain, memenuhi berbagai unsur dalam Teori Fungsi. Analisis dibangun secara multidisiplin, dari sudut pandang Desain Produk pada sisi perancangan, dan Desain Komunikasi Visual dari sisi elemen grafis dan interaksi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan warna minimalis, material, dan desain bentuk yang mencerminkan konsep ergonomi dapat ditingkatkan sebagai salah satu upaya strategi komunikasi produk agar dapat diterima masyarakat di Indonesia secara lebih luas; dan, tata letak elemen visual serta pemilihan warna pada produk harus dirancang agar ke-khas-an Totepack Kånken Fjällräven dan nilai filosofinya mudah dipahami.

Kata kunci: totepack, teori fungsi, ergonomi, elemen grafis

ABSTRACT

Bags, nowadays, serve not only as containers for belongings but also symbolize one's status. Totepack Kånken Fjällräven, originally designed for children's well-being, has evolved into a status symbol. Using a qualitative approach and descriptive analysis, this research aims to assess the extent to which the development of Totepack Kånken Fjällräven, as both a product and a design practice, aligns with various elements of Function Theory. The analysis is multidisciplinary, considering Product Design in terms of creation and Visual Communication Design regarding graphic elements and user interaction. Findings suggest that enhancing color choices, materials, and ergonomic design could broaden the product's acceptance in Indonesian society. Additionally, visual elements and color choices should be designed to ensure Totepack Kånken Fjällräven's uniqueness and the understanding of its philosophical values.

Keywords: totepack, function theory, ergonomics, graphic elements

1. PENDAHULUAN

Tas, sebagai salah satu aksesoris keseharian, telah mengalami evolusi yang panjang sejak zaman prasejarah. Awalnya terbuat dari bahan-bahan seperti kulit dan kayu, tas memiliki fungsi mendasar sebagai wadah fleksibel. Dalam konteks sejarah, tas kulit digunakan untuk membawa bahan makanan, sementara tas dari kayu menjadi alat pembawa batu. Menurut Farid (2005), tas di masa Mesir kuno digunakan sebagai sabuk pengencang pinggang, dan hiasannya mencerminkan status sosial seseorang (Zidny, 2021). Seiring berjalannya waktu, tas menjadi lebih canggih dan berfungsional, melahirkan berbagai jenis tas seperti handbag atau tas jinjing. Tas-tas ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan desain yang lebih sederhana dan praktis. Penggunaan bahan dalam pembuatan tas tidak hanya memengaruhi daya tahan dan fungsionalitasnya, tetapi juga membuka peluang untuk inovasi desain yang terus berkembang (Yato, 2019).



Gambar 1. Totepack Kånken Fjällräven (Sumber: Fjällräven, 2023)

Totepack Kånken Fjällräven adalah hasil evolusi dari tas ransel Kånken yang diciptakan pada tahun 1978 oleh Fjällräven untuk mengatasi masalah nyeri punggung pada anak-anak sekolah di Swedia. Kånken *Totepack* mempertahankan ciri khas Kånken Classic namun dengan sentuhan desain yang lebih fleksibel. Terbuat dari bahan sintesis tahan pakai bernama Vinyon F, sama seperti Kånken Classic, Kånken *Totepack* tidak hanya tahan air tetapi juga tahan kotoran (Fjällräven, 2023). Merek Fjällräven menegaskan komitmen mereka terhadap keberlanjutan, menjadikan *Totepack* Kånken Fjällräven sebagai pilihan yang ramah lingkungan. Dalam menghadirkan desainnya, Fjällräven mengadopsi pendekatan minimalis yang mencerminkan tren seni abstrak Amerika Serikat tahun 1960-an.

Minimalisme, yang muncul sebagai bentuk ekstrem dari seni abstrak, menonjolkan bentuk geometris sederhana dan fokus pada esensi bentuk dan bahan. Gaya ini bertujuan untuk mengekspos identitas subjek dengan menghilangkan unsur-unsur yang tidak esensial, menciptakan karya seni yang bersifat sederhana dan kaku. Dalam hal ini, *Totepack* Kånken Fjällräven tidak hanya merupakan produk desain, namun juga objek yang mengandung praktik desain; komoditi yang dihasilkan dari proses kreasi yang tidak hanya melibatkan unsur-unsur dalam Desain Produk, tapi juga beberapa pendekatan dalam Desain Komunikasi

Visual, terutama berkaitan dengan interaksi *user* terhadap *Totepack* Kånken Fjällräven, juga desain warna dan logo sebagai salah satu unsur dalam desain grafis.

2. METODOLOGI

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif; yang mengambil studi kasus *Totepack* Kånken Fjällräven. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi observasi dan studi pustaka atas sejarah *Totepack* Kånken Fjällräven serta penelitian sejenis berada pada area lingkup pembahasan yang sama. Analisis deskriptif bersifat kualitatif akan bersandar pada Teori Fungsi dalam Desain Produk, serta keberkaitannya dengan pengembangan di area Desain Komunikasi Visual.

2.2 Teori Fungsi dalam Desain Produk

Dalam melakukan analisis konstruktif pada objek penelitian, artikel ini akan mendasarkan pijakannya pada Teori Fungsi. Teori Fungsi adalah pendekatan yang menekankan pada aspek fungsional suatu produk sebagai titik fokus utama dalam proses perancangan (Kotler dan Keller, 2012). Pemikiran ini melibatkan pemahaman mendalam tentang cara produk akan digunakan, berinteraksi dengan pengguna, dan memenuhi kebutuhan praktis. Berikut adalah beberapa aspek kunci dalam Teori Fungsi jika dikaitkan dengan perancangan desain produk:

1. **Ergonomi:** Pemikiran tentang kenyamanan penggunaan produk dan bagaimana produk beradaptasi dengan bentuk tubuh manusia. Desain ergonomis memastikan penggunaan yang nyaman dan efisien.
2. **Keberlanjutan:** Berfokus pada dampak lingkungan produk selama seluruh siklus hidupnya. Ini mencakup pemilihan material yang ramah lingkungan, proses produksi yang efisien, dan kemampuan produk untuk dapat didaur ulang.
3. **Fungsionalitas:** Menitikberatkan pada kemampuan produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya secara optimal. Desain harus memastikan bahwa fungsi produk tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna tetapi juga memudahkan penggunaan.
4. **Antarmuka Pengguna:** Pemikiran tentang cara pengguna berinteraksi dengan produk. Desain antarmuka pengguna yang baik memastikan bahwa produk dapat dioperasikan dengan mudah dan intuitif.
5. **Keamanan dan Keterjangkauan:** Produk harus dirancang dengan memperhatikan keamanan pengguna dan juga keterjangkauannya oleh berbagai lapisan masyarakat. Ini melibatkan pertimbangan biaya produksi, harga jual, dan kualitas produk.
6. **Estetika Fungsional:** Menyatukan antara fungsi dan estetika. Desain produk harus tidak hanya berfungsi dengan baik tetapi juga memiliki penampilan yang menarik dan sesuai dengan konteks penggunaannya.

Penerapan teori fungsi dalam desain produk memastikan bahwa produk tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna tetapi juga memberikan pengalaman yang memuaskan, efisien, dan sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Aspek-aspek minimalis tercermin dengan jelas dalam desain *Totepack Kånken*. Bentuknya yang segi empat dengan sudut yang tegas memberikan kesan statis dan sederhana. Kompartemen luar terbatas hanya pada tiga buah, dengan ukuran yang relatif kecil. Bagian samping hanya cukup untuk menampung satu payung, sementara bagian depan hanya muat satu dompet. Strap-nya tidak dilapisi oleh material apa pun, hanya di lapiasi oleh satu lapisan jenis material yang sama pada bagian pundak, dan tidak terlalu lebar sehingga memberikan kesan rapi meskipun strap sedang menjuntai.



**Gambar 2. *Totepack Kånken* Fjällräven yang sedang digunakan
(Sumber: Observasi, 2023)**

Ketika melihat ke dalam, kompartemen bagian dalam dibagi menjadi dua bagian. Satu bagian untuk laptop dengan bantalan terpisah, sementara bagian tengah memiliki kompartemen yang sedikit lebih besar. Semua elemen ini menciptakan tampilan keseluruhan yang sederhana dan efisien.



**Gambar 3. Kompartemen dalam *Totepack Kånken* Fjällräven
(Sumber: Observasi, 2023)**

Meskipun desainnya yang minimalis memberikan keindahan tersendiri, kritik konstruktif tetap diberikan oleh pengguna. Salah satu kritik utama adalah terkait dengan kenyamanan penggunaan. Lebar strap yang tidak memadai dapat menyebabkan tekanan pada pundak, terutama pada penggunaan lebih dari 30 menit. Oleh karena itu, peluang pengembangan produk dapat dimulai dengan meningkatkan lebar strap dan melapisi bagian yang bersentuhan dengan pundak dengan busa agar tetap mempertahankan citra minimalis.



Gambar 4. Ergonomi dan varian warna *Totepack* Kånken Fjällräven (Sumber: Observasi, 2023; Fjällräven, 2023)

Warna juga menjadi pertimbangan penting. Warna merupakan elemen grafis yang sangat penting dalam desain produk karena memiliki dampak langsung pada persepsi, emosi, dan daya tarik visual konsumen. Warna dapat menciptakan identitas merek, membedakan produk dari pesaing, dan memberikan kesan yang mendalam. Selain itu, warna juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dan nilai tertentu yang terkait dengan produk atau merek. Misalnya, warna yang cerah dan energik dapat memberikan kesan positif dan dinamis, sementara warna yang netral dan elegan dapat menciptakan kesan kesederhanaan dan keanggunan. Pemilihan warna yang tepat juga dapat memengaruhi tingkat keterbacaan produk dan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi fitur-fitur tertentu. Dengan demikian, warna bukan hanya aspek estetika, tetapi juga elemen strategis yang dapat memengaruhi kesuksesan sebuah produk dalam pasar yang kompetitif.

Meskipun produk ini diklaim tahan air dan tahan kotoran, warna cerah yang dominan membuatnya rentan terhadap noda debu. Beberapa pengguna mungkin merasa kesulitan dalam merawat tas secara rutin, dan ini dapat dianggap sebagai kekurangan dalam desain. Aspek ergonomi juga perlu diperhatikan lebih lanjut. Strap punggung yang tidak dapat diatur secara panjang dan pendeknya dapat mengakibatkan ketidaknyamanan bagi pengguna, terutama yang membawa laptop untuk kegiatan sehari-hari. Pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambahkan strap punggung yang dapat diatur sesuai dengan kebutuhan individu.



Gambar 5. Kompartemen luar *Totepack* Kånken Fjällräven (Sumber: Observasi, 2023)

Ukuran standar kompartemen luar dapat bervariasi tergantung pada jenis dan tujuan tas tersebut. Meski pun ukuran standar yang umumnya ditemui lebar sekitar 20-30 cm, dengan tinggi bervariasi antara 15-25 cm. Namun, meski mengambil ukuran standard, kapasitas kompartemen luar yang relatif kecil juga menjadi kritik (Gambar 5). Pengguna merasa bahwa tas ini kurang mampu menyimpan barang-barang seperti dompet, charger, atau botol minum dengan cukup efisien. Pengembangan dapat difokuskan pada peningkatan ukuran atau pengorganisasian yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pengguna.

3.2 Pembahasan

Teori Fungsi mendasarkan praktik desain berfokus pada bagaimana perancangan tidak hanya menghasilkan desain yang memenuhi fungsi, namun juga tetap memerhatikan keberlanjutan atau daur siklus produk, termasuk di dalamnya terkait juga interaksi pengguna dengan produk tersebut. Dalam hal ini, interaksi pengguna dengan produk, adalah merupakan salah satu bahasan dalam lingkup Desain Komunikasi Visual, khususnya bidang Psikologi Desain, yang kemudian dipecah ke dalam beberapa wawasan dasar Desain dan Persepsi. Keberhasilan sebuah produk desain, salah satunya, terletak tidak hanya pada kebermanfaatannya, namun juga pada aspek kepuasan pemakaian. Merujuk pada Teori Fungsi, dapat ditarik sintesa bahwa keterkaitan antara teori fungsi dalam desain produk dan desain komunikasi visual dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fokus pada Pengguna: Baik dalam desain produk maupun desain komunikasi visual, pengguna adalah pusat perhatian. Teori fungsi dalam desain produk menekankan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna. Begitu pula dalam desain komunikasi visual, pesan harus disampaikan dengan mempertimbangkan audiens yang dituju, memastikan pesan dapat diakses dan dipahami dengan baik. Dalam hal ini, *Totepack* Kånken perlu untuk mempertimbangkan segmentasi target audiens dan atau target pasar dengan lebih cermat; berkaitan dengan strategi komunikasi media secara efektif dan efisien.
2. Ergonomi dan Antarmuka Pengguna: Ergonomi adalah studi tentang desain dan penyesuaian lingkungan kerja atau produk agar sesuai dengan kebutuhan fisik dan psikologis manusia. Tujuannya adalah menciptakan kondisi yang nyaman dan efisien untuk pengguna dengan meminimalkan stres dan ketidaknyamanan. Ergonomi mencakup perhatian pada aspek-aspek seperti postur tubuh, gerakan, pencahayaan, serta penggunaan peralatan dan alat kerja. Dengan menerapkan prinsip ergonomi, diharapkan dapat meningkatkan kesehatan, produktivitas, dan kepuasan pengguna dalam berbagai konteks, termasuk di tempat kerja atau penggunaan produk sehari-hari. Konsep ergonomi dan antarmuka pengguna yang diutamakan dalam teori fungsi desain produk juga penting dalam desain komunikasi visual. Hal ini berkaitan salah satunya dengan tata letak elemen-elemen visual, pemilihan warna, dan jenis huruf harus dirancang agar mudah dipahami terutama dapat asosiasi merek dan atau informasi merek produk secara jelas. Pada *Totepack* Kånken, gaya minimalisme berpotensi menjadi khas dalam desain warna yang dipilih untuk diterapkan pada varian *Totepack*; yang juga mendukung ketercapaian konsep ergonomi dan antarmuka pengguna.
3. Fungsionalitas dan Keterbacaan: Fungsionalitas produk dalam teori fungsi mencakup kemampuan produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya. Dalam desain komunikasi visual, hal ini berkaitan dengan keterbacaan dan kemampuan pesan

untuk dengan jelas menyampaikan informasi yang diinginkan. *Totepack Kånken* dengan pendekatan minimalis dan *stylish*, menunjukkan fungsi sebagai tas sekaligus juga simbol status penggunanya. Dalam artian, *Totepack* ini dapat dibaca sebagai produk desain yang fungsional, sekaligus juga penanda status penggunanya secara simbolik. Dalam Desain Komunikasi Visual, permainan simbol yang diterapkan pada produk desain, dapat disusun sedemikian rupa menjadi sebuah regularitas (Dewi, 2019); dan membangun kode yang merepresentasikan nilai produk *Totepack Kånken*.

Teori fungsi dalam desain produk menekankan keberlanjutan dan estetika fungsional. Dalam desain komunikasi visual, teori fungsi dapat dirujuk sebagai dasar teori terkait elemen-elemen estetika seperti desain grafis dan visual harus mendukung pesan secara efektif, sambil mempertimbangkan dampaknya terhadap persepsi pengguna dan keberlanjutan. Namun, tidak hanya itu, analisis yang telah dilakukan, mengasumsikan bahwa selain persoalan fungsi, *Totepack Kånken* telah memenuhi unsur interaksi dan pengalaman pengguna; menitikberatkan pada interaksi pengguna dengan produk dan pengalaman pengguna secara keseluruhan—yang mana selaras dengan perancangan desain komunikasi visual, di mana desain sebagai produk adalah “pesan” yang tidak hanya harus mudah diakses tetapi juga menciptakan pengalaman positif bagi audiens (pengguna). Keduanya melibatkan pemikiran sistemik, di mana setiap elemen diintegrasikan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam desain produk, hal tersebut di atas mencakup integrasi berbagai fitur untuk menciptakan produk yang seimbang; dalam desain komunikasi visual, elemen-elemen seperti gambar, teks, dan grafik harus disusun secara sistematis untuk menyampaikan pesan secara holistik. Dengan kata lain, *Totepack Kånken* telah menerapkan prinsip-prinsip teori fungsi dalam desain produk, serta desain komunikasi visual untuk mencapai tujuan yang sama: memberikan solusi yang fungsional, efektif, dan memuaskan bagi pengguna.

4. KESIMPULAN

Dalam menghadapi tantangan ini, Fjällräven memiliki peluang besar untuk meningkatkan produk *Totepack Kånken*. Mengambil inspirasi dari kritik konstruktif, merek dapat terus berkembang dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dan beragam. Sebuah tas tidak hanya harus memenuhi tuntutan fungsional, tetapi juga harus menciptakan pengalaman yang nyaman dan memuaskan bagi penggunanya. Oleh karena itu, Fjällräven dapat memperluas jangkauan desain dan fungsionalitas *Totepack Kånken* dengan mempertimbangkan umpan balik pengguna dan tren pasar terkini. Dengan pendekatan ini, Fjällräven berpotensi untuk dapat terus menjadi yang terdepan dalam inovasi dan desain produk yang berkelanjutan pada segmentasi target pasar yang disasarinya; didukung dengan pencermatan unsur-unsur grafis yang diterapkan pada desainnya yang *stylish-minimalis*, merek dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen yang semakin cerdas dan menuntut.

DAFTAR RUJUKAN

Dewi, A.K., *et al.* (2019). "Reinvensi 'Gerak' sebagai Kode Kultural dalam Budaya Visual berbasis Kearifan Lokal Nusantara Studi Kasus Film Setan Jawa Karya Garin Nugroho." *Seminar Nasional Seni dan Desain 2019, Surabaya, Indonesia, September 2019*. State University of Surabaya, 2019, pp. 55-60.

- Fjallraven. (2013). *Kånken Totepack*. Dipetik 20 Desember 2023 dari <https://www.fjallraven.com/us/en-us/bags-gear/kanken/kanken-bags/kanken-Totepack>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Malik, I. Z. (2021). *Perancangan Promosi Produk Alinea Leather Melalui Media Video Iklan*. Tesis. Universitas Komputer Indonesia.
- Yato, H. (2019). *Sejarah Tas Kulit*. Dipetik 20 Desember 2023, dari https://www.academia.edu/39961721/Sejarah_Tas_Kulit