

# Eksplorasi Batu Akik untuk Perhiasan Generasi Z

Balqis Aqila Canon dan Primaditya

Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

*e-mail:* prima@its.ac.id

**Abstrak**—Batu akik merupakan sumber daya alam yang melimpah di negara Indonesia serta memiliki nilai asosiatif untuk dimanfaatkan sebagai barang hias karena karakteristik dan warnanya yang indah. Namun, melalui observasi di lapangan, penulis menemukan bahwa pemanfaatan batu akik sebagai material perhiasan belum dimanfaatkan secara maksimal sehingga penjualannya masih rendah apabila dibandingkan dengan penjualan perhiasan yang menggunakan material batu permata. Padahal material batu akik juga berpotensi sama besarnya dengan batu permata jika diolah lebih baik lagi. Eksplorasi material batu akik pada produk perhiasan ini bertujuan untuk meningkatkan pengembangan kemungkinan bentuk dan pemanfaatan bahan batu akik supaya dapat meningkatkan daya tariknya, nilai jual, dan nilai keindahan, serta memaksimalkan penggunaannya dalam pembuatan perhiasan. Untuk gaya desain yang diterapkan adalah gaya *wise* minimalis dengan didasari pada gaya yang paling banyak diminati oleh generasi Z sebagai populasi terbesar saat ini di Indonesia. Dengan menargetkan pasar pada generasi Z, dapat memudahkan dalam peningkatan popularitas batu akik supaya dapat dikenal dan terus lestari, sehingga batu akik dapat terus diapresiasi dengan jangka lama dan berujung pada peningkatan nilai potensi secara menyeluruh. Terdapat dua jenis data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dengan metode pencarian melalui literatur ilmiah; observasi; eksplorasi material; moodboard; dan simulasi model 3 dimensi. Sedangkan untuk data kuantitatif diperoleh dengan melakukan metode persebaran kuesioner. Hasil yang dicapai pada perancangan ini adalah produk perhiasan dengan hasil eksplorasi material batu akik yang baru dalam bentuk model perhiasan 3 dimensi.

**Kata Kunci**—Batu Akik, Eksplorasi, Generasi Z, Perhiasan.

## I. PENDAHULUAN

PEMANFAATAN batu akik sebagai perhiasan telah dipergunakan sejak zaman logam sekitar tahun 3000-2000 SM. Pada masa ini, orang-orang menggunakannya sebagai bahan pembuat manik-manik [1]. Menurut naskah Bahasa Jawa, *Kawruh Makelar Barang Kina*, karya dari P. Rubagi Wangsadimeja, penggunaan batu akik sebagai perhiasan yang lazim bagi masyarakat Indonesia diperkirakan mulai berlangsung sekitar tahun 1930-an sampai dengan saat ini pemanfaatan yang paling sering diterapkan dari material batu akik adalah sebagai perhiasan akik. Namun, permasalahan utama terkait fenomena batu akik yang diangkat sebagai permasalahan penelitian ini adalah kurangnya kepedulian masyarakat umum saat ini dalam penggunaan material batu akik sebagai material perhiasan. Tidak seperti pemanfaatan batu permata yang lebih populer dan paling banyak dipakai sebagai batu perhiasan, batu akik telah memiliki stigma nya sendiri yang dipahami masyarakat

luas sebagai stigma negatif. Padahal, batu akik memiliki bentuk, jenis, dan warnanya yang beragam sebagai nilai keindahan yang cocok digunakan dalam perhiasan. Sehingga diperlukan nilai kebaruan pada material batu akik untuk meningkatkan daya tariknya supaya kesan atau stigma negatif dapat digantikan dengan anggapan yang lebih positif. Salah satu cara untuk memberikan kebaruan tersebut adalah dengan melakukan eksplorasi material. Selain itu, dalam mengembangkan pemanfaatan material batu akik tentunya diperlukan pengetahuan dasar tentang karakteristiknya. Proses eksplorasi dilakukan untuk mengetahui seperti apa kemungkinan yang mungkin diwujudkan dan dicapai dengan menggunakan batu akik, mulai dari seberapa keras batu dapat dibentuk sampai seberapa kecil dimensi yang masih dapat dibuat.

Eksplorasi material penting dilakukan demi dapat meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap penggunaan batu akik. Oleh karenanya, diperlukan target pasar yang berdampak besar bagi perkembangan dunia *fashion* sehingga dapat berpengaruh pada perekonomian dan peningkatan tren batu akik. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa populasi terbesar di Indonesia saat ini adalah generasi Z, yaitu orang yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012 dengan jumlah populasi sebesar 27,94% [2]. Sumber lainnya yang mendukung adalah dari pernyataan perusahaan perhiasan De Beers UK LTD menyebutkan bahwa generasi Z berpotensi besar dalam meningkatkan nilai ekonomi perhiasan karena 2/3 konsumen pasar perhiasan internasional berasal dari generasi Z. Dalam menyelaraskan tujuan dengan target konsumen, perlu melakukan penyesuaian dengan tren atau minat gaya desain generasi Z terhadap perhiasan. Karakteristik generasi Z juga berpengaruh terhadap pelaksanaan proses eksplorasi material yang sejalan dengan gaya dan tren.

Selain keselarasan konsep yang sejalan dengan karakteristik target konsumen, penciptaan nilai terpenting dalam membangun sebuah produk termasuk perhiasan adalah penciptaan nilai yang baik, sehingga menghasilkan pola pikir, budaya, dan pengalaman yang baik juga [3]. Penciptaan nilai konsumen generasi Z bertujuan untuk meningkatkan rasa loyalitas, memperluas pangsa pasar, efisiensi, dan tingkat kepuasan setelah terjadinya transaksi. Hasil penelitian dari jurnal yang berjudul: *Makna Batu Akik di Kalangan Surabaya Gemstone Community Menurut Perspektif Interaksionisme Simbolik* menyimpulkan bahwa batu akik memiliki 2 makna utama yang sekaligus menjadi nilai dari perhiasan, adalah sebagai berikut [4].

### A. Associative Value (Asosiatif)

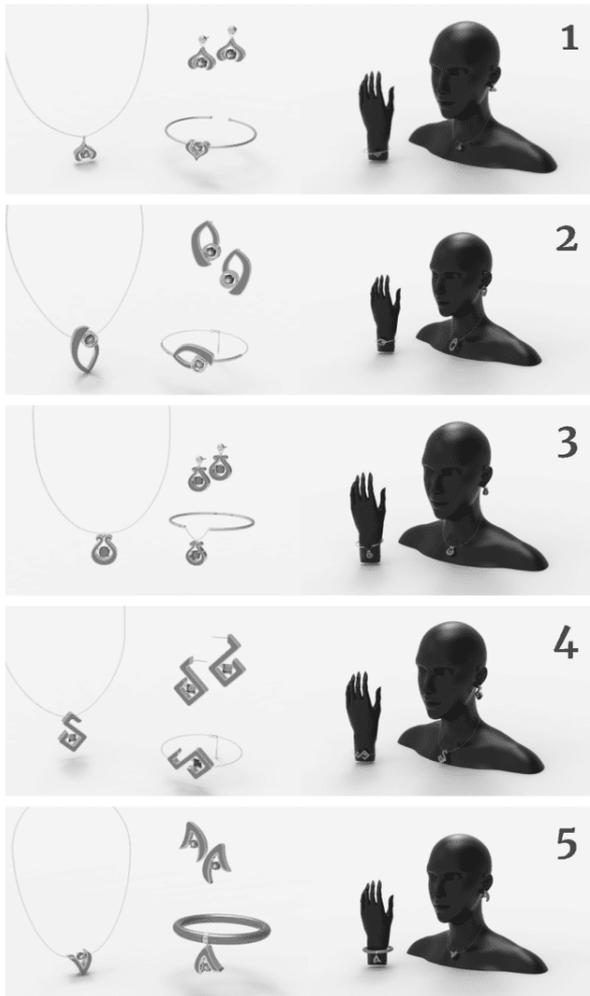
Batu akik dinilai sebagai barang seni. Nilai asosiatif dalam perhiasan adalah nilai dari sebuah perhiasan yang berasal dari



Gambar 1. Moodboard Spirituality Wise



Gambar 3. 3D Model Set Perhiasan Desain Final



Gambar 2. Desain Alternatif



Gambar 4. 3D Model Set Perhiasan Operasional



Gambar 5. Prototipe Batu Akik untuk Eunoia Series

material alaminya yang sudah indah dan dapat dirakit menjadi perhiasan. Batu akik memiliki goresan natural yang terbentuk secara alami dan memiliki kekuatan yang dapat digunakan sebagai material perhiasan, sehingga batu akik dapat dikatakan memiliki nilai asosiatif.

**B. Magical Value (Magis)**

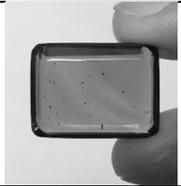
Batu akik sebagai barang yang mengandung unsur magis. Nilai magis dalam perhiasan tercipta akibat kepercayaan orang atau sekelompok orang yang menganggap perhiasan tersebut memiliki kemampuan supranatural atau hal tak terlihat oleh mata. Makna ini kerap dikaitkan dengan sesuatu yang mengarah pada hal negatif, seperti perdukunan atau

sejenisnya. Namun, apabila nilai ini diolah dengan baik, maka dapat menjadi *value* positif sekaligus tetap dapat menghargai leluhur atas kepercayaan yang telah tercipta sebelumnya.

Dalam usianya, generasi Z masih termasuk generasi yang belum memiliki kemampuan finansial stabil. Menurut Natasha Lynn dalam jurnal yang berjudul *Design of Customizable Expressive Jewelry for Generation Z* menyebutkan bahwa generasi Z memiliki minat dan daya beli yang relatif rendah terhadap perhiasan. Daya beli yang dimiliki generasi Z dalam membeli sebuah perhiasan baru adalah maksimal Rp 1.000.000 [5].

Berdasarkan sebuah artikel yang berjudul *Generation Z:*

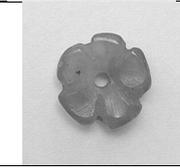
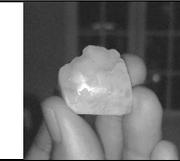
Tabel 1.  
Hasil Eksplorasi Bentuk Material

No.	Bentuk Potongan	Jenis Batu	Gambar
1	Tumbling	Jenis batu yang dipakai beragam, dari yang transparan dan tidak transparan	
2	Cabochon	Tidak Transparan: Batu Nagasui	
		Transparan: Batu Obsidian	
3	Table Cut	Tidak Transparan: Batu Idocrace Aceh	
		Transparan: Batu Obsidian	
4	Step Cut	Tidak Transparan: Batu Giok Blimbing	
		Transparan: Batu Obsidian	
5	Brilliant Cut	Tidak Transparan: Batu Black Onyx	
		Transparan: Batu Kecubung Es	

(lanjutan)

*Future Jewelry Consumers* disebutkan ciri kepribadian generasi Z sebagai pembeli perhiasan. Menurut artikel tersebut, generasi Z adalah generasi yang melek teknologi (*technology literate*), selalu terhubung (*always connected*), pemburu kesepakatan (*deal hunters*), skeptis (*skeptical*), dan tidak loyal (*no loyalty*). Karakteristik inilah yang menjadi ide dalam perancangan seri perhiasan tentang membangun

Tabel 1.  
Hasil Eksplorasi Bentuk Material

No	Bentuk Potongan	Jenis Batu	Gambar
6	Fancy Cut	Tidak Transparan: Batu Gasper Merah	
		Transparan: Batu Lavender	
7	Ukiran atau Engraving	Batu Chalcedony	
		Batu Giok	
8	Setengah Dihaluskan	Batu Turquoise	
		Batu Druzy Jasper (sedikit transparan)	
9	Kustom Bentuk	Batu Gasper Merah	

kepercayaan diri dalam bersosialisasi dan keterhubungan melalui media maupun secara langsung. Hal ini sebagai cara untuk merekonstruksi makna magis perhiasan yang sebelumnya negatif menjadi lebih positif dengan pemahaman yang sama namun dengan cara yang berbeda.

## II. METODOLOGI DESAIN

Metode yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mendapat data kuantitatif dan kualitatif. Dalam mendapatkan data kuantitatif, dilakukan persebaran kuesioner guna merangkum data generasi Z serta pendapat atau harapan mereka terhadap perancangan perhiasan akik yang diharapkan. Kuesioner juga dilakukan untuk mengetahui gaya apa yang paling banyak disukai dan dipakai generasi Z sebagai acuan gaya perancangan ini.

Tabel 2.  
Hasil Eksplorasi Mix Material

No.	Campuran Material	Kesimpulan	Gambar
1	Lem Korea	Bertujuan memanfaatkan sisa serpihan batu akik hasil pemotongan batu lainnya, untuk dijadikan material baru dan memanfaatkan penggunaan batu akik secara maksimal. Hasilnya, lama pengeringan sekitar 1-2 jam dengan menggunakan suhu ruang supaya mengering dan menempel dengan sempurna.	
2	Resin Bening	Bertujuan untuk menginovasi batu akik menjadi produk lain selain perhiasan dengan bidang yang lebih lebar. Penggunaan resin dan katalis (cairan pengeras resin) yang digunakan adalah 1:10 (resin: katalis) untuk dapat mengeras selama total 18 jam. Untuk mendapat hasil yang mengkilap, resin harus diampelas kembali	 
3	Cat Warna	Bertujuan memanfaatkan celah pada batu akik untuk diberikan warna. Eksplorasi ini lebih cocok untuk diterapkan pada batu berwarna putih atau tidak memiliki warna sama sekali. Namun warna hanya dapat masuk ke celah batuan, dan tidak semua bagian batu memiliki celah. Selain itu, warna yang ada di dalam dapat pudar seiring lamanya pemakaian dengan penggunaan air yang dapat masuk ke dalam celah dan menghapus warnanya.	

Sedangkan data kualitatif didapatkan dengan melakukan literatur ilmiah, eksplorasi material bentuk, dan eksplorasi material campuran. Literatur ilmiah digunakan untuk mengetahui karakteristik batu akik secara umum dan pengetahuan lain yang selaras. Data kualitatif pendukung dalam perancangan desain adalah menganalisis data tren forecast dan melakukan pembuatan moodboard untuk mengkomunikasikan data tulis persona secara visual dengan menciptakan gambaran hati, suasana, dan inspirasi dalam perancangan produk. Selanjutnya pembuatan simulasi model 3 dimensi mendukung gambaran produk secara nyata dan detail untuk nantinya diteruskan pada proses produksi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Tren

Dari empat gaya yang diusung TFI (*Trend Forecast Indonesia*) 2020 [6], dilakukan analisis dalam bentuk kuesioner yang disebar melalui online dengan target narasumber kalangan generasi Z. Dari hasil kuesioner dapat dilihat bahwa gaya *spirituality wise* adalah preferensi gaya yang paling banyak dipilih sebesar 44,6% dari total

Tabel 3.  
Analisis Pemilihan Desain Akhir

Nomor Alternatif	Alat Ukur				Total
	K	P	B	U	
1	3	4	4	4	15
2	4	4	1	4	13
3	3	2	4	4	13
4	1	2	3	1	7
5	3	4	3	4	14

responden adalah 74 orang. Orang-orang dengan preferensi gaya ini juga memiliki minat yang tinggi terhadap perhiasan dibandingkan dari 3 gaya lainnya. Gaya *spirituality wise* mengacu pada bentuk-bentuk dasar dengan warna *earth tone* yang cenderung netral.

Penggunaan jenis perhiasan berdasarkan jurnal berjudul *Contemporary Jewelry Trend as a Result of People Lifestyle's Change and Fashion Industries Development in Indonesia*, jenis perhiasan digolongkan dalam 2 kategori sebagai berikut [7].

#### 1) Fashion Jewelry

Perhiasan fesyen adalah sebuah perhiasan yang memiliki fungsi sebagai penunjang penampilan saja atau kebutuhan dalam berpakaian. Material dalam membuat perhiasan fesyen beragam. Antara lain bisa terbuat dari bahan tanah liat, plastic, resin, dan lainnya.

#### 2) Fine Jewelry

Perhiasan jenis ini memiliki fungsi sebagai perhiasan yang dapat diinvestasikan, karena dibuat dari material mewah, seperti batu berlian dan emas sehingga harganya tinggi atau mahal. Penggunaan perhiasan ini selain dapat diinvestasikan, juga tetap memiliki fungsi utamanya sebagai perhiasan yaitu untuk menunjang penampilan.

Berdasarkan tren perhiasan 2022 menurut artikel Harper's Bazaar terdapat beberapa tren seperti *jewelry vintage*, *chain belts*, *bubblegum bauble rings*, *logomania*, *colorfull gems*, dan *novelty jewelry*. Berdasarkan preferensi gaya fashion yang terpilih yaitu *spirituality wise* dengan material batu akik, maka tren perhiasan yang sesuai untuk diterapkan adalah *colorfull gems*. Gems atau batu permata yang dipakai memiliki ukuran batu yang beragam, ada yang berukuran besar, sedang, dan kecil dengan bentuk cutting batuan yang sederhana. *Colorfull gems* sangat sesuai untuk diterapkan pada perancangan ini karena menyamai dengan material yang dipakai adalah batu akik yang memiliki karakteristik yang kuat pada warna dan motif beragam. Penggunaan warna pada *colorfull gems* cenderung memilih batu-batu yang berwarna cerah dan menarik perhatian. Hal ini bisa dijadikan referensi dalam pemilihan jenis batu akik yang memiliki warna tersebut.

#### B. Analisis Pengguna

Target pengguna pada penelitian ini berfokus pada generasi Z dengan usia dalam batas legal, yaitu 17 sampai 25 tahun, berjenis kelamin perempuan, tinggal di kota besar, dan termasuk kedalam tingkat ekonomi menengah ke atas yang bersedia mengeluarkan uangnya sampai maksimal Rp 1.000.000 untuk sebuah perhiasan baru. Pengguna diidentifikasi sebagai seseorang yang menghargai budaya dan tradisi, kreatif, dan aktif di sosial media. Dalam hal berpakaian, persona menyukai gaya yang casual dengan

warna-warna alam. Gaya perhiasan favoritnya adalah yang sederhana dan memiliki cerita atau makna menarik didalamnya. Namun kelemahan persona yang juga menjadi kelemahan generasi Z adalah skeptis, terkhusus pada kemampuan diri sendiri yang bisa disebabkan karena mereka banyak terhubung dengan berbagai orang di sosial media yang membuat mereka jadi selalu membandingkan dirinya dengan orang lain. Krisis kepercayaan diri yang terjadi akan diangkat menjadi latar belakang perancangan pada penelitian ini, disimbolkan dengan bentuk-bentuk dasar dan warna netral sebagai gambaran proses generasi Z dalam meraih kepercayaan diri.

Moodboard yang diangkat terdiri dari gambar-gambar visual tentang ketenangan, proses membangun pikiran yang baik, sederhana, dengan *pattern* alami bertradisi yang minim, dan gerakan yang natural sebagai gambaran suasana hati yang tenang sedang berproses dapat dilihat pada Gambar 1. Kata kunci yang muncul dari moodboard adalah *shine, cultured, elegant, minimalist, dan graceful mystical*. *Shine* diwujudkan dalam bentuk penggunaan batu akik yang senantiasa bersinar sebagai gambaran diri yang sebenarnya memiliki makna cukup namun tersembunyi dengan rasa tidak percaya diri. *Cultured* diwujudkan dalam bentuk penggunaan batu akik sebagai batu yang diyakini berbudaya. *Elegant* diwujudkan sebagai keinginan pembawaan diri generasi Z yang ingin terlihat elegan dan penuh wibawa. *Minimalist* diwujudkan dalam bentuk perhiasan yang minim dan selaras dengan tema yang diusung, *Confident* diwujudkan sebagai fungsi perhiasan untuk generasi Z sebagai media meningkatkan kepercayaan diri penggunanya.

### C. Eksplorasi Material

Dalam melakukan eksplorasi material batu akik, diterapkan dalam 2 cara yaitu eksplorasi bentuk dan eksplorasi campur material. Eksplorasi bentuk dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bentuk dan ukuran berapa saja yang memungkinkan untuk dibuat dengan material batu akik. Sedangkan eksplorasi campur material dilakukan untuk mengetahui kemungkinan atau inovasi apa saja yang dapat dibuat dari batu akik.

#### 1) Eksplorasi Bentuk

Dapat dilihat pada Tabel 1

#### 2) Eksplorasi Campur Material

Dapat dilihat pada Tabel 2

Demi dapat menampilkan karakteristik material asli batu akik, maka perancangan ini akan menerapkan eksplorasi bentuk saja. Tujuan dilakukannya eksplorasi campur material adalah sebagai referensi ide acuan untuk penelitian mendatang.

### D. Konsep Desain

Konsep desain dari penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik generasi Z terkait krisis kepercayaan diri dan kata kunci pada moodboard *shine, cultured, graceful mystical, minimalist, elegant*. Untuk koleksi seri pada penelitian ini dinamai sebagai *Series Sinar Nirwana*. Mengandung pesan untuk meyakinkan diri bahwa semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi indah.

Dalam dunia batu akik, ada beberapa batu yang dipercaya memiliki simbol dari kepercayaan diri, perlindungan dari bahaya, dan sensitivitas psikis salah satunya adalah batu pirus. Batu pirus dipercaya memiliki manfaat untuk

menguatkan jiwa dan melindungi diri dari energi buruk serta menambah kepercayaan diri seseorang. Pada *Sinar Nirwana Series* ini menggunakan batu pirus dan safir biru.

### E. Preliminary Desain

Pada tahap proses berikutnya, dilakukan eksplorasi ide desain dengan membuat *thumbnail sketch* sebanyak 60 gambar dan terpilih 5 alternatif desain akhir sebagai perwujudan dari penelitian ini. Perhiasan dibuat dalam 1 set yang terdiri dari kalung, gelang, dan sepasang anting dapat dilihat pada Gambar 2.

Dari lima desain alternatif akan dipilih 1 desain final dengan menggunakan metode *scoring* dan beberapa alat ukur sebagai berikut: (K) Kesesuaian dengan konsep; (P) Kemudahan produksi bagi pengrajin; (B) Berat batu yang wajar; (U) Keunikan bentuk secara menyeluruh.

Penilaian dilakukan dengan memberi nilai dengan artian angka seperti berikut: (1) Tidak sesuai; (2) Kurang sesuai; (3) Sesuai; (4) Sangat sesuai, yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Setelah dilakukan analisis pada tabel di atas, maka terpilih alternatif desain nomor 1 sebagai desain akhir pada penelitian ini. Selain menggunakan metode *scoring*, penentuan desain terpilih juga berdasarkan diskusi dan saran dari dosen yang menyarankan untuk merevisi sedikit bentuk supaya lebih sesuai dengan makna dan suasana (*moodboard*) yang dibuat, yang dapat dilihat pada Gambar 3 – 4.

Berikut adalah perwujudan batu akik yang telah dibuat dengan material asli dalam perbandingan 1:1, yang dapat dilihat pada Gambar 5.

## IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Setelah melakukan eksplorasi terhadap material batu akik dan eksperimen menggunakan campuran material lain untuk produk perhiasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Dari eksplorasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Dalam proses eksplorasi bentuk, dilakukan secara tradisional dengan alat potong dan ukir batu pada umumnya, untuk meningkatkan kemampuan pengrajin membuat bentuk yang lebih inovatif; (2) Dalam membuat bentuk modern seperti *brilliant cut, fancy cut, table cut, dan step cut* disarankan untuk menggunakan batu akik yang transparan. Hal ini disebabkan bentuk-bentuk tersebut yang memiliki tujuan untuk dapat memendarkan cahaya dari bawah ke atas batu yang membuatnya bercahaya. Apabila menggunakan batu yang tidak transparan, maka cahaya yang masuk tidak dapat dipendarkan secara maksimal; (3) Minimal ketebalan yang aman untuk membentuk batu akik menjadi bentuk *custom* adalah 3 mm, untuk mencegah batu akik patah; (4) Apabila batu akik diukir, maka ketika proses penghalusan, bagian yang telah diukir akan lebih sulit dijangkau untuk dihaluskan, sehingga akan terlihat lebih kasar daripada bagian yang timbul; (5) Batu akik dapat dibentuk dengan bentuk yang kustom sesuai mal yang tersedia; (6) Batu akik mampu dibuat dengan ketebalan paling tipis 3 mm dengan kelebaran bidang atas sepanjang 24 mm; (7) Pewarnaan batu akik dengan pewarna makanan yang hanya memanfaatkan celah batu, warna nya tidak dapat bertahan lama diakibatkan sifat pewarna yang cair dan celah batu yang mudah bagi air untuk masuk; (8) Limbah potongan

batu akik dapat dimanfaatkan dan disatukan dengan dicampur bersama material tambahan seperti lem korea atau resin untuk menjadi *pattern* dalam sebuah bidang yang lebih lebar. Proses ini dapat digunakan untuk memanfaatkan pecahan batu yang berukuran sangat kecil supaya dapat dipakai kembali menjadi olahan produk lain.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis B. A. mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini, khususnya Bapak Matpoles sebagai pengrajin batu akik yang telah membantu untuk terlaksananya proses eksplorasi material dan pembuatan produk akhir perancangan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. J. Puspongoro and N. Notosusanto, *Sejarah Nasional Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1984. [Online]. Available: <https://search.worldcat.org/title/216201594>
- [2] Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak, "Hasil sensus penduduk 2020 Kabupaten Demak," Demak, Jan. 2021. Accessed: Jan. 31, 2025. [Online]. Available: <https://demakkab.bps.go.id/id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- [3] G. Mahajan, "What is customer value and how can you create it?" *Journal of Creating Value*, vol. 6, no. 1, pp. 119–121, May 2020, doi: 10.1177/2394964320903557/ASSET/2394964320903557.FP.PNG\_V03.
- [4] F. D. Prayoga, "Makna batu akik di kalangan Surabaya gemstone community menurut perspektif interaksionisme simbolik," Thesis (Skripsi), Universitas Airlangga, Surabaya, 2018. [Online]. Available: <https://repository.unair.ac.id/83637/>
- [5] N. L. Kusuma, E. N. Ustazah, and H. Susandari, "Design of customizable expressive jewelry for generation Z," in *Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Management of Technology (ICONBMT 2020)*, Atlantis Press, May 2021, pp. 102–108. doi: 10.2991/AEBMR.K.210510.019.
- [6] Indonesia Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2011-2014), *The New Beginning: Fashion Trend 2021/2022*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020. [Online]. Available: <https://search.worldcat.org/title/1277184100>
- [7] A. Arumsari, "Contemporary jewelry trend as a result of people lifestyle's changes and fashion industries development in Indonesia," *International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE)*, vol. 2, no. 11, pp. 68–77, 2015, [Online]. Available: [www.arcjournals.org](http://www.arcjournals.org)