



POTENSI PENGEMBANGAN FASHION STREETWEAR MELALUI MOTIF DAUN SIMPUR PADA CRAB DI PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG

Streetwear Fashion Development Potential through Simpurn Leaf Motif at CRAB in Bangka Belitung Islands Province

Nurul Janah¹, Rohil Agatha Lusya¹, Robakiah¹, Dwi Andini², Desti Aulia Pratiwi¹, Desy Yuliana Dalimunthe^{1*}

¹Jurusan Matematika, Fakultas Teknik, Universitas Bangka Belitung, ²Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung

Gang IV No 1 Desa Balun Ijuk Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172

*Alamat Korespondensi: desydalimunthe2@gmail.com

(Tanggal Submission: 18 Januari 2024, Tanggal Accepted : 3 April 2024)



Kata Kunci :

Fashion, sreetwear, cardigan, daun simpur, break event point

Abstrak :

Fashion merupakan sebuah produk yang diciptakan mewakili kebutuhan individual. *Fashion* remaja berkembang pesat mengikuti jaman, dengan demikian munculah fenomena gaya busana salah satunya *trend* bergaya *streetwear* yang sempat *trend* juga pada era 90an. Salah satu Fashion Streetwear yang banyak digunakan adalah cardigan. Keberadaan *Cardigan* Rajut Bangka Belitung (CRAB) memiliki pangsa pasar tersendiri, khususnya dari sisi *fashion* anak muda. CRAB hadir dengan motif yang mengangkat unsur kearifan lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yaitu daun simpur. Adapun tujuan dari kegiatan ini yaitu dapat menghasilkan produk wirausaha berupa CRAB dengan motif simpur sebagai bagian dari kearifan lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dalam mendorong perekonomian baru bagi mahasiswa. Proses produksi CRAB menggunakan kuesioner uji kelayakan produk dan analisis ekonomi. Berdasarkan kuesioner diperoleh hasil bahwa terdapat 111 responden. Menurut responden usaha produk CRAB memiliki peluang untuk diproduksi dan dapat diterima cukup baik oleh calon konsumen sebesar 97,3%. Selain itu, Usaha produk CRAB cukup menjanjikan dengan hasil analisis ekonomi didapatkan profit yang mencapai >5,5 juta dalam kurun waktu 3 bulan. Sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan berdasarkan uji kelayakan dan analisis ekonomi yang digunakan.

Key word :

Fashion, sreetware,

Abstract :

Fashion is a product that is created to represent individual needs. Teenage fashion is growing rapidly following the times, thus the phenomenon of fashion



cardigan ,simpur
leaves, break
event point

styles emerges, one of which is the streetwear style trend which was also a trend in the 90s. One of the streetwear fashion that is widely used is cardigan. The existence of Cardigan Rajut Bangka Belitug (CRAB) has its own market share, especially in terms of youth fashion. CRAB comes with a motif that raises elements of local wisdom of the Bangka Belitung Islands Province, namely the simpur leaf. The purpose of this activity is to produce entrepreneurial products in the form of CRAB with simpur motifs as part of the local wisdom of the Bangka Belitung Islands Province in encouraging a new economy for students. The CRAB production process uses a product feasibility test questionnaire and economic analysis. Based on the questionnaire, the results showed that there were 111 respondents. According to respondents, the CRAB product business has the opportunity to be produced and can be accepted quite well by potential consumers by 97.3%. In addition, the CRAB product business is quite promising with the results of economic analysis obtained profits that reach > 5.5 million within 3 months. So that this business is feasible to develop based on the feasibility test and economic analysis used.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Janah, N., Lusya, R. A., Robakiah., Andini, D., Pratiwi, D. A., & Dalimunthe, D. Y. (2024). Penyuluhan Kebijakan Relaksasi Kredit dan Pengawasan Internal Di Lpd Tingkatbatu, Kabupaten Bangli. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1020-1028. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1409>

PENDAHULUAN

Fashion merupakan sebuah produk hasil dari tuntunan sosial yang diciptakan atau hasil inovasi yang mewakili kebutuhan individual, bentukbentuk sosial, pakaian, penilaian estetika dan seluruh gaya ekspresi manusia terus menerus diubah oleh model (Simmel, 2020). Dengan demikian munculah fenomena perkembangan fashion remaja. Fenomena dalam gaya busana dikalangan anak muda salah satunya *trend* bergaya streetwear (Wijaya & Asthararianty, 2022). Streetwear adalah gaya berpakaian yang mengusung konsep kasual, yang menjadi *trend* global pada era 90-an (Kompas.com, 2021). Salah satu casual wear yang banyak digunakan saat ini yaitu cardigan karena bisa dikreasikan sebagai penghangat tubuh, pelengkap gaya kasual maupun formal, serta cocok digunakan oleh semua gender (Fitinline.com, 2021). Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada tahun 2021 memiliki temperatur minimum sebesar 21,6°C dengan jumlah curah hujan 3026,7mm (BPS, 2023). Berdasarkan publikasi BMKG prakiraan curah hujan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat pada rentang atas normal (Parwati, 2015). Berdasarkan hal tersebut ide inovasi fashion cardigan sesuai dengan keadaan geografis provinsi ini. Berdasarkan kondisi geografis, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki banyak kearifan lokal seperti flora, fauna dan kesenian (Lusia & Janah, 2022).

Dari sisi sumber daya alam (SDA), Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat banyak potensi alam, mulai dari sektor pertanian dan perkebunan, sektor kelautan dan perikanan, sektor pariwisata, sektor industri pengolahan, serta sektor pertambang (bakuda.babelprov.go.id). Tak jarang dari Sumber Daya Alam lokal tersebut sering dijadikan identitas atau sering digunakan sebagai icon/ciri khas dari provinsi tersebut. Simpur merupakan salah satu tumbuhan khas Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Simpur ini merupakan tumbuhan yang mengandung antioksidan. Tinggi pohon mencapai 10-15 m. Daun tunggal, warna daun saat muda coklat kemerahan, panjang 15-20 cm, lebar 5-7 cm, berbentuk seperti kipas. Bunga berwarna kuning berukuran sekitar 95 mm (mugwort-leaf.com). Tumbuhan khas lokal inilah yang akan menjadi daya tarik dari produk CRAB sehingga bisa dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan-wisatawan yang pernah berkunjung ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Selain keunggulan kondisi geografis, pasca pandemi covid-19 pengunjung yang datang ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mengalami peningkatan. Terlihat pada bulan Juni 2022 tercatat 249 orang wisatawan asing yang berkunjung naik 4,18 persen dari bulan sebelumnya (BPS 2022). Hal



ini dapat menjadi peluang pasar dan target konsumen dari produk yang diciptakan. Dengan menjual kearifan lokal melalui sebuah tampilan baru yaitu cardigan menjadi keunikan dan daya tarik tersendiri pada produk ini. Inovasi cardigan dengan motif kearifan lokal ini diharapkan dapat menjadi salah satu produk fashion yang banyak diminati terutama bagi remaja bangka belitung maupun wisatawan asing yang memiliki selera casual fashion. Selain dapat menjadi alternatif perkembangan tren, cardigan ini dapat menjadi produk unggulan lokal dimana di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung belum adanya produk cardigan ini bahkan dipasar pun belum ada ditemukan produk lokal serupa. Cardigan ini memiliki perbedaan dari cardigan biasanya karena motif yang digunakan yang menjadi keunggulan dari produk CRAB (Cardigan Rajut Bangka Belitung). Sehingga produk ini diharapkan mampu bersaing dengan produk casualwear yang ada dipasaran. Adapun sasaran konsumen yaitu semua jenis kalangan terutama remaja maupun wisatawan asing yang memiliki selera casual fashion (Supangat, 2021). Selain menjadi produk unggulan lokal, cardigan ini memiliki keunggulan seperti motif yang unik, mengikuti perkembangan zaman dan tentunya bisa dikreasikan.

METODE KEGIATAN

Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan di Kabupaten Bangka dan Kota Pangkalpinang Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Selain itu, kegiatan ini berlangsung selama empat bulan terhitung dari Juni-Oktober 2023.

Tahapan Produksi

Dalam memproduksi *Cardigan* Rajut Bangka Belitung (CRAB) secara umum terdiri dari sebagai berikut :

1. Riset Pasar

Riset pasar merupakan proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta menggunakan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen dan membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah (Nurani, 2015). Sebelum melakukan produksi dan menjalankan usaha langkah awal yang harus diambil yaitu mengetahui keadaan pasar seperti hal-hal yang dibutuhkan konsumen agar produk CRAB bisa diterima dan mampu bersaing didunia pemasaran.

2. Produksi

Dalam proses produksi produk CRAB, ada beberapa hal yang harus diperhatikan pertama jenis dan ukuran benang, kedua ukuran jarum yang akan digunakan. Selanjutnya menyesuaikan pola rajutan dengan warna benang yang digunakan sesuai dengan potongan-potongan yang dibutuhkan. Kegiatan produksi disajikan pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Gambaran produksi

Berdasarkan Gambar 1 tim melakukan perbelanjaan alat dan bahan untuk melancarkan proses produksi serta meningkatkan kualitas produk.

3. Pengemasan Produk

Pengemasan produk CRAB menggunakan duakali pengemasan pertama plastik bermotif dengan kemasan luar totebag, agar terciptanya nilai kualitas dan estetika dari produk.

4. Publikasi dan Pemasaran Produk

Produk CRAB akan dipromosikan pertama menggunakan brosur yang disebarakan khususnya di wilayah Balunijuk, Pangkalpinang dan sekitarnya. Kemudian akan dibuatkan sosial media khusus untuk mempromosikan dan memasarkan produk CRAB seperti instagram, tiktok, website hingga shoope (Oktaria *et al.*, 2023). Selain itu, ikut serta dalam Frimor (Friday Morning) yang dilaksanakan di Universitas Bangka Belitung pada jumat minggu pertama pada setiap bulannya dan event festival lokal yang ada di Pulau Bangka maupun Pulau Belitung dengan mekanisme kesehatan yang berlaku.

5. Laporan Hasil Produksi

Riset Pasar Produksi Pengemasan Produk Laporan Hasil Produksi Publikasi dan Pemasaran Produk 8 Semua Kegiatan Produksi akan dilaporkan dalam format logbook maupun format laporan untuk memudahkan administrasi. Sedangkan evaluasi kegiatan produksi dilakukan berdasarkan analisis keuangan mulai dari investasi awal hingga biaya pemasukan sehingga dapat profit yang signifikan.

Target Pasar

Produk CRAB sebagai produk *fashion* yang dimana target pasar adalah masyarakat umum. Kegiatan pemasaran yang akan dilakukan terlebih dahulu harus memperhatikan target pasar yang akan dituju. Sebagai langkah awal dalam menjalankan bisnis CRAB, yang menjadi fokus awal yaitu memperluas jangkauan penjual produk melalui promosi dan publikasi agar menjangkau konsumen secara efektif dan efisien. Selain itu diperlukan uji kelayakan produk untuk mengetahui pangsa pasar yang sesuai (Putri *et al.*, 2022).

Metode Pemasaran

Langkah berikutnya setelah dilakukan kelayakan produksi, maka akan dilanjutkan dengan tahapan pemasaran yang terangkum dalam metode pemasaran untuk mencapai tujuan produksi CRAB sebagai berikut :

1. Broadcasting daring kami melakukan broadcasting di berbagai media social seperti whatsapp, Instagram, facebook, dan tentunya tiktok. Sistem dalam pelaksanaan tersebut yaitu membuat status dari berbagai social media khusus di Instagram dan tiktok kami membuat berbagai konten menggunakan fitur yang ada.
2. Online shop Kami membuat akun di berbagai media sosial yaitu Facebook, Instagram, Tiktok, Website dan Shoope yang nantinya akan dipergunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran kami, terdapat link yang akan dicantumkan di masing-masing bio di akun tersebut untuk sistem pemesanan produk nanti.
3. Konsinyasi Sistem ini sudah dilakukan dari dulu, sebelum adanya internet sistem pemasaran ini dilakukan dengan bekerjasama dengan toko oleh-oleh yang ada di sekitar pusat pembelanjaan, Galeri pakaian yang ada di Kota Pangkalpinang dan sekitarnya, serta berperan aktif dalam pameran atau festival seperti yang ada di lingkungan kampus yaitu Friday Morning (FRIMOR), festival usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kabupaten atau Kota maupun event tahunan yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (dengan mekanisme kesehatan yang berlaku).

Sebagai permulaan sasaran utama pasar adalah seluruh kalangan masyarakat, khususnya wanita yang lebih memperhatikan penampilan dan *fashion* dibandingkan para pria. Usaha produk rajut di Bangka Belitung sangat jarang ditemukan, sehingga akan sangat besar potensi perkembangan dari usaha produk CRAB ini. Dengan motif yang cantik terdapat bunga dan daun simpur menambah ketertarikan khususnya wanita yang lebih dominan menyukai motif ragam hias.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum CRAB yaitu terdiri dari lima potong bagian seperti potongan bagian depan kanan dan kiri, potongan bagian lengan kanan dan kiri serta potongan bagian belakang baju, kelima potongan tersebut kemudian disatukan menjadi suatu baju *cardigan*. Setelah menyatu, akan dilakukan peletakan motif bunga dan daun simpur pada bagian atas baju dan pada bagian lengan baju sehingga menjadi produk *fashion cardigan*. Berikut secara umum ilustrasi desain CRAB pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain CRAB

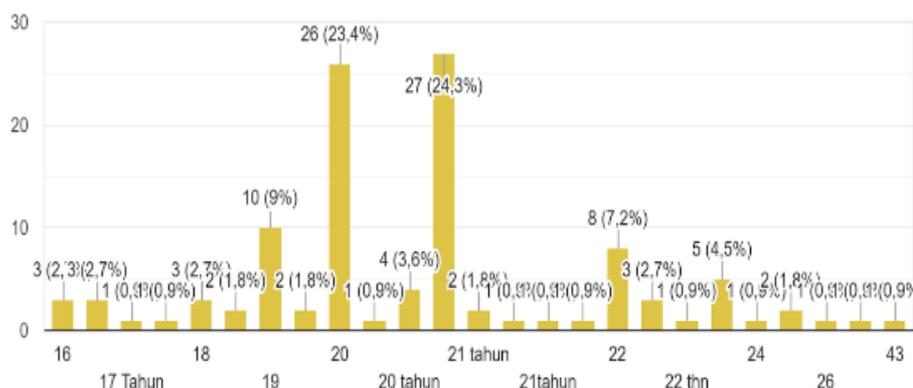
Pada Gambar bagian kanan bawah baju terdapat tulisan “CIKAR GE” yang berarti “Cantik Sekali” dengan maksud selain SDA lokal, produk ini juga akan mengangakan budaya bahasa lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pada kerah baju juga terdapat label yang bergantung (*hang tag*) di produk CRAB.

Data Potensi Pengembangan

Peluang wirausaha yang dibuat adalah produk kerajinan benda pakai sebagai upaya dalam memperkenalkan sumberdaya alam lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Produk ini diberi nama CRAB yang merupakan Cardigan Rajut dengan motif Bunga dan Daun Simpur. Berdasarkan gambaran umum produk dan potensi pasar serta kalkulasi analisis kelayakan usaha diperlukan uji kelayakan melalui kuesioner. Berikut hasil dari kuesioner yang terklarifikasi menjadi beberapa bagian:

Kuesioner Target Pasar CRAB

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

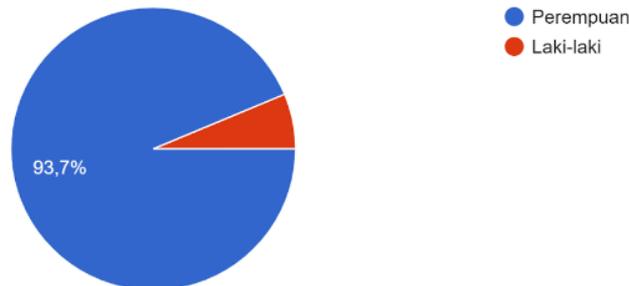


Gambar 3. Presentase Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 3 di atas, terdapat 111 responden yang berdomisili diProvinsi Kepulauan Bangka Belitung. Dari total jumlah populasi responden yang menjadi sampel tersebutdapat dilihat

interval usia responden yaitu 16-43 tahun, dengan responden terbanyak pada usia 20 Tahun sebanyak 31 orang sedangkan 21 Tahun sebanyak 32 orang.

2. Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

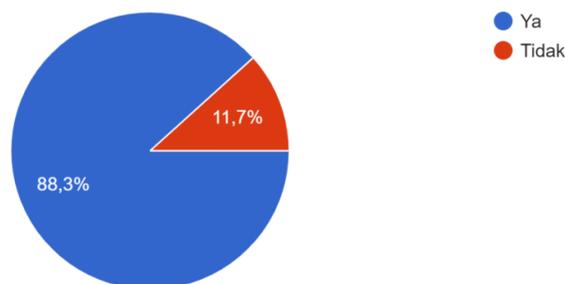


Gambar 4. Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4 jenis kelamin responden yang mendominasi yaitu berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 93,7% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya sebesar 6,3%. Dominasi koresponden perempuan diakibatkan karena peruntukan produk berupa cardigan yang mayoritas digunakan oleh perempuan. Selain itu, perempuan lebih mengerti *fashion* dan mengikuti perkembangan *trend*. Namun berdasarkan 6,3% responden laki-laki diasumsikan bahwa tidak menutup kemungkinan bahwa setiap gender mengerti terhadap *trend fashion* contohnya banyak desainer sukses dari gender laki-laki.

Pendapat Umum Responden

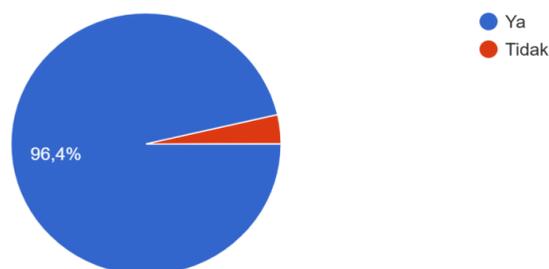
1. Persentasi Ketertarikan Terhadap perkembangan di dunia *Fashion*



Gambar 5. Presentase Responden yang Tertarik Terhadap Perkembangan *Fashion*

Berdasarkan Gambar 5 menunjukkan presentase responden yang tertarik terhadap perkembangan di dunia *fashion* sebesar 88,3% mengatakan "ya" Sementara sebesar 11,7% mengatakan "tidak" tertarik terhadap perkembangan di dunia *fashion*.

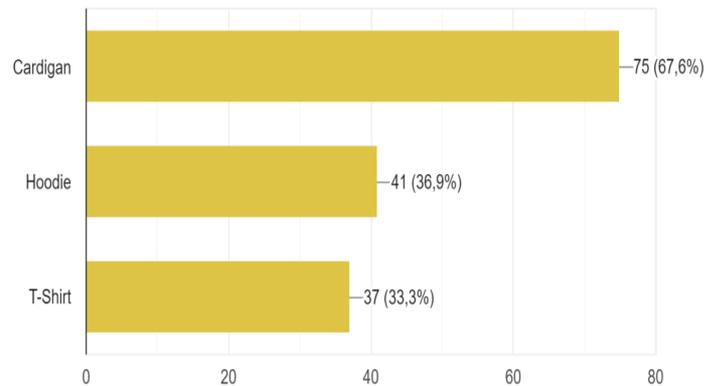
2. Persentase Ketertarikan Terhadap penggunaan *fashion Streetwear* (casual wear)



Gambar 6. Presentase Terhadap Penggunaan *Fashion Streetwear* (Casual Wear)

Berdasarkan Gambar 6 menunjukkan presentase responden yang tertarik terhadap perkembangan di dunia *fashion* sebesar 96,4% mengatakan “ya” Sementara sebesar 5,6% mengatakan “tidak” tertarik terhadap penggunaan *fashion Streetwear* (casual wear). Hal ini mengidentifikasi bahwa responden tidak mengikuti perkembangan *fashion* secara overall namun menjadi konsumsi *fashion* jenis *streetwaer*.

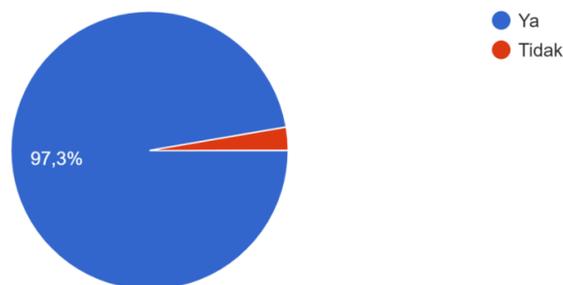
3. Persentase Jenis *fashion* streetware yang biasa digunakan Responden



Gambar 7. Presentase Jenis *Fashion* Streetware yang Sering Digunakan

Berdasarkan Gambar 7 presentase Jenis *fashion* streetware paling sering digunakan adalah *cardigan* 67,6%. Hal ini dapat diasumsikan bahwa minat pasar *cardigan* lebih tinggi dibanding Hoodie dan T-Shirt.

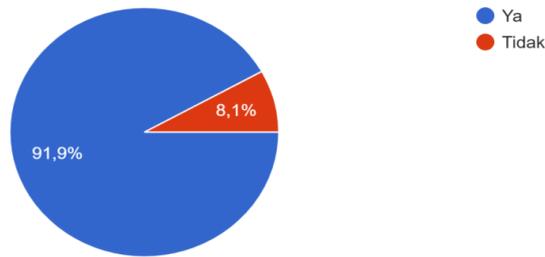
4. Persentase peluang CRAB untuk eksis didunia *fashion streetwear* Berdasarkan Responden



Gambar 8. Peluang CRAB untuk Eksis didunia *Fashion Streetwear*

Berdasarkan Responden Gambar 8 menunjukkan bahwa sebesar 97,3% responden mengatakan “Ya” bahwa CRAB eksis di dunia *Fashion* . Sementara 2,7 % mengatakan “tidak”berpeluang.

5. Persentase CRAB memiliki desain berkarakteristik simple dan elegan



Gambar 9. Presentase pendapat Responden CRAB Memiliki Desain Berkarakteristik Simple Dan Elegan

Berdasarkan Gambar 9 menunjukkan bahwa sebesar 91,9 % responden mengatakan “ya” CRAB dapat memberikan nuansa simpel dan elegan dengan motif Daun Simpbur. Hal ini menandakan bahwa pemberian motif daun simpbur pada konsep fashion yaitu kardigan rajut dapat diterima oleh kalangan masyarakat khususnya dalam dunia fashion. Sedangkan terdapat 8,1% responden mengatakan bahwa CRAB tidak memiliki desain berkarakteristik simple dan elegan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kardigan rajut bangka belitung merupakan produk inovasi yang mengangkat motif kearifan lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yaitu daun dan bunga simpbur. Dengan pangsa pasar yang cukup luas, CRAB bisa dijadikan produk unggulan lokal dan dapat menjadi produk oleh-oleh bagi wisatawan asing yang berkunjung. Usaha produk CRAB cukup menjanjikan dengan hasil analisis ekonomi didapatkan profit yang mencapai >5,5 juta dalam kurun waktu 3 bulan. CRAB juga melalui kuesioner uji kelayakan produk dengan mensurvei 111 responden, CRAB memiliki peluang untuk diproduksi dan dapat diterima cukup baik oleh calon konsumen sebesar 97,3%.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan ini, diharapkan dapat dikembangkan atau ditambahkan dengan memperluas produksi dan pemasaran produk. Khususnya dibidang UMKM dan kewirausahaan dalam pengembangan potensi wilayah (Tipani *et al.*, 2023).

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa) dengan program Pekan Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) telah memberikan dana hibah kepada tim ini. Terimakasih juga Kepada Universitas Bangka Belitung yang telah mendukung kegiatan ini dan kepada Ibu Desy Yuliana Dalimunthe, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2022). Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Dalam Angka 2022. p. 556. Diakses pada 20 Juni 2023. Available at: babel.bps.go.id
- BPS, P. K. B. B. (2023). Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Dalam Angka 2023. Diakses pada 20 Juni 2023. Available at: babel.bps.go.id
- Lusia, R. A., & Janah, N. (2022). Eksplorasi Etnomatematika Pada Senam Bedincak Sebagai Alternatif Pembelajaran dan Wadah Refreshing Bagi Siswa. *Jurnal Fraction*, 2(1).
- Nurani, S. R. (2015). Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Ekonologi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 127–130. Available at: <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1136>.

- Oktaria, E. T. (2023). Sarana Publikasi Dan Media Promosi Produk Kreatifitas Siswa Menggunakan E-Commerce Pada Smk Gading Rejo Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2, pp. 78–83. Available at: <https://www.jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu/article/view/34%0Ahttps://www.jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu/article/download/34/32>.
- Parwati, S. (2015). Karakteristik Pola Curah Hujan Di Wilayah Indonesia Berdasarkan Data Satelit TRMM (1998-2011). *Bunga Rampai Penginderaan Jauh Indonesia*, 3, pp. 2–21.
- Putri, C.N (2021). Mengenal *Streetwear*, Tren Gaya *Fashion* Jalanan yang Naik Kelas. Retrieved December 04, 2021, from [kompas.com website : https://www.kompas.com/parapuan/read/533028071/mengenal-streetweartren-gaya-fashion-jalanan-yang-naik-kelas](https://www.kompas.com/parapuan/read/533028071/mengenal-streetweartren-gaya-fashion-jalanan-yang-naik-kelas)
- Putri, F. A. (2022). Cempelove: Champeden Peel Off Mask Sebagai Masker Alami Anti acne dan Anti Aging. 4, pp. 2780–2787.
- Supangat. (2021). Perencanaan Bisnis / Bussines Plan Rencana Bisnis Thrift Store E-Bisnis (R). (1211900281).
- Simmel, G. (2020). *Fashion Theory a Reader- 2nd Edition*. Malcolrn Barnard : Routledge.
- Tipani, R. *et al.* (2023). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Untuk Pengembangan Umkm Melalui Online Single Submission (OSS) Di Kelurahan Surya Timur, Kabupaten Bangka. *Jurnal Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (DEPATI)*, 3, pp. 142–151.
- Wijaya, C.Z. and Asthararianty, A. (2022). Kajian Konsep Desain Busana Muslim Streetwear Sebagai Sarana Generasi Muda Melestarikan Budaya Indonesia. *Jurnal DKV Adiwarna* [Preprint]. Available at: <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12248%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/12248/10737>.