

KAJIAN ESTETIKA SANDAL GUNUNG SEBAGAI TREND MASA KINI

I Gede Yudha Pratama

Institut Desain Dan Bisnis Bali, Denpasar, Bali-Indonesia

e-mail: yudha.pratama@std-bali.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRACT
Received : Maret, 2021 Accepted : April, 2021 Publish online : Mei, 2021	<i>Mountain sandals are now a trend in the community, especially among young people. This is due to the emergence of a new lifestyle for most young people as climbers to show their identity by following the current trend, namely climbing mountains. Mountain sandals are one of the many equipment in mountain climbing that must be carried or used by a climber. Judging from its position in the climbing equipment list, mountain sandals are still under the position of mountain shoes. In observing the object on Sandal Mountain, it will be guided by the phenomenon of framing an object in aesthetic theory, there are nine elements or guiding aspects in the design phenomenon consisting of materials, techniques / skills / tools, energy / power, social culture, spiritual, psycho, bio physics. , status symbols, artistic, and utilitarian practical functions. And supported by the theory of mayall which describes objects starting from the point of essence, important, desirable, perspective, ergonomics and aesthetic. Sandal Gunung among young people is a product that really pays attention to the content which is practical, its utility functions along with the principles of efficiency, effectiveness and health safety by being oriented towards contemporary designs which tend to be oriented towards content that is tasteful and arouses the emotions of its users.</i> <i>Key words : trend, aesthetics, mountain sandals, emotional design.</i>
	ABSTRAK Sandal gunung kini menjadi trend di lingkungan masyarakat khususnya dalam kalangan anak muda. Hal ini dikarenakan munculnya <i>lifestyle</i> baru bagi sebagian besar kalangan anak muda sebagai seorang pendaki untuk menunjukkan jati dirinya mereka dengan mengikuti trend zaman sekarang, yaitu mendaki gunung. Sandal gunung merupakan salah satu dari sekian banyak perlengkapan dalam pendakian gunung yang wajib dibawa maupun digunakan oleh seorang pendaki. Dilihat dari posisinya didalam daftar perlengkapan pendakian, sandal gunung masih berada di bawah posisi sepatu gunung. Dalam pengamatan objek pada Sandal Gunung ini akan berpedoman pada fenomena membenda suatu objek dalam teori estetika, ada sembilan unsur atau aspek pemandu dalam fenomena desain yang terdiri dari <i>material, teknik/ skill/ tools, energy/ daya, socio culture spiritual, psycho, bio physics, status symbol, artistic, dan fungsi praktis utiliter</i>. Serta didukung dengan teori mayall yang memaparkan objek mulai dari sisi <i>essence, important, desirable, perpomance, ergonomics dan aesthetic</i>. Sandal Gunung di kalangan anak muda

menjadi produk yang sangat memperhatikan muatan yang bersifat fungsi praktis utiliternya beserta kaidah-kaidah efisien, efektif dan *health safety* dengan berorientasi pada desain masa kini cenderung berorientasi ke arah muatan yang bersifat rasa dan menggugah emosi penggunanya.

Kata Kunci: trend, estetika, sandal gunung, emosional desain.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir Gunung sebagai objek wisata sangat ramai di kunjungi oleh wisatawan dan para pendaki. Ratusan wisatawan pun berlomba-lomba untuk mendaki gunung yang memiliki sajian alam yang eksotis. Bahkan mendaki gunung menjadi *lifestyle* baru bagi sebagian besar kalangan anak muda untuk mencoba mencari jati dirinya dengan mengikuti trend zaman sekarang, yaitu mendaki gunung yang biasa disebut camping ceria bagi para anak muda masa kini.

Praktik pariwisata alternatif berbasis pariwisata hijau (*green tourism*) dengan latar alam pegunungan berupa wisata mendaki (*mountain tourism/ climbing tourism*) semakin menjadi daya tarik di banyak daerah tujuan wisata dunia. Jumlah wisatawan pendaki dan pencinta gunung dari tahun ke tahun meningkat [1]. Hal ini karena, bagi banyak wisatawan, pariwisata massa yang bersifat modern/konvensional dianggap tidak lagi memberi tantangan dan kepuasan yang berarti. Dalam banyak aspek, wisata mendaki dan wisata gunung memberikan harapan bagi industrialisasi pariwisata dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan membagikan secara adil kebermanfaatan pariwisata hingga pelosok pedesaan.

Memuncaknya trend baru ini di kalangan anak muda dikarenakan adanya media sosial yang saat ini seperti instagram, twitter, snapchat, dll yang dijadikan media promosi keindahan alam. Tidak luput pun kegiatan berfoto selfi menjadi tujuan utama para anak muda.

Sandal gunung kini juga menjadi trend di lingkungan masyarakat khususnya dalam kalangan anak muda. Hal ini dikarenakan munculnya *lifestyle* baru bagi sebagian besar kalangan anak muda sebagai seorang pendaki untuk menunjukkan jati dirinya mereka dengan mengikuti trend zaman sekarang, yaitu mendaki gunung. Sandal gunung merupakan salah satu

dari sekian banyak perlengkapan dalam pendakian gunung yang wajib dibawa maupun digunakan oleh seorang pendaki. Dilihat dari posisinya didalam daftar perlengkapan pendakian, sandal gunung masih berada di bawah posisi sepatu gunung.

Perlengkapan dalam sebuah perjalanan mempunyai pengertiannya sendiri-sendiri tetapi tidak membedakan fungsi maupun peralatannya. Sebuah perlengkapan perjalanan secara sederhana dapat dibagi menjadi dua, yaitu; perlengkapan pribadi dan perlengkapan tim. Perlengkapan pribadi tentunya berkaitan dengan perlengkapan yang digunakan sebagian besar untuk kepentingan si individu penggiat alam bebas masing-masing, sedangkan perlengkapan tim berkaitan untuk kepentingan sebuah tim atau kelompok yang melakukan kegiatan perjalanan tersebut.

Sebuah produk (dalam hal ini perlengkapan kegiatan alam bebas) diciptakan pada awalnya berkenaan dengan fungsinya, tetapi saat ini dalam perkembangannya dibutuhkan lebih dari sebuah fungsi saja. Sebuah produk saat ini sudah terkait dengan selera/*taste*, kelas dan status sosial, situasi, identitas, gaya hidup/ *life style* dan lain-lain. Sebagai sebuah identitas, perlengkapan penggiat alam bebas saat ini tidak hanya digunakan pada saat seseorang akan melakukan kegiatan saja, perlengkapan tersebut akhirnya menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari (*casual*) yang akhirnya menjadi sebuah identitas [2].

Namun sandal gunung kini di kalangan anak muda sangat digemari untuk digunakan dalam melakukan kegiatan sehari-hari meskipun tidak dalam melakukan kegiatan pendakian sandal gunung masih cocok untuk dipakai seperti halnya pergi jalan-jalan ke pantai, ditengah kota bahkan memasuki sebuah pusat perbelanjaan. Oleh karena itu Sandal gunung menjadi sebuah alas kaki yang hampir bisa digunakan ketika akan beranjak keluar rumah.

METODE PENELITIAN

Dalam pengamatan objek pada Sandal Gunung ini akan berpedoman pada fenomena membenda suatu objek dalam teori estetika, ada sembilan unsur atau aspek pemandu dalam fenomena desain yang terdiri dari *material, teknik/ skill/ tools, energy/ daya, socio culture spiritual, psycho, bio physics, status symbol, artistic, dan fungsi praktis utiliter*. Serta didukung dengan teori mayall yang memaparkan objek mulai dari sisi *essence, important, desirable, performance, ergonomics* dan *aesthetic*. Adapun metode yang digunakan untuk melengkapi data dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif dengan melakukan reduksi data visual, penyajian data visual hingga proses penarikan kesimpulan [3].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini kegiatan pecinta alam seperti mendaki gunung atau disebut pendaki gunung atau *hiker*, pemanjat atau *climber*, susur gua atau *caver* aktifitas yang sering dilakukan disela-sela kesibukan diakhir minggu atau *weekend*. Kegiatan ini tidak hanya dinikmati atau dilakoni oleh kalangan tertentu, tetapi sudah menjadi trend disemua kalangan.

Pada saat ini juga secara gencar trend wisata mendaki gunung ini memberi peluang pada wilayah setempat dalam mendongkrak ekonomi. Seperti halnya basecamp di wilayah pendakian menjadi ramai yang membuat warga sekitarnya untuk membuka sebuah bisnis *basecamp* sebagai tempat yang nantinya dijadikan persinggahan para pendaki. Di sisi lain peralatan pendakian gunung pun menjadi ramai dan meningkat produksinya.

Saat melakukan kegiatan tersebut, penggiat alam bebas tentunya membutuhkan peralatan-peralatan yang baik untuk mendukung aktifitasnya, sehingga dapat melakukan kegiatan dengan nyaman dan aman. Peralatan standar yang wajib dibawa saat melakukan kegiatan tersebut setidaknya terbagi atas perlengkapan yang menempel atau digunakan ditubuh maupun produk-produk untuk melakukan aktifitasnya semacam tas punggung atau *backpack*, selimuttidur atau *sleeping bag*, peralatan masak, dan lain sebagainya. Untuk produk – produk tersebut tentunya mempunyai fungsi maupun kegunaannya masing-masing disesuaikan dengan situasi maupun kondisi kegiatan yang akan dilakukan. Terkait dengan atribusi tentunya berhubungan dengan produk-produk pakai yang dapat digunakan atau melekat pada tubuh yang terdiri antara lain; baju lapangan, ikat pinggang, jam tangan celana lapangan, sepatu, hingga sandal gunung yang saat ini sering digunakan beraktivitas diluar kegiatan alam.

Dari sekian banyak peralatan yang dipergunakan dalam pendakian mulai dari tas gunung yang tentunya peralatan paling utama jika akan melakukan pendakian, Jaket Gunung hal wajib yang harus dimiliki dan dipakai para pendaki, *Sleeping bag*, Pakaian Outdoor, Matras, Senter, Sarung tangan dan bahkan banyak lagi peralatan lainnya, namun yang paling tren saat ini dalam kalangan anak muda meskipun mereka tidak sedang akan melakukan pendakian namun tetap di pakai dalam kesehariannya beraktivitas ialah alas kaki yang dikenal dengan sandal gunung.



Gambar 1. Peralatan Mendaki Gunung
[sumber: dokumentasi pribadi]



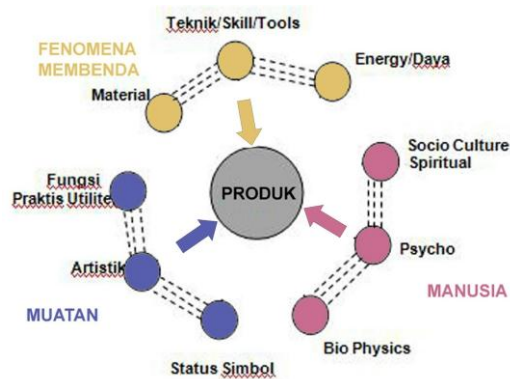
Gambar 2. Sandal Gunung
[sumber: dokumentasi pribadi]

Pada Gambar 2 diatas disajikan salah satu dari sekian banyak model dan brand yang memproduksi sandal gunung. Objek sandal gunung tersebut merupakan produksi brand ternama yang memiliki posisi sebagai brand *awarnes* di kompetitornya, tiada lain ialah “eiger”. Brand ini berada dalam naungan PT.Eigerindo Multi Produk Industri. Eiger merupakan brand paling ternama di Indonesia khususnya untuk pecinta petualangan karena brand ini dikhususkan untuk perlengkapan atau peralatan petualangan. Nama perusahaan Eiger, terinspirasi oleh gunung Eiger, sebuah gunung terkenal di Bernese Alps, Swiss, di ketinggian 3.970 meter di atas permukaan laut. Dan kini Eiger merupakan brand perlengkapan pegunungan yang paling terkenal dan paling banyak dipakai di Indonesia.



Gambar 3. Web site eigeradventure.com
[sumber: dokumentasi pribadi]

Dalam pengamatan objek pada Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series ini akan berpedoman pada teori Sembilan unsur atau aspek pemandu dalam fenomena desain di bawah ini;



Gambar 4. Fenomena Membenda
[sumber: Pratama, 2019]

Pada gambar 5 disajikan tampak dari berbagai sudut tampilan Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series. Hasil pengamatannya dari produk sandal gunung sebagai objek penelitian disajikan dalam 3 aspek muatan objek mulai dari fenomena membenda suatu objek, manusia, dan muatan objek itu sendiri , dan dipaparkan sebagai sebagai berikut;



Gambar 5. Tampak dari berbagai sudut Sandal Gunung
[sumber: dokumentasi pribadi]

1. Fenomena Membenda

Dalam Fenomena membenda ada 3 unsur diantaranya ialah *Material, Teknik/ Skill/ Tools, Energy/ Daya* [4]. Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series adalah varian sandal ini terkenal kokoh, kuat dan dapat digunakan untuk segala medan *outdoor*. Karena model serta kualitasnya yang kuat dan kokoh tersebut, Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series menjadi pilihan utama para pecinta petualangan. Produk Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series ini dibuat dengan material Outer Material : 100% Rubber, Upper Material : 95% PU + 5% Mesh berkualitas yang menjadikannya awet dan terlihat keren. Kualitas lem perekatnyaapun terjamin tidak mudah lepas.

2. Manusia

Tiga unsur pada manusia ialah *Sosio Culter Spiritual, Psycho, Bio Psysics* [5]. Manusia dalam hal ini senantiasa mempunyai kebutuhan, kehendak dan ketakutan (*need, will, and fear*) tertentu sesuai dengan cara pandang

terhadap kehidupan (*world view*), situasi dan kepentingannya masing-masing. Dalam budaya serta pengalaman hidup manusia yang berbeda-beda sebagai latar belakang kepribadian seorang individu akan memproses hal-hal yang diserap sebagai stimulus oleh inderanya, yang dirasakan oleh unsur panca indera ialah seperti Penglihat, Pencium, Pendengaran, Perasa, Peraba bahkan material batu, suara air, rasa raba permukaan, suhu, pergerakan udara (angin) dan lain-lain.

Begitu banyak cerita dan alasan orang, terutama kaum muda untuk mendaki gunung dan menapakkan kaki di puncaknya begitu besar. Entah mengapa. Karena terpukau akan keindahan alamnya, Ingin merasakan sensasi berdiri di atas awan, Ingin di pandang luar biasa oleh lingkungannya, atautkah hanya ingin meningkatkan existensi. Yang pasti, pendakian ke puncak gunung menjadi seperti panggilan inspirasi yang menggoda. Tidak kalah juga dengan upaya *personal branding* yang mereka lakukan dengan tetap melekatkan ciri khas seorang pendaki meskipun mereka tidak melakukan pendakian. Banyak sekali kaum anak muda yang melakukan hal ini tidak mau kalah juga dengan brand produk yang mereka gunakan, sehingga membuat Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series ini banyak peminatnya yang merupakan brand ternama di Indonesia.

Proses terjadinya suatu perubahan gaya hidup ataupun trend tidak terlepas dari implementasi kreativitas dalam kehidupan manusia yang selalu dapat memberikan suatu perubahan yang dinamis [6].

3. Muatan

Pada objek desain Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series memancarkan muatan-muatan :

a. Fungsi praktis utiliter yang sarat dengan sifat-sifat efektif efisiennya

Dalam melakukan pendakian Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series memiliki bobot yang ringan, lebih ringan daripada sepatu gunung. Melewati medan apapun, entah basah, berlumpur, sungai, beratnya tetap nggak nambah. Selain itu, dalam pemakaian sandal gunung juga membuat kaki cepat kering setelah melewati medan basah. Sandal gunung mudah dilepas dan dipakai lagi, sehingga cocok

digunakan ketika sedang camping dan sering keluar masuk tenda.

b. Ekspresi estetik artistik yang ampuh

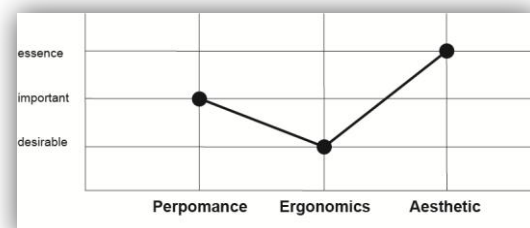
Dari sekian banyak model sandal gunung yang telah di produksi khususnya oleh brand eiger ini, yang paling beda adalah Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series produk ini dikhususkan untuk wanita namun tidak memungkiri keinginan pria juga memiliki dan memakainya. Desain pembeda dari Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series ini ialah dengan tampilannya sebagai sandal jepit gunung. Sehingga memiliki kesan unik, keren ketika dipakai dalam pendakian maupun dipakai dalam kegiatan sehari di tengah kota.

c. Nilai-nilai simbolik

Untuk saat ini status sosial ekonomi menjadi perhatian utama seseorang yang harus senantiasa dijaga dan ditingkatkan. Pada sandal gunung ini melekat sebuah brand ternama yang dipercayai mampu meningkatkan kualitas hidup penggunanya yaitu "EIGER".

Desain estetika serta kenyamanan sandal gunung sudah banyak ditawarkan oleh produk produk dalam maupun luar negeri, Namun masih sangat kurangnya produk sandal gunung yang mengutamakan kebutuhan kaki kita sebagai alat utama yang paling perlu diperhatikan dengan lebih detail dan mendalam untuk dapat membantu, menjaga serta membuat kaki dan tubuh kita lebih prima dan lebih sehat pada saat kita melalui jalur-jalur alam dengan beragam variasi medan dan cuaca [7].

Jika Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series di tinjau dengan skema kajian estetika terapan menggunakan Teori Mayall, ditampilkan sebagai berikut;



Gambar 5. skema teori mayall sandal gunung
[sumber: dokumentasi pribadi]

KESIMPULAN

Dari pengamatan terhadap Sandal Gunung _ Eiger Plumeria Women Series dapat disimpulkan bahwa produk ini sangat memperhatikan muatan yang bersifat fungsi praktis utiliternya beserta kaidah-kaidah efisien, efektif dan health safety dengan berorientasi pada desain masa kini cenderung berorientasi ke arah muatan yang bersifat rasa dan menggugah emosi. Dengan ini dapat dikatakan bahwa tercapainya Emotional Design pada objek ini yang merupakan relevansi antara budaya dengan hubungan emosional, yaitu peristiwa antara orang dengan orang, bukan antara pabrik dengan orang. Oleh karena itu dalam olahan unsur-unsur desain, ekspresi-ekspresi emosional harus lebih diperhatikan dalam penciptaan karya desain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mudana, I. Gede, I. Ketut Utama, and Cokorda Istri Sri Widhari. "Model Kewirausahaan Memandu Wisata Mendaki Gunung Agung Di Desa Selat, Karangasem." *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora* 7.3 (2017): 324-333.
- [2] Muchlis, PERGESERAN FUNGSI ATRIBUSI PENGGIAT ALAM BEBAS SEBAGAI PENANDA GAYA HIDUP STUDI KASUS PADA PRODUK BUSANA, ALAS KAKI (SEPATU DAN SANDAL GUNUNG), JAM TANGAN DAN TAS." *Jurnal Seni Rupa & Desain* Vol.1 No.1 2012.
- [3] Pratama, I. Gede Yudha. "DESAIN SIGN SYSTEM DI LINGKUNGAN KAMPUS NEW MEDIA COLLEGE." *SENADA* (Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur). Vol. 4. 2021.
- [4] Pratama, I. Gede Yudha. "Aesthetics Study of Mesatua Bali Culture in Digital Media." *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*. Atlantis Press, 2018.
- [5] Pratama, I. Gede Yudha. "REVITALIZATION OF MESATUA BALI CULTURE THROUGH THE DIGITAL MEDIA." *ARTic 3* (2019): 135-153.
- [6] Pratama, I. Gede Yudha. "PROSES KREATIF DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI RANGKAIAN ACARA CLINIC DESIGN-STD BALI DESIGN WEEK." *Jurnal Lentera Widya* 2.1 (2020): 9-14.
- [7] Rochyat, Indra G. "DESAIN SANDAL GUNUNG KESEHATAN DENGAN TEKNOLOGI TERAPI RELAKSASI PADA SYARAF-SYARAF KAKI." *DESAIN SANDAL GUNUNG KESEHATAN DENGAN TEKNOLOGI TERAPI RELAKSASI PADA SYARAF-SYARAF KAKI* (2014).