

PERANCANGAN BUKU BUNGA MELATI DALAM BUDAYA TRADISI JAWA SEBAGAI MEDIA EDUKASI UNTUK DEWASA MUDA UMUR 20-24 TAHUN

Audi Ardianto Soewardjo¹, Eka Noviana²
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Institut Teknologi Nasional Bandung
Email: audi.ardianto@mhs.itenas.ac.id, e.noviana@itenas.ac.id

ABSTRAK

*Dalam budaya Indonesia, bunga melati (*Jasminum sambac*) melambangkan kesucian, cinta, dan keindahan. Melati digunakan dalam berbagai upacara adat, terutama dalam pernikahan, sebagai bunga nasional untuk menyimbolkan kehidupan yang harmonis. Namun, dewasa muda masih kurang memahami bunga melati dan makna budayanya. Melalui pendekatan desain yang menarik dan interaktif, buku ini bertujuan untuk memperkenalkan bunga melati sebagai bagian dari tradisi Indonesia, khususnya untuk dewasa muda berusia 20 hingga 24 tahun. Dengan menggunakan metode Design Thinking dan Model Komunikasi Lasswell dihasilkan sebuah desain buku yang berisi tentang simbol-simbol melati, baik mitos ataupun nilai filosofis dalam tradisi pernikahan Adat Jawa dan Sunda. Setelah dilakukan testing pada 3 orang pembaca usia 20-24 tahun buku ini dianggap mewakili rasa keingintahuan mereka tentang melati sebagai salah satu bunga yang memiliki arti penting dalam tradisi budaya bangsa.*

Kata Kunci: Budaya Indonesia, Bunga Melati, Design Thinking, Symbolisme

ABSTRACT

*In Indonesian culture, the jasmine flower (*Jasminum sambac*) symbolizes purity, love, and beauty. Jasmine is widely used in various traditional ceremonies, particularly in weddings, and serves as a national flower representing harmonious living. However, young adults have a limited understanding of jasmine and its cultural significance. Through an engaging and interactive design approach, this book aims to introduce jasmine as an integral part of Indonesian tradition, specifically targeting young adults aged 20 to 24. Utilizing the Design Thinking method and Lasswell's Communication Model, the book seeks to enhance cultural awareness among young adults and foster their appreciation of Jasmine's symbolism in daily life.*

Keywords: Indonesian Culture, Jasmine Flower, Design Thinking, Symbolism

1. PENDAHULUAN

Bunga melati putih atau (Jasminum sambac) adalah salah satu jenis bunga yang dikenal karena aroma harum dan keindahannya. Bunga ini dapat ditemukan banyak di negara tropis maupun subtropis. Di Indonesia, bunga melati dikenal dengan beberapa nama di berbagai daerah, antara lain yaitu malati (Sunda); melati, menur (Jawa); malir, merul (Batak); puti, bunga manor (Ambon). (Hieronymus, 2013). Sebagai "puspa bangsa" bagi negara Indonesia sudah tidak terpisahkan dalam kebudayaan masyarakat Indonesia karena memiliki makna yang dalam, baik secara kultural maupun spiritual. Dalam tradisi masyarakat Indonesia, kehadiran bunga melati dapat dilihat pada upacara adat, ritual keagamaan dan kebudayaan sehari-hari. (Keputusan Presiden Nomor 4 Tahun 1993).

Dewasa muda usia 20 hingga 24 tahun, yang sedang menuju atau berada di fase quarter life crisis dan sedang mengembangkan identitas diri yang signifikan. Di usia ini, pemikiran manusia mencapai puncak kematangan dan sangat memerlukan mempelajari banyak hal. Dewasa muda yang memerlukan objek pembelajaran mendalam ini adalah kelompok yang sempurna sebagai target pembaca untuk memasukkan nilai-nilai budaya, terutama makna simbolis melati, sebagai bagian dari identitas nasional mereka. Dewasa muda di kota-kota besar Indonesia dapat dengan mudah mengakses internet dan media, yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik.

Melalui media edukatif, bunga melati dapat diperkenalkan sebagai simbol budaya dan identitas nasional yang memiliki nilai historis dan relevan untuk generasi masa depan. Tujuannya adalah untuk menjadi jembatan yang menghubungkan pesan budaya melati dengan usia dewasa muda dan menciptakan pemahaman jangka panjang agar nilai-nilai budaya tidak hilang di tengah modernisasi.

2. METODE/PROSES KREATIF

Metode yang akan diterapkan dalam perancangan buku ini adalah Design Thinking. Metode ini bertujuan untuk mengembangkan suatu produk dengan berfokus pada upaya menjawab kebutuhan dan permasalahan yang ada di masyarakat. Salah satu pendekatan Design Thinking yang sering digunakan dalam pengembangan rancangan kreatif adalah model lima langkah (five steps design thinking), yang meliputi tahapan berikut:

- a. **Empathize:** Tahap awal ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap pengguna untuk mengetahui kebutuhan, keluhan, dan harapan mereka. Aktivitas seperti questionnaire dan wawancara akan digunakan untuk mengidentifikasi akar masalah yang dihadapi pengguna.
- b. **Define:** Pada tahap ini, data yang dikumpulkan selama fase empathize dianalisis untuk merumuskan permasalahan utama. Metode seperti SWOT Analysis sering digunakan untuk memetakan dan menyusun masalah secara terstruktur.
- c. **Ideate:** Setelah masalah didefinisikan, tahap ini berfokus pada pengembangan ide dan solusi kreatif. Prosesnya mencakup pembuatan kerangka desain, perencanaan pesan, dan pendekatan kreatif yang relevan.
- d. **Prototype:** Pada fase ini, dibuat prototipe awal produk dalam bentuk paling sederhana dengan fitur utama. Prototipe ini digunakan untuk mengevaluasi ide dan solusi yang dirancang di tahap sebelumnya. Kegiatan seperti membuat sketsa, mockup, dan dummy merupakan bagian dari proses ini.

- e. **Test:** Tahap terakhir melibatkan pengujian prototipe dengan melibatkan pengguna langsung. Masukan dari pengguna digunakan untuk menyempurnakan produk, sehingga solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi mereka. Proses ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang produk dari sudut pandang pengguna (Yana Erlyana, Winnie, Veronica, 2023).

3. DISKUSI/PROSES DESAIN

3.1. Hasil Data Literatur

3.1.1. Bunga Melati

Dalam tradisi dan budaya Indonesia, bunga melati memiliki makna yang mendalam. Roncean bunga melati biasanya digunakan dalam pernikahan karena melambangkan keagungan, kesucian, dan ketulusan rumah tangga. Melati dianggap membawa aura positif dan dianggap sebagai doa agar rumah tangga selalu harum dan penuh kasih sayang. Pengantin pria dalam tradisi adat Jawa dan Sunda menghiasi keris mereka dengan roncean melati, seperti "usus-usus". Di sisi lain, pengantin wanita menghiasi kepala atau konde mereka dengan rangkaian melati. Kuncup melati digunakan sebagai hiasan rambut yang menyerupai mutiara dalam tradisi Bugis dan Makassar.

Melati juga memiliki peran penting di luar pernikahan, seperti dalam sesajen Hindu Bali, ziarah makam, atau upacara pemakaman, karena melambangkan kesucian dan harapan. Nama Persia Yasmin, yang berarti "hadiah dari Tuhan", adalah tempat filosofinya berasal. Melati dianggap sebagai simbol keagungan, kesederhanaan, cinta, dan kasih sayang di Indonesia. Bunga melati berasal dari Asia Tenggara, terutama India dan Cina. Genus "Jasminum", yang terdiri dari sekitar 89 spesies, dikenal karena bunganya yang harum dan telah dibudidayakan untuk berbagai tujuan, seperti membuat ornamen dan membuat minyak esensial. Jasminum sambac adalah salah satu spesies melati yang paling penting di Indonesia, baik sebagai tanaman hias maupun karena manfaatnya dalam pengobatan tradisional.

Bunga ini memiliki banyak arti di seluruh dunia. Di Amerika, melati melambangkan kecantikan dan cinta, sedangkan di Thailand, bunga ini melambangkan penghormatan dan kasih sayang ibu. Dari 200 jenis melati yang ada, hanya sebagian kecil yang dibudidayakan, dan melati putih (Jasminum sambac) adalah yang paling umum. Banyak industri, mulai dari petani, dekorator, hingga perias, mengandalkan aroma dan keindahan bunga ini. Melati adalah simbol tradisi yang abadi dan kaya makna karena hubungannya dengan berbagai upacara sakral dan adat.

Banyak budaya menghormati melati sebagai simbol kasih sayang, kecantikan, dan kebahagiaan, dan sering dikaitkan dengan cinta dan romansa. Melati memiliki nilai budaya dan medis di India Selatan; ibu menyusui mengenakan untaian bunga melati dipercaya dapat meningkatkan produksi ASI dan memperpanjang amenore laktasi, menunjukkan pentingnya secara tradisional dan kesehatan.

3.1.2. Manfaat Bunga Melati

Bunga melati memiliki banyak manfaat kesehatan dan berkontribusi pada tradisi budaya. Ekstraknya digunakan untuk meningkatkan aroma dan rasa parfum, minyak esensial, dan campuran teh. Jika dikonsumsi secara teratur, teh melati, yang kaya akan antioksidan polifenol seperti teh hijau dan teh hitam, membantu menjaga kesehatan jantung dengan mengurangi kadar kolesterol dan menurunkan risiko penyakit jantung. Teh melati juga membantu kesehatan pencernaan dengan meningkatkan pertumbuhan bakteri baik dalam usus, yang meningkatkan fungsi pencernaan.

Pengurangan kemungkinan terkena diabetes tipe 2 dengan membantu menurunkan kadar gula darah adalah keuntungan tambahan. Teh melati juga diketahui meningkatkan fungsi kognitif karena kandungan antioksidannya, yang mendukung sekresi neurotransmitter untuk suasana hati yang lebih baik. Teh melati mempercepat metabolisme, membantu pembakaran lemak, dan memiliki sifat detoksifikasi yang membersihkan racun dari tubuh. Ini sangat bagus untuk orang yang mencoba menurunkan berat badan.

Melati baik untuk kulit selain membantu kesehatan internal. Minyak esensialnya melembapkan kulit dan membunuh bakteri yang menyebabkan masalah. Ini juga mencegah penuaan dini. Melati memiliki aroma yang menenangkan, yang meningkatkan kualitas tidur dan membantu tubuh dan pikiran. Tanaman ini sangat bermanfaat dalam berbagai aspek kehidupan karena keanekaragaman fungsi melatinya.

3.1.3. Morfologi Bunga Melati

Jasminum sambac memiliki akar bercabang dan tidak berserat yang dapat mencapai kedalaman antara 40 dan 80 cm. Setiap akarnya dapat menghasilkan tunas baru. Batang ini adalah semak kecil dengan tinggi kurang dari 5 cm. Daunnya panjangnya 2–10 cm dan lebarnya 1,5–6 cm, dan tulang daunnya menyirip. Bunganya berbentuk seperti terompet dan berukuran sekitar 3,5 cm dengan mahkota tunggal atau ganda.

3.1.4. Brokohan

Brokohan adalah tradisi adat Jawa yang dilaksanakan untuk menyambut kelahiran bayi. Kata "brokohan" berasal dari bahasa Arab "barokah," yang berarti berkah. Tradisi ini merupakan ungkapan rasa syukur atas kelahiran bayi yang selamat dan harapan agar anak tersebut tumbuh menjadi pribadi yang baik.

Prosesi brokohan biasanya dimulai dengan mendhem ari-ari (mengubur plasenta bayi), diikuti dengan pembagian sesaji kepada tetangga dan kerabat sebagai simbol sedekah dan permohonan doa. Sesaji yang disiapkan dapat berbeda antara golongan bangsawan dan rakyat biasa, namun umumnya terdiri dari nasi ambeng, lauk-pauk, dan kembang setaman. Tradisi ini tidak hanya mencerminkan rasa syukur, tetapi juga mempererat hubungan sosial dalam komunitas.

3.1.5. Siraman

Dalam tradisi Sunda dan Jawa, siraman adalah salah satu upacara adat yang dilakukan sebelum pernikahan dan memiliki makna simbolis sebagai penyucian lahir dan batin calon pengantin sebelum mereka memulai kehidupan rumah tangga. Dalam tradisi Jawa, rumah calon pengantin biasanya disirami dengan air yang dicampur dengan kembang setaman seperti melati, mawar, kenanga, dan kantil. Dalam prosesi ini, orang tua dan sesepuh keluarga bergantian menyiramkan air sebagai doa dan restu untuk membuat calon pengantin siap untuk tugas baru. Filosofi di balik tradisi ini adalah untuk membersihkan diri dari semua hal buruk dan dosa, sehingga pasangan pengantin dapat memulai hidup baru dengan jiwa yang suci dan penuh keberkahan.

Konsep siraman dalam adat Sunda hampir sama, tetapi dengan beberapa perubahan lokal. Air siraman biasanya berasal dari tujuh sumber mata air, yang merupakan simbol kesucian dan keseimbangan. Prosesi dipimpin oleh orang tua atau tokoh adat, yang memercikkan air siraman sambil mendoakan agar calon pengantin selamat dan bahagia. Seperti halnya tradisi Jawa, adat Sunda juga menggunakan kembang setaman sebagai simbol keindahan dan harapan baik saat melakukan siraman. Tujuan dari kedua tradisi ini adalah untuk menyucikan calon pengantin secara fisik dan spiritual. Mereka juga merupakan momen penting dalam

keluarga untuk memperkuat hubungan keluarga dan memberikan restu kepada pasangan yang akan menikah.

3.1.6. Pernikahan

Pernikahan adat Jawa dan Sunda merupakan dua tradisi yang kaya akan nilai filosofi dan simbolisme, mencerminkan budaya masyarakat yang menjunjung tinggi kebersamaan, kesucian, dan tanggung jawab dalam kehidupan rumah tangga. Pada adat Jawa, prosesi pernikahan dimulai dengan akad nikah sebagai momen sakral yang menjadi inti dari pernikahan. Selanjutnya, rangkaian upacara seperti panggih, ngidak endhog, sinduran, dan kacar kucur menegaskan nilai-nilai seperti kesetiaan, keharmonisan, dan tanggung jawab antara pasangan. Simbol-simbol yang digunakan, seperti kain sindur merah-putih atau biji-bijian dalam kacar kucur, memiliki makna mendalam yang mengajarkan pasangan pengantin tentang peran mereka dalam membangun rumah tangga.

Adat Sunda juga memiliki prosesi yang sarat dengan nilai-nilai kebudayaan, mulai dari mapag panganten hingga huap lingkung. Dalam upacara ini, penyambutan pengantin pria dengan pengalungan melati melambangkan penerimaan dengan tulus, sementara ritual seperti nincak endog dan huap lingkung menekankan pentingnya tanggung jawab dan keharmonisan dalam rumah tangga. Baik adat Jawa maupun Sunda menjadikan penghormatan kepada orang tua sebagai bagian yang tidak terpisahkan, terlihat dari prosesi sungkeman yang mengajarkan nilai bakti dan rasa terima kasih. Keseluruhan tradisi ini tidak hanya melestarikan budaya, tetapi juga memberikan panduan moral bagi pasangan dalam menjalani kehidupan pernikahan.

3.1.7. Kondisi Psikologis Dewasa Muda 20 - 24 Tahun

Quarter life crisis adalah kondisi krisis yang sering dialami oleh individu pada usia dewasa muda, khususnya di rentang 20-24 tahun, saat transisi dari remaja menuju kedewasaan. Fase ini ditandai dengan perasaan bingung terhadap masa depan, kesulitan dalam mengambil keputusan penting, rasa terjebak, dan kecemasan karena membandingkan diri dengan pencapaian teman sebaya. Krisis ini dapat memicu stres, kecemasan, hingga depresi, terutama akibat tekanan dari berbagai tuntutan kehidupan, seperti karier, hubungan, dan ekspektasi sosial yang semakin kompleks pada tahap ini.

Masa dewasa muda juga menjadi periode krusial dalam kehidupan karena sebagian besar keputusan penting diambil pada tahap ini. Tekanan dari tuntutan eksternal maupun internal sering kali membuat individu merasa terbebani, namun masa ini juga memberikan peluang untuk mengembangkan resiliensi. Kemampuan menghadapi tantangan ini sangat penting untuk membantu individu tumbuh menjadi lebih matang dan mampu menjalani kehidupan dengan lebih seimbang dan percaya diri.

3.2. Hasil Wawancara

Berikut adalah rangkuman wawancara dengan Ibu Miming Suwandi sebagai budayawan adat Jawa dan Sunda tentang bunga melati:

3.2.1. Status dan Peran Melati dalam Budaya Indonesia:

Pada tahun 1990-an, Presiden Soeharto mempromosikan melati sebagai bunga puspa nasional. Melati identik dengan berbagai adat tradisional Indonesia, seperti Jawa, Sunda, Aceh, Bugis, Makassar, dan Palembang. Melati melambangkan kesucian, keanggunan, dan kesederhanaan. Melati digunakan untuk peristiwa sakral seperti kelahiran, pernikahan, dan kematian.

3.2.2. Makna Filosofis dan Fungsi Tradisional:

Melati memiliki aroma yang menenangkan dan positif untuk pernikahan. Melati dironce secara tradisional digunakan dalam siraman, pengajian, aqiqah, dan dekorasi pernikahan, serta untuk aksesoris seperti cape, rompi, dan selendang. Filosofinya menggambarkan perjalanan manusia, dari

kelahiran dengan harapan "membawa harum nama" hingga kematian sebagai kenangan akan kebaikan.

3.3.3. Signifikansi dalam Kehidupan Masyarakat:

Melati sangat penting untuk ekonomi, menghidupi petani, peronce, dekorator, dan perias. Namun, generasi muda mulai kehilangan pemahaman mendalam tentang melati. Agar tradisi ini terus berlanjut, Ibu Miming percaya bahwa buku panduan adalah cara terbaik untuk menyimpan pengetahuan ini.

3.3.4. Budaya dan Nilai Edukasi:

Ibu Miming mengatakan bahwa penting untuk mengajarkan nilai-nilai budaya sejak dini, seperti yang dilakukan di Bali, di mana tradisi melibatkan anak-anak untuk belajar tentang unsur-unsur budaya. Ini dapat meningkatkan identitas bangsa dan menarik turis.

3.3.5. Mitos dan Fakta Menarik:

Mitos tentang melati bervariasi, seperti mitos Sunda yang mengatakan mencuri melati pengantin dapat membawa keberuntungan. Namun, melati juga sering dikaitkan dengan hal-hal mistis, seperti bunga yang sangat disukai Ratu Kidul.

3.3.6. Rekomendasi Ibu Miming:

Pengetahuan tentang melati harus dipelajari oleh laki-laki dan perempuan. Ini memiliki potensi untuk meningkatkan apresiasi terhadap nilai luhur budaya, terutama dalam konteks peristiwa sakral seperti pernikahan.

3.3. Hasil Kuesioner



Gambar 1. Diagram lingkaran hasil questionnaire

Hasil questionnaire menunjukkan bahwa bunga melati memiliki daya tarik estetika yang kuat, terutama karena aromanya yang khas, dengan 60.6% responden menyukai keharumannya. Namun, pengetahuan tentang makna simbolisnya masih terbatas, dengan hanya 39.4% yang mengetahuinya, sementara banyak yang mengaitkannya dengan cerita mistis. Meski demikian, mayoritas responden (69.7%) tertarik dengan konten budaya dan tradisi melati, menjadikannya peluang edukasi kreatif. Media sosial menjadi saluran utama untuk

mendapatkan informasi, yang menunjukkan potensi besar dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan kesadaran.

Responden, yang mayoritas berusia 23–24 tahun, lebih menyukai format buku dengan kombinasi fotografi dan ilustrasi, menandakan bahwa pendekatan visual yang menarik dapat efektif. Generasi muda masih melihat melati sebagai simbol budaya yang relevan, dengan 69.7% menyatakan keinginan untuk mempelajari lebih banyak. Edukasi berbasis visual dan narasi modern melalui media sosial dan buku bergambar adalah strategi kunci untuk melibatkan audiens ini dan memperkuat pemahaman budaya mereka.

3.4. Identifikasi Masalah

3.4.1. Masalah Umum

- a. Kemungkinan terkikisnya nilai-nilai simbolis budaya pada dewasa muda karena kurangnya wawasan mengenai budaya Indonesia.
- b. Kurangnya edukasi mengenai adat istiadat budaya Indonesia.
- c. Minat membaca yang kurang pada dewasa muda Indonesia karena sudah tergantikan dengan internet, media sosial, dll.
- d. Walaupun bunga melati adalah simbol pribadi bangsa Indonesia yang sederhana dan baik budi pekertinya, masyarakat memiliki stereotip bahwa bunga melati adalah hal yang berkaitan dengan mistis dan gaib.

3.4.2. Masalah Khusus

Buku yang beredar mengenai budidaya melati, masyarakat kebanyakan nya masih mengenai budaya, target audiens nya pun disasarkan kepada orang orang dewasa, sehingga tidak ada buku mengenai bunga melati yang mudah dipahami oleh dewasa muda umur 20 - 24 tahun.

3.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

- a. Meningkatkan minat baca dan wawasan mengenai budaya Jawa dan Sunda pada dewasa muda usia 20 - 24 tahun dengan buku yang menarik secara visual.
- b. Media Edukasi pada dewasa muda usia 20 - 24 tahun untuk lebih mengenal sumber daya alam dan budaya Jawa dan Sunda.
- c. Memperkuat awareness dewasa muda usia 20 - 24 tahun untuk pencegahan nilai nilai budaya dan tradisi yang merupakan salah satu kekuatan besar indonesia.

3.6 Target Audiens

3.6.1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Dewasa Muda laki laki dan perempuan,
- b. Usia: dewasa muda usia 20 - 24
- c. Pendidikan: Mahasiswa dan Fresh Graduate kemungkinan besar telah terpapar topik seni dan budaya lebih daripada remaja, sehingga mereka memiliki minat dan dasar pengetahuan yang mendukung.
- d. Akses Internet: Mereka dapat dengan mudah mencari informasi tambahan tentang tema yang menarik bagi mereka.

e. Kondisi Keuangan: Target audiens ini memiliki keuangan yang moderat, yang memungkinkan mereka membeli buku dengan harga menengah.

3.6.2. Psikografis

- a. Dewasa muda cenderung menyukai buku bergambar, edukatif, terutama yang membantu mereka belajar lebih banyak dan menjawab pertanyaan mereka. Serta informasi nya yang mudah dicerna dan diingat. Karena dewasa muda cenderung tidak memiliki banyak waktu personal.
- b. Sangat tertarik untuk belajar hal baru, dan ingin mulai memfokuskan kepada satu hal yang spesifik untuk memulai karir.
- c. Ketertarikan pada budaya dan bunga yang kuat.

3.6.3. Geografis

Dewasa muda yang tinggal di kota-kota besar yang memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi. Mereka juga lebih mudah mendapatkan akses ke toko buku dan pameran budaya, yang dapat meningkatkan daya tarik mereka pada buku bertema budaya.

3.6.4. Teknografis

- a. Pengguna gadget dan media sosial dalam kehidupan kesehariannya.
- b. Mengikuti beberapa channel mengenai sejarah dan budaya.

3.7. Insight Target Audiens

- a. **Needs:** Buku yang tidak membosankan, langsung membahas inti permasalahan.
- b. **Wants:** Buku yang menyediakan konten yang disajikan seperti sosial media seperti trivia, tutorial, foto estetis, fun facts, dan sejarah yang dijelaskan untuk mudah dimengerti.
- c. **Dreams:** Memiliki wawasan yang lebih tentang budaya Indonesia.
- d. **Fear:** Buku yang bahasanya tidak mudah dipahami, dan konten yang membosankan dan irrelevant.

3.8. Analisis Data dengan SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> a. Aromanya yang sangat unik. b. Memiliki nilai estetika yang lebih tinggi dibandingkan bunga lokal lainnya. c. Memiliki manfaat yang berlimpah untuk kesehatan badan. d. Sangat kuat dengan simbolisme budaya, hampir selalu terpakai. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Sering dikaitkan dengan hal yang berbau mistis. b. Bunga Melati tidak berasal dari Indonesia. c. Dikenal sebagai bunga yang mahal.

Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> a. Adanya ketertarikan yang cukup kuat untuk mempelajari bunga melati. b. Adanya keingintahuan remaja untuk mempelajari budaya mengenai melati. c. Adanya anak remaja yang berinteraksi dengan konten bunga di media sosial. d. Target audiens menyukai buku yang memiliki fun facts, trivia, dan foto aestetik mengenai bunga melati. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Remaja yang kurang mengetahui makna dan simbol bunga melati, hanya sedikit kalangan yang mengerti. b. Bunga Melati dianggap kurang relevan/biasa saja di generasi muda ini. c. Mulai terkikisnya nilai nilai dan pengetahuan budaya indonesia di kalangan remaja. d. Bunga Impor lebih dihargai dan dikenal dibandingkan bunga lokal Indonesia.

3.9. SWOT MATRIX

3.9.1. Analisis S+O

- a. S1O1: Membuat kemasan parfum dengan bahan pokok bunga melati, disertakan dengan edukasi mengenai bau bunga melati di packaging.
- b. S1O2: Membuat pameran wedding yang menggunakan konsep melati sehingga ketika saat pengunjung datang akan tercium bau melati.
- c. S1O4: Membuat buku dengan packaging yang berbau melati.
- d. S2O1: Mengembangkan produk kreatif berbasis melati dengan kemasan yang menarik bagi para remaja.
- e. S3O4: Membuat konten fun facts mengenai manfaat melati di media sosial.
- f. S4O1: Membuat atlas mengenai bunga melati yang mencakup simbolisme, budaya, manfaat, dll.
- g. S4O3: Melibatkan bunga melati sebagai bagian dari simbol budaya yang menggabungkan estetika tradisional dengan gaya yang modern/ masa kini.
- h. S4O4: Merancang cerita pendek bergambar/ komik yang mengangkat makna budaya dan filosofi bunga melati untuk menarik minat remaja.
- i. S5O1: Membahas filosofis bunga melati didalam buku.

3.9.2. Analisis S+T

- a. S1T2: Membuat produk teh melati agar dapat menyampaikan kepada remaja bahwa melati memiliki manfaat yang berlimpah jika dikonsumsi.
- b. S1T3: Menyertakan bunga melati sebagai makna simbolisme dalam acara kebudayaan maupun sebagai penghias di acara sehari hari yang dapat dinikmati remaja.

- c. S2T2: Mengadakan acara seperti lokakarya yang melibatkan remaja tentang produk-produk yang dapat dikombinasikan dengan bunga melati.
- d. S3T1: Menciptakan kolaborasi dengan bidang kesehatan untuk membuat produk yang dapat mempromosikan manfaat dari bunga melati.
- e. S4T2: Mengedukasi remaja dengan membuat sebuah buku yang membahas melati secara detail dan *to the point*.
- f. Membuat konten edukatif baik secara digital maupun non-digital dengan gambar dan narasi unik.

3.9.3. Analisis W+O

- a. W1O1: Menjelaskan hal yang berbau mistis dengan fun facts dan trivia.
- b. W1O3: Edukasi mengenai harumnya melati dapat mengalahkan kemistisannya.
- c. Menyajikan konten interaktif melalui sosial media tentang bunga melati dengan fun facts dan trivia agar tidak selalu dikaitkan dengan hal mistis.
- d. Membuat peta visual yang menarik tentang bunga melati dengan mengangkat nilai historis dan simbolis budaya.
- e. Berkolaborasi dengan komunitas kreatif untuk menciptakan produk berbasis bunga melati yang relevan di kalangan remaja

3.9.4. Analisis W+T

- a. W1T1: Membuat konten edukatif berbasis teknologi yang bisa dinikmati para remaja dengan membahas fakta fakta menarik tentang bunga melati untuk mengubah persepsi negatif.
- b. W1T2: Mengadakan acara kreativitas seni dengan menonjolkan sisi estetika bunga melati baik secara historis maupun simbolis dalam budaya indonesia.
- c. W1T3: Melibatkan komunitas kreatif remaja untuk mengembangkan produk berbasis bunga melati yang ekonomis agar lebih terjangkau.

3.10. Problem Statement

Dewasa Muda usia 20 - 24 tahun memiliki ketertarikan terhadap bunga melati, akan tetapi mereka kurang mendalami pemahaman mengenai hubungan melati dengan simbol budaya bangsa Indonesia. Selain itu para dewasa muda menganggap simbol - simbol budaya ini sudah tidak terlalu relevan di zaman ini.

3.11. Problem Solution

Solusi yang ditawarkan adalah hasil dari matrik analisis SWOT **S4T2** yaitu, mengedukasi dewasa muda usia 20 - 24 mengenai relevansi bunga melati dengan nilai budaya bangsa Indonesia melalui buku agar remaja menyadari pentingnya bunga melati sebagai identitas bangsa.

3.12. Message Planning

- a. *What To Say*: Majestic allure of Jasmine
- b. *How To Say*: *Majestic yet humble, Jasmine is a bridge between the earth and the divine, a living prayer in fragrant form.*

Tone and Manner: Sempel dan elegan

3.13. Model Komunikasi

Metode Laswell berfungsi untuk mengetahui penggambaran proses komunikasi dengan lebih mudah. Lasswell Model akan digunakan untuk mempermudah perancangan ini dalam menyampaikan pesan terhadap target audiens.

3.13.1 Who

IPBI (Ikatan Perangkai Bunga Indonesia) merupakan organisasi yang mewadahi para perangkai bunga dan pecinta seni rangkaian bunga di Indonesia. Organisasi ini memiliki tujuan untuk mengembangkan kreativitas, keterampilan, dan apresiasi terhadap seni rangkai bunga.

3.13.2 Says What

Meningkatkan awareness remaja 20 - 24 tahun mengenai identitas budaya Indonesia

3.13.3. In Which Channel

Dengan menggunakan buku cetak sebagai media edukasi yang menggunakan berbagai elemen visual seperti fotografi dan ilustrasi.

3.13.4. To Whom

Ditujukan kepada dewasa muda usia 20 - 24 tahun yang sedang mengalami masa quarter life crisis.

3.13.5. With What Effect

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai media edukasi agar dapat meningkatkan awareness dan relevansi mengenai warisan budaya dan tradisi yang sudah mulai terkikis di masa ini.

3.14. Strategi Media

3.14.1. Media Utama

Media utama dari perancangan ini adalah buku yang berukuran 14,8 cm x 21 cm (A5) sebagai media edukasi identitas bangsa dengan berbagai elemen visual seperti fotografi dan beberapa ilustrasi dari bunga melati.

3.14.2. Media Pendukung

Merchandise yang menarik akan menjadi faktor pendukung terkuat untuk menarik perhatian target audiens. Selain itu beberapa merchandise akan disediakan yaitu ; Postcard, Pembatas Buku, Thank you Card, Sticker, dan lembar kertas yang memiliki harum bunga melati.

3.15. Prototyping

Buku ini dirancang dengan konsep yang simpel dan elegan, mencerminkan kesan bunga melati yang sederhana namun tetap memiliki keagungan. Pendekatan desain yang modern diterapkan agar tetap relevan dengan target audiens, yaitu dewasa muda berusia 20–24 tahun. Oleh karena itu, buku ini diberi judul RONCE (Representasi Ornamen Nasional: Citra dan Elegansi), yang tidak hanya merujuk pada istilah ronce yang identik dengan bunga melati, tetapi juga mengandung makna ganda yang memperkuat nilai representatif dan estetisnya.

Palet warna yang digunakan mengadopsi neutral tone yang terinspirasi dari karakter bunga melati, menciptakan kesan harmonis dan kohesif dalam visual buku. Pemilihan tipografi didesain untuk menghadirkan kesan tegas, agung, serta tetap sederhana dan elegan, selaras dengan esensi melati itu sendiri. Elemen visual yang diterapkan mencakup ilustrasi serta

fotografi bunga melati guna memperkaya pengalaman membaca dan mencegah kesan monoton.

Dari segi tata letak, sistem grid yang diterapkan memastikan penyusunan konten yang sistematis dan immersive bagi pembaca. Grid yang digunakan terdiri dari tiga kolom, empat baris, dengan gutter berukuran 6mm, menciptakan struktur yang seimbang dan estetis. Sebagai tambahan, buku ini dilengkapi dengan beberapa merchandise eksklusif yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik serta memberikan pengalaman lebih mendalam bagi pembaca, sekaligus memperkuat keterlibatan mereka dengan tema yang diusung.

Konsep Visual
Color Palette



Gambar 2. Konsep Visual: Color palette

Konsep Visual
Typeface



Gambar 3. Konsep Visual: Typeface



Perancangan Buku Bunga Melati Dalam Budaya Tradisi Jawa Sebagai Media Edukasi Untuk Remaja (dewasa muda) Umur 20 – 24 Tahun

Gambar 4. Cover Buku



Gambar 5. Isi Buku RONCE



Gambar 6. Merchandise RONCE

3.16. Uji Coba/ Testing



Gambar 7. Foto produk buku RONCE

Uji coba Buku ini dilakukan sebanyak tiga kali terhadap 3 dewasa muda usia 20 - 24. Dari ketiga dewasa muda ini, mereka memiliki beberapa pendapat.

a. Uji coba audiens pertama: Rendi

Rendi memiliki pendapat bahwa komposisi visual buku ini seimbang dengan tulisannya, sehingga terdapat keseimbangan. Akan tetapi buku ini memiliki beberapa tulisan sambung yang kurang dapat jelas keterbacaannya.



Gambar 8. Rendi - Uji coba buku RONCE

b. Uji coba audiens kedua: Wira

Menurut Wira kelebihan buku ini adalah informatif, simpel dan tidak bertele tele dalam menyampaikan informasi. Untuk kekurangannya adalah terdapat beberapa foto yang terlalu *grainy* dan fokus nya menjadi sedikit *blurry*.



Gambar 9. Wira - Uji coba buku RONCE

c. Uji coba audiens ketiga: Udin

Menurut Udin, Informasi yang disampaikan cukup to the point sehingga dapat mudah dimengerti. Selain itu buku ini memiliki banyak foto yang menarik sehingga membacanya tidak terasa membosankan. Kekurangan buku ini menurut Udin adalah Informasi bisa diperluas lagi, belum terbahas secara luas, masih fokus hanya dengan 2 budaya saja yaitu Jawa dan Sunda



Gambar 10. Udin - Uji coba buku RONCE

4. KESIMPULAN

Dengan menggunakan buku sebagai media edukasi, penelitian ini menyampaikan informasi budaya secara visual dan interaktif, sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup target audiens. Desain buku yang modern dan estetik juga menarik perhatian generasi muda, menjadikan konten budaya lebih relevan dan mudah diterima.

Penelitian ini menggabungkan tradisi lokal dengan elemen desain kontemporer. Dengan bahasa yang ringan dan visual yang menarik, buku ini tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga membahas berbagai aspek budaya melati, mulai dari simbolisme hingga penggunaan dalam upacara adat. Memberikan pengalaman membaca yang lebih mendalam dan menyenangkan, dokumentasi visual seperti foto dan ilustrasi mendukung isi buku. Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan untuk memperluas cakupan budaya melati ke wilayah lain di Indonesia yang memiliki tradisi yang berbeda, dan untuk memberi audiens yang lebih luas akses ke versi digital buku. Selain itu, penelitian tambahan dapat dilakukan untuk mempelajari lebih lanjut tentang nilai ekonomi bunga melati dan dampaknya terhadap masyarakat modern.

DAFTAR REFERENSI

Alexander, Desatnik., Annie, R., Bird., A, Shmueli., Ilya, Venger., Peter, Fonagy. (2023). *1. The mindful trajectory: Developmental changes in mentalizing throughout adolescence and young adulthood*. PLOS ONE, doi: 10.1371/journal.pone.0286500.

Aliza, D., & Kintan, A. (2022). *Perubahan prosesi kesenian dalam pernikahan adat Sunda*. Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik, 5(4), 239-245.

Ambarwati, Anindika, A. P., & Mustika, I. L. (2018). *Pernikahan adat Jawa sebagai salah satu kekuatan budaya Indonesia*. Universitas Veteran Bangun Nusantara.

Astuti, H., & Marvelia, A. P. (2019). *Makna simbol ritual siraman pernikahan adat Jawa Tengah (Analisis interaksional simbolik pada ritual siraman pernikahan adat Jawa Tengah)*. Universitas Bhayangkara Jaya.

Dutt. R, Aswini., Kumar. N.S., Satish., Hemraj, Sandhya. K.. (2011). *5. The rationale behind wearing strings of jasmine flower by the lactating south Indian women. Journal of Medical Hypotheses and Ideas*.

- Erlyana, Y., Winnie, & Veronica. (2023). *Desain Layout Buku Tipografi untuk Kemasan dengan Metode Design Thinking*. Bahasarupa Journal
- Gunawan, A. (2019). *Tradisi upacara perkawinan adat Sunda: Tinjauan sejarah dan budaya di Kabupaten Kuningan*. Jurnal Artefak, 6(2), 71-84.
- Irmawati, W. (2013). *Makna simbolik upacara siraman pengantin adat Jawa*. IAIN Surakarta.
- Ja'far, A. (2014). *Penciptaan buku ilustrasi permainan tradisional sebagai upaya melestarikan budaya lokal*. Stikom Surabaya.
- Kusumowardhani, P., & Maharani, S. S. *Book design and layout process*.
- Laili, A. N. (2023). *Tradisi brokohan: Sejarah, nilai-nilai dan makna di Desa Tunggalpager, Mojokerto*. ICONITIES (International Conference on Islamic Civilization and Humanities).
- Lerina, W., Budiwati, D. S., & Gunawan, I. (n.d.). *Garapan penyajian upacara siraman calon pengantin adat Sunda grup Swari Laksmi Kabupaten Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Lestari, Nanny Sri. (2019). *Jasmine Flowers in Javanese Mysticism*.
- Mega, Shintia., Krisantini, Krisantini., Ani, Kurniawati. (2024). *2. Plant Description, Growth, and Flowering of Two Indonesian Jasmines*. *Pertanika Journal of Tropical Agricultural Science*, doi: 10.47836/pjtas.47.4.01.
- Novarizka, N. (2022). *Makna dan Mitos Bunga Melati dalam Budaya Jawa (Studi Kasus di Desa Maribaya Kabupaten Tegal (Analisis Pemikiran Roland Barthes))*.
- Poulin, R. (2011). *The language of graphic design*. Rockport Publishers.
- Putri, R. E. D., Purwaningsih, R., Triasroza, A. N., & Darmadi. (2022). *Budaya brokohan kelahiran bayi di Desa Jatirejo, Kecamatan Wonoasri, Kabupaten Madiun*. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP), 5(2), 196-202.
- Putri, S. Y. R., & Suhartiningih. (2015). *Keterampilan meronce melati melalui pelatihan di SMK Negeri 1 Soko Mojokerto*. e-Journal Universitas Negeri Surabaya.
- Sari, N. L. D. I. (2013). *Elemen visual kemasan sebagai strategi komunikasi produk*. ISI Denpasar.
- Sari, O. (2023). *Religiusitas ritual siraman pengantin adat Jawa*. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Sidik, M. I. M., Rustiyanti, S., & Setyobudi, I. (2020). *Komodifikasi upacara ngaras dan ngibakan adat Sunda di Kota Bandung*. Jurnal Budaya Etnika, 4(2), 142-145.
- Sitepu, V. (n.d.). *Panduan mengenal desain grafis*. Escaeva.
- Soedarso, N. (2014). *Perancangan buku ilustrasi perjalanan Mahapatih Gajah Mada*. Binus University Jakarta.

Suvitha, Suvitha., S., Kamali., S., Kanimozhi., M., Kathiyayani., Kokkilgedda, Madhuri. (2024).
2. *Mental Health among Adolescents - A Literature Review. International Journal of Nursing
Education and Research*, doi: 10.52711/2454-2660.2024.00030.

Utami, T. T., & Simamora, L. (2023). *Analisis usahatani dan nilai tambah bunga melati putih
(Jasminum sambac) di Kecamatan Kandeman Kabupaten Batang*. ISIHUMOR: Jurnal Ilmu
Sosial dan Humaniora.

Zainuddin, M. (2022). *Makna dan Simbolisme Bunga Melati dalam Budaya Indonesia*. Jurnal
Kebudayaan.

(2022). 1. *Jasmine*. doi: 10.1007/978-981-15-3518-5_16.

(2023). 1. *Design thinking. Nursing management*, doi:
10.1097/01.numa.0000937248.46034.6d.