

Perancangan Tas Bonggol Jagung Dengan Citra Feminin Berdasarkan Psikografis Seorang Figur

Andinar Syafriant Permata Pr¹, Andry Masry², Amirul Nefo³

^{1,2,3}Desain Produk, Institut Teknologi Nasional Bandung,
Jl. PHH. Mustofa no.23, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
asyafriantandinar@gmail.com¹, andry@itenas.ac.id², nefo63@gmail.com³

Received 18 Januari 2024, Revised 16 Februari 2024, Accepted 26 Mei 2024

Abstract — This research aims to produce a handbag design using corn husks as the main raw material and possessing a feminine image based on an analysis of the target market. For this analysis, two trendsetting figures, namely Maria Rahajeng and Nadin Amizah, were selected. The study is motivated by the need for certainty and alignment with the willingness to pay of the predetermined target consumers. The method employed in this design is the iterative prototyping method, starting with the psychographic analysis of the established target, Maria Rahajeng, and Nadin Amizah. The novelty of this research lies in achieving a feminine image in a handbag using corn husks as the material. The conclusion of the study is the creation of a prototype handbag with a feminine image, tested at a local exhibition in Bandung. The research was conducted over a 4-month internship period at PT. Matahati Kreasi Nusantara in late 2023.

Keywords: Feminine, Corn Husk Bag, Psychographics

Abstrak — Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain produk tas dengan bahan baku utama bonggol jagung dan memiliki citra feminin yang didasari dari analisis terhadap target market. Untuk analisis tersebut di ambil dua orang figur yang menjadi trendsetter yaitu Maria Rahajeng dan Nadien Amizah. Penelitian ini dilatari oleh kebutuhan adanya kepastian atau adanya kesesuaian terhadap willingness to pay dari target konsumen yang telah di tetapkan. Metode yang digunakan pada perancangan ini yaitu metode iterative prototyping yang diawali dengan analisis psikografis dari target yang sudah di tetapkan yaitu Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Kebaruan dari penelitian ini adalah tercapainya citra feminin pada tas dengan material bonggol jagung. Akhir dari penelitian ini dihasilkan prototipe tas dengan citra feminin yang telah teruji pada pameran lokal kota Bandung. Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan dalam proses magang di PT. Matahati Kreasi Nusantara pada akhir tahun 2023.

Kata Kunci: Feminin, Tas Bonggol Jagung, Phsycographics

PENDAHULUAN

Sektor yang berkembang saat ini dan mempunyai peran penting dalam perindustrian Indonesia adalah sektor agroindustri (Ismail, n.d.). Indonesia, sebagai negara agraris, memiliki sejumlah komoditas unggulan, salah satunya tanaman jagung. Jagung memiliki peran penting dalam sektor pertanian, yang berfungsi sebagai sumber pangan dan pakan ternak. Tanaman jagung di Indonesia menduduki posisi makanan pokok kedua setelah padi. Oleh karena itu, kegiatan pascapanen dan pengolahan hasil pertanian menghasilkan limbah berupa batang, daun jagung, dan bonggol jagung, karena sebagian besar masyarakat hanya memanfaatkan bijinya. Akibatnya, jumlah limbah pertanian jagung menjadi melimpah karena belum dimanfaatkan secara optimal (Chairunnisa & Ciptandi, n.d.).

Merujuk dari penelitian Priskila Saptorini dan Andry dijelaskan bahwa munculnya industri kreatif, membuka peluang untuk pembaharuan desain produk berbahan baku sisa hasil pertanian seperti jagung, menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat atau bernilai ekonomi agar diperoleh sebuah peluang baru bagi masyarakat (Masri, 2020).

Pada penelitian yang lain, dijelaskan juga mengenai pendekatan eksplorasi material untuk menggali potensi yang terdapat dalam bonggol jagung sehingga memiliki nilai kebaruan

berdasarkan karakteristik bonggol jagung, dan menjadi objek yang memiliki kualitas visual yang baik (Ediyansyah & Masri, 2021a). Dengan demikian bonggol jagung memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sebuah bahan baku untuk beberapa komoditi seperti, Tas (Astuti, 2023), *furniture* (Ramdini & Masri, n.d.), jam tangan (Alfath & Masri, 2021), dan lampu (Ediyansyah & Masri, 2021b).

Dalam penelitian sebelumnya mengenai perancangan tas *handphone* yang dilakukan oleh PT. Matahati, ditemukan bahwa tas yang terbuat dari bonggol jagung memiliki daya tarik bagi masyarakat, namun produk tersebut dinilai belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen, sehingga memunculkan keraguan untuk melakukan pembelian. Sebagai contoh, bagian dalam tas tidak dilapisi dengan furing, sehingga barang yang dibawa langsung bersentuhan dengan permukaan tas. Selain itu, terdapat kekurangan-kekurangan lain seperti ruang yang terlalu kecil, kurangnya keamanan pada bagian tali, kesulitan membuka penutup tas. Akan tetapi hal yang cukup mendasar adalah belum adanya target *market* yang ditetapkan. Hal ini menyebabkan harga produk menjadi terlalu tinggi bagi konsumen tertentu atau terlalu rendah bagi konsumen lain, sehingga calon konsumen cenderung untuk berpikir ulang sebelum memutuskan untuk membeli.

Pada penelitian yang dilakukan kali ini perancangan tas bonggol jagung didasari oleh analisis psikografis dua orang figur yang menjadi *trendsetter* untuk target *market* yang sudah ditetapkan. Langkah pertama yang diambil untuk menetapkan target pasar adalah melalui analisis data pasar yang telah di kumpulkan, kemudian dilakukan pemetaan terhadap calon pembeli yang dinilai berminat dan bersedia membeli produk bonggol jagung. Dari hasil pemetaan tersebut, teridentifikasi bahwa target *market* yang di tetapkan adalah perempuan dengan umur 23 -32 tahun, memiliki personaliti unik, sosial, aktif, kreatif, percaya diri, *energetic* dan ceria yang dapat dilihat dari sosok seperti Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Langkah berikutnya adalah analisis psikografis terhadap dua figur tersebut melalui media sosial Instagram yang dimiliki.

Psikografis sendiri merupakan segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia, di mana konsumen dikelompokkan berdasarkan sikap, nilai, gaya hidup, dan aktivitas (Daga, n.d.). Berdasarkan hasil analisis psikografis terhadap Maria Rahajeng dan Nadin Amizah dapat disimpulkan bahwa citra diusung untuk perancangan produk tas ini adalah citra feminin. Analisis psikografis dilakukan melalui pembuatan *lifestyle board*, berdasarkan analisis tersebut di tetapkan bahwa citra yang tepat untuk Maria Rahajeng dan Nadin Amizah adalah citra feminin, kemudian citra tersebut divisualkan melalui sebuah *moodboard*. Perancangan tas selanjutnya akan merujuk pada visualisasi *moodboard* tersebut. Untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam proses perancangan tas ini terdapat syarat syarat yang harus di penuhi, syarat ini di dapatkan melalui proses wawancara terhadap calon konsumen. Syarat yang harus dipenuhi yaitu, (1) Tas harus memiliki ruang yang cukup besar untuk menyimpan *handphone* dan kompartemen lain untuk menyimpan barang tambahan seperti (*liptint/charger/cardholder*), (2) bagian dalam harus dilapisi oleh material yang dapat meredam benturan agar memberikan kesan aman terhadap barang yang disimpan di dalamnya, (3) penutup tas harus mudah dibuka agar praktis oprasionalnya, (4) tali selempang harus dilapis 2 dan dapat di atur panjang pendeknya. Sedangkan kriteria yang harus dipenuhi dari desain adalah, (1) harus memunculkan karekteristik bonggol jagung dan sekaligus memunculkan citra feminin sesuai dengan *moodboard* yang sudah ditetapkan, (2) Desain harus dapat diproduksi dengan harga pokok produksi yang tidak terlalu tinggi sehingga desain dapat sesuai dengan *willingness to pay* calon *market*.

METODE PENELITIAN

Metode ini terdiri dari beberapa tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *test*, yang secara umum menggunakan pendekatan *iterative prototyping*. Tahap *empathize* diawali dengan melakukan analisis terhadap produk sebelumnya melalui pameran dan wawancara dengan calon konsumen, serta analisis target *market* berdasarkan psikografis. Analisis ini melibatkan pengumpulan data mengenai gaya hidup, aktivitas, gaya berpakaian, barang yang digunakan, hobi, dan tempat yang sering dikunjungi untuk mendapatkan data berupa *lifestyle*. Pada tahap *define*, peluang *market* dan karakteristik orang-orang yang cocok dengan produk tas yang akan dibuat ditetapkan, menghasilkan data kriteria dan *moodboard* sebagai panduan merancang produk. Tahap *ideation* dimulai dengan mencari ide dan menentukan bentuk yang akan dikembangkan, yang kemudian menghasilkan desain tas. Tahap *prototype* diawali dengan menentukan final desain yang akan dirancang, dilanjutkan dengan pembuatan studi model, dan diakhiri dengan pembuatan *prototype*. Terakhir, tahap *test* dimulai dengan uji coba *market* melalui pameran untuk mengetahui keterserapan pasar dan respons pasar terhadap produk yang dirancang, serta diakhiri dengan mendapatkan data hasil analisis dari pameran tersebut.



Gambar 1. Metode Yang Digunakan Dalam Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Empathize

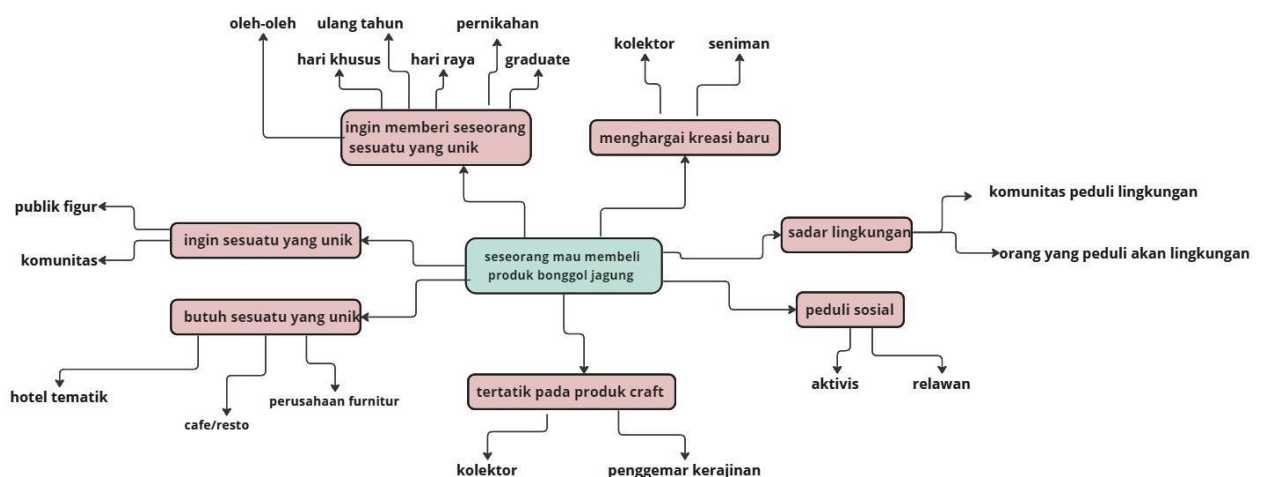
Pada tahap ini cara yang dilakukan yaitu wawancara langsung terhadap calon *market* melalui *car free day* (hari bebas kendaraan bermotor dan bermobil) dan wawancara terhadap pengunjung cafe. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang harus diperbaiki dan harus dimodifikasi pada produk yang akan dirancang, dalam hal ini, dipilihnya Cafe Jabarano disebabkan oleh suasana santai dan informalnya yang diharapkan dapat menciptakan lingkungan percakapan yang lebih nyaman. Selain itu, pengunjung rata-rata Cafe Jabarano merupakan individu yang sudah bekerja.



Gambar 2. Proses Pengambilan Data Melalui CFD dan Wawancara. Sumber dokumentasi penulis

Data hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, (1) Konsumen terdapat 2 macam ada konsumen yang melihat sebuah produk dari keunikan dan juga ada konsumen yang melihat dari segi fungsional. Untuk keunikan dan kreatif sudah 95% namun dari segi fungsi masih 20% space untuk meletakkan barang kurang memadai, (2) lebih *safety* lagi (diberi perekat), *space* terlalu kecil lebih diperbesar (*charger* dan *liptint* bisa masuk ke dalam tas), bagian dalam diberi pelindung, pada bagian tali terlalu tipis (bisa lebih tebal dan ditambah *adjust*).

Tahap empati merupakan fase di mana penelitian terhadap peluang pasar dilakukan. Salah satu metode yang diterapkan adalah pemetaan terhadap calon pasar, melibatkan analisis data pasar terhadap individu yang dinilai berminat dan bersedia membeli produk bonggol jagung. Dari hasil pemetaan tersebut, teridentifikasi dua kategori pasar, yaitu komunitas/kelompok dan individu. Fokus utama penelitian ini adalah pada kategori individu. Pada tahap ini, ditetapkan dua figur yang menjadi *trendsetter*. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa target *market* yang ditetapkan adalah perempuan berusia 23-32 tahun, dengan personalitas Unik, Sosial, Aktif, Kreatif, Percaya diri, *Energetic*, dan ceria, seperti yang terlihat pada sosok Maria Rahajeg dan Nadin Amizah.



Gambar 3. Metode Yang Digunakan Dalam Penelitian. Sumber penulis

Setelah menemukan fokus utama calon pasar sudah ditentukan, selanjutnya yaitu menganalisis dengan cara observasi secara *online* melalui media sosial mengenai orang yang menjadi target *market* untuk di telusuri mengenai gaya hidup, gaya berpakaian, barang yang

digunakan, aktivitas, hobi dan tempat yang sering dikunjungi. Dalam hal ini analisis difokuskan pada figur Maria Rahajeng dan Nadin Amizah.

1. Gaya berpakaian dan barang yang digunakan



Gambar 4. Gaya Berpakaian Maria Rahajeng dan Nadine Amizah. Sumber dokumentasi Instagram



Gambar 5. Barang Yang Sering Digunakan. Sumber dokumentasi Instagram

2. Aktivitas



Gambar 6. Aktivitas Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Sumber dokumentasi Instagram

3. Hobi



Gambar 7. Hobi Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Sumber dokumentasi Instagram

4. Tempat yang sering dikunjungi



Gambar 8. Tempat Yang Sering Dikunjungi. Sumber dokumentasi Instagram

Setelah mendapat data mengenai psikografis dari figur yang ditetapkan maka selanjutnya dapat dikerucutkan melalui pembuatan data berupa *lifestyle*

LIFESTYLE



Gambar 9. Lifestyle Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Sumber dokumentasi Instagram

B. Tahap Define

Pada tahap sebelumnya, di tahap wawancara terdapat pertanyaan mengenai *willingnes to pay* seseorang untuk membeli produk bonggol jagung, *willingness to pay* mereka yaitu Rp300.000-Rp490.000. Dan dari hasil wawancara yang sudah dilakukan terhadap calon konsumen menghasilkan syarat desain dan kriteria desain, meliputi, (1) tas harus memiliki ruang yang cukup besar untuk menyimpan *handphone* dan kompartemen lain untuk menyimpan barang tambahan seperti (*liptint/charger/cardholder*), (2) bagian dalam harus dilapisi oleh material yang dapat meredam benturan agar memberikan kesan aman terhadap barang yang disimpan di dalamnya, (3) penutup tas harus mudah dibuka agar praktis operasionalnya, (4) tali selempang harus dilapis 2 dan dapat diatur panjang pendeknya.

Sedangkan kriteria yang harus dipenuhi dari desain adalah; (1) harus memunculkan tekstur bonggol jagung dan sekaligus memunculkan citra feminin sesuai dengan *moodboard* yang sudah ditetapkan, (2) desain harus dapat diproduksi dengan harga pokok produksi yang tidak terlalu tinggi sehingga desain dapat sesuai dengan *willingness to pay* calon *market*.

Berdasarkan analisis psikografis terhadap dua *figur trendsentter* dalam target *market* yang telah ditentukan, data menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam gaya berpakaian, aktivitas, gaya hidup, hobi, dan tempat yang sering dikunjungi antara Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Maria Rahajeng lebih condong kepada gaya berpakaian kasual, sedangkan Nadin Amizah cenderung menyukai gaya berpakaian *girly*.

Perbedaan juga tampak pada barang-barang yang sering mereka gunakan, di mana Maria Rahajeng lebih memilih produk dengan bahan utama kulit dan harga yang cukup tinggi, sementara Nadin Amizah lebih tertarik pada barang-barang dengan bahan material baru dan unik.

Aktivitas kedua individu tersebut juga berbeda. Maria Rahajeng, yang bekerja sebagai model, Host Tv dan *konten kreator* dan aktif sebagai aktivis lingkungan hidup dan kemanusiaan, memiliki kesibukan yang berbeda dengan Nadin Amizah, yang berprofesi sebagai penyanyi dan komposer musik.

Dalam hobi, keduanya memiliki kesamaan dimana keduanya sama sama menyukai alam dan *travelling*. Namun, terdapat perbedaan, yaitu dalam segi olahraga dan kemampuan memainkan alat musik.

Tempat yang sering sereka kunjungi memiliki kesamaan, yakni keduanya senang mengunjungi tempat yang memancarkan nuansa asri dan alam, serta keduanya juga suka mengunjungi cafe atau restoran.

Dari data yang telah dicari, dapat ditarik kesimpulan dalam bentuk *moodboard*. Berdasarkan analisis target konsumen, terdapat perbedaan di mana Maria Rahajeng memiliki citra elegan, sementara Nadin Amizah memiliki citra *girly* dan ceria.



Gambar 10. Moodboard. Sumber penulis

Melalui *moodboard* tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra feminin paling tepat untuk keduanya. Feminin dalam bahasa Latin, yaitu "*feminius*," dari kata "*femia*" yang berarti perempuan. Feminin merujuk pada ciri-ciri atau sifat-sifat yang lebih sering atau umumnya terkait dengan kualitas atau penampilan yang biasanya terkait dengan perempuan ("feminine," 2023).

C. Tahap Ideation

Pada tahap *ideation* perlu memperhatikan beberapa aspek yang sudah ditetapkan di dalam kriteria desain, selain itu juga hal yang harus di perhatikan lainnya yaitu aspek fungsi dan estetika. Lalu langkah selanjutnya yaitu membuat alternatif desain sebanyak 20 alternatif.



Gambar 11. Alternatif Desain. Sumber penulis

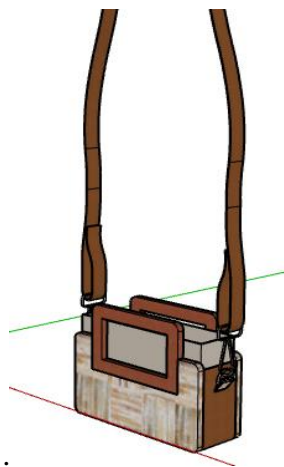


Gambar 12. 5 Alternatif Desain. Sumber penulis

Setelah mendesain beberapa desain alternatif, langkah berikutnya dalam proses perancangan melibatkan pemilihan desain yang paling sesuai dengan kriteria awal yang telah ditetapkan. Desain yang dipilih kemudian diberi warna sesuai dengan konsep *moodboard* sehingga dapat membantu menciptakan nuansa dan estetika yang diinginkan. Selanjutnya, yaitu pemilihan final desain dari 5 alternatif desain yang sudah dibuat untuk memutuskan desain mana yang paling menonjol, sesuai dengan karakteristik bonggol jagung dan memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

D. Tahap *Prototype*

Pada tahap *prototype*, merupakan fase di mana ide diwujudkan. Tujuan pembuatan *prototype* ini yaitu untuk menguji aspek tertentu dari desain yang telah dihasilkan pada tahap ideasi.



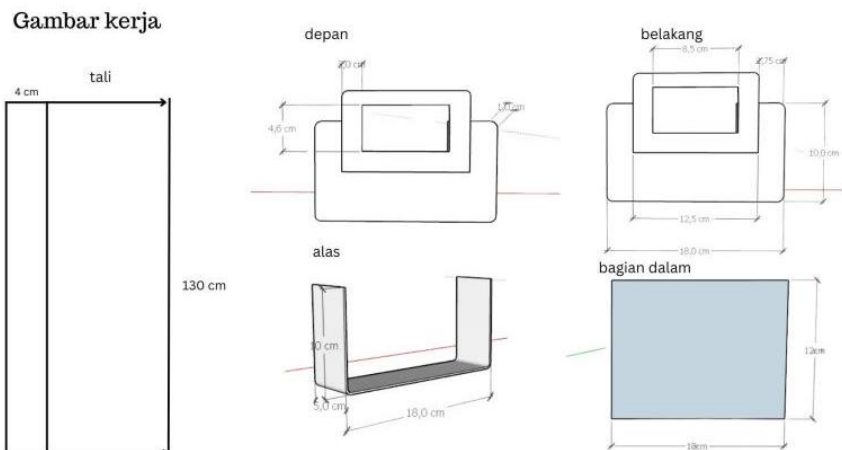
Gambar 13. Final Desain. Sumber penulis

Dalam proses perancangan *prototype*, desain akhir dipilih secara teliti. Keputusan dalam pemilihan desain juga diperhitungkan dengan mempertimbangkan bagaimana karakteristik dari bonggol jagung dan juga estetika dari desain yang dirancang namun, tidak hanya dari aspek estetika terdapat hal lain yang harus dipertimbangkan yaitu dalam hal fungsionalitas dan kemampuan untuk mencerminkan citra feminin yang diinginkan, sesuai dengan analisis psikografis terhadap figur *trendsetter*.

Desain khusus tas bonggol jagung ini dibuat untuk menarik perempuan berusia 23-32 tahun dengan karakteristik unik, sosial, aktif, kreatif, percaya diri, energik, dan ceria, sebagaimana

tercermin pada figur *trendsetter* yang dipilih yaitu Maria Rahajeng dan Nadin Amizah. Dengan demikian, desain ini tak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pengguna, melainkan juga menciptakan ikatan emosional dengan target pasar yang diinginkan.

Selain itu, desain yang dipilih juga sudah mempertimbangkan faktor biaya produksi dimana dalam hal ini sudah dipastikan bahwa keseluruhan proses dapat diproduksi dengan harga pokok produksi yang tidak terlalu tinggi yaitu Rp350.000 sehingga sesuai dengan *willingness to pay* dari calon *market*.



Gambar 14. Gambar Kerja. Sumber penulis



Gambar 15. Menghitung Kelembapan Bonggol. Sumber dokumentasi penulis

Pada tahap pembuatan *prototype* diawali dengan mempelajari karakteristik dari bonggol jagung, khususnya dengan fokus pada analisis kelembapan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tingkat kelembapan yang terkandung dalam bonggol jagung, apakah itu tinggi atau rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan kapan saat yang tepat untuk memulai proses produksi berdasarkan kadar air yang ada pada bonggol jagung.



Gambar 16. Membuat Papan Lapis. Sumber dokumentasi penulis

Proses pembuatan tas bonggol jagung ini melibatkan serangkaian tahap yang harus dilalui. Tahap-tahap tersebut mencakup; pemotongan bonggol jagung menjadi bentuk balok, penipisan bagian yang sudah menjadi balok guna menghilangkan busa yang ada pada bagian dalam bonggol, perakitan dan pengeleman menjadi sebuah papan, pengepresan papan guna menghindari lengkungan, pendempulan papan untuk menghindari adanya bagian yang kosong akibat penyusutan, penempelan papan menjadi 2 lapis, pendempulan papan untuk meratakan permukaan papan, dan yang terakhir adalah penghalusan bagian papan yang sudah didempul.



Gambar 17. Proses Perakitan Tas. Sumber dokumentasi penulis

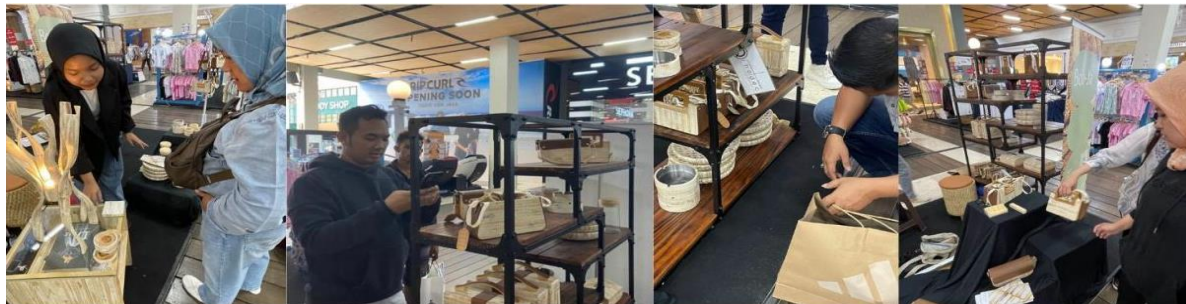
Tahap selanjutnya yaitu perakitan menjadi sebuah tas, di mana tahap pertama yaitu, pemotongan pola sesuai dengan desain yang sudah ditentukan, pengeleman bagian *handle* dan badan, pendempulan bagian depan dan belakang untuk menghindari adanya lubang kecil, penghalusan setelah di dempul dan pengepresan bagian yang sudah dirakit guna meminimalisir terjadinya pelengkungan.



Gambar 18. Proses Finishing. Sumber dokumentasi penulis

Tahap terakhir yaitu tahap *finishing*, dimana dilakukan proses finishing dengan *melamic* agar bagian tas lebih halus, setelah melakukan proses *finishing* tahap selanjutnya adalah pemasangan kulit sebagai badan tas lalu yang terakhir adalah proses pemasangan *furing* untuk melindungi barang bawaan.

E. Tahap Test



Gambar 19. Pengujian Produk Melalui Pameran Lokal. Sumber dokumentasi penulis

Tahap akhir dari penelitian ini adalah pengujian atau uji coba, yang dilaksanakan melalui pameran. Pameran dilakukan untuk mengetahui tingkat keterserapan pasar dan respons pasar terhadap produk yang dirancang. Pada tahap ini juga dilakukannya pengetesan kapasitas ruang pada tas yang di rancang, pada pameran didapatkannya jawaban bahwa tas yang di rancang sudah memenuhi keinginan konsumen dari segi kapasitas. Selain itu, pameran juga menjadi salah satu metode untuk menguji kualitas produk, dengan fokus pada evaluasi respons pasar dan umpan balik terhadap produk. Umpan balik dari pasar sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang telah dirancang memenuhi standar kualitas dan kebutuhan pasar yang ada.



Gambar 20. Produk Akhir. Sumber dokumentasi penulis

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah dihasilkannya desain produk tas berbahan baku bonggol jagung dengan citra feminin. Proses perancangan ini tidak hanya didasarkan pada analisis pasar dan psikografis, melainkan juga melibatkan pemetaan peluang pasar serta analisis terhadap gaya hidup dan preferensi target *market*.

Dengan melibatkan dua *figur trendsetter*, Maria Rahajeng dan Nadin Amizah, penelitian ini berhasil menetapkan target pasar yang spesifik, yaitu perempuan berusia 23-32 tahun dengan karakteristik unik, sosial, aktif, kreatif, percaya diri, energik, dan ceria.

Akhir dari penelitian ini dihasilkannya sebuah *prototype* berupa tas dengan material bonggol jagung dengan citra feminin. Citra feminin diambil dari *figur trendsetter* yaitu Maria Rahajeng dan Nadin Amizah di mana pada hasil *prototype* ini sudah dilakukannya tahap uji coba pasar melalui pameran menjadi tahap akhir dari penelitian ini, di mana respons pasar diukur dan umpan balik diperoleh untuk memastikan bahwa produk ini dapat diterima dengan baik oleh konsumen dan dapat menghadirkan nilai tambah yang signifikan di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfath, E. D., & Masri, A. (2021). Penekanan efektifitas produksi jam tangan bonggol jagung. *FAD*.
- Astuti, R. (2023). *Eskplorasi Teknik Laminasi Dan Bending pada Bonggol Jagung Untuk Tas Sling Bag*. 01(01).
- Chairunnisa, M., & Ciptandi, F. (n.d.). *PENGOLAHAN MATERIAL LIMBAH BONGGOL JAGUNG SEBAGAI PRODUK AKSESORIS FESYEN*.
- Daga, R. (n.d.). *KREDIT PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk*.
- Ediyansyah, M., & Masri, A. (2021a). Proses pemanfaatan modul bonggol jagung berbentuk balok menjadi material utama desain lampu. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 4(1), 53–58. <https://doi.org/10.24821/productum.v4i1.3621>
- Ediyansyah, M., & Masri, A. (2021b). Proses pemanfaatan modul bonggol jagung berbentuk balok menjadi material utama desain lampu. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 4(1), 53–58.

- Feminine. (2023). In *Wiktionary, kamus gratis*.
https://en.wiktionary.org/w/index.php?title=feminine&oldid=77234761&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Ismail, D. (n.d.). *Sistem Produksi Sederhana Pengolahan Bonggol Jagung Sebagai Bahan Baku Dalam Perancangan Produk*.
- Masri, A. (2020). Kompromisitas Antara Kreasi dan Produksi Produk Berbahan Baku Bonggol Jagung. *Jurnal Desain Indonesia*, 32–46.
<https://doi.org/10.52265/jdi.v2i2.74>
- Ramdini, Z. N., & Masri, A. (n.d.). *Perancangan coffee table Bonggol Jagung dengan Memanfaatkan Karakteristik Fisik Bonggol*. 4.