

Aplikasi Warna dan Angka Bermakna Baik dalam Budaya Tionghoa untuk Desain *Packaging Hampers Tingjing*

Ivena Siddharta Halim,^{1*} Guguh Sujatmiko², Rosita Meitha Surjani³

^{1,2} Program Studi Desain Produk, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

³ Jurusan Teknik Industri, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

Diterima : 15 Maret 2023

Direvisi : 14 Agustus 2023

Diterbitkan : 02 Oktober 2023

Abstract

In Chinese culture, one of the activities before wedding is a proposal procession called Tingjing. Tingjing hampers packaging design was designed for today's Tingjing activities which need hampers with a special packaging design which makes the hampers are more memorable and meaningful for the recipients. The method used in this design is 2 of the 4 phases of design thinking in the double diamond model, such as discover and define by doing literature review, In Depth Interview (IDI) with 1 event organizer founder and 5 Chinese people who had the Tingjing event and observation with 3 Tingjing hampers vendor. The results achieved in this study are that the meaning of Tingjing hampers based on Chinese culture is very important and it is found that the types of colors and numbers have good meaning and can be applied to the packaging design of Tingjing hampers.

Key words: color, number, packaging, Tingjing

Abstrak

Dalam budaya Tionghoa, salah satu rangkaian kegiatan sebelum melaksanakan pernikahan adalah prosesi lamaran yang disebut *Tingjing*. Desain *packaging hampers Tingjing* dirancang untuk kegiatan *Tingjing* masa kini yang memiliki kebutuhan *hampers* dengan desain *packaging* khusus agar *hampers* lebih berkesan serta bermakna untuk penerimanya. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah 2 dari 4 fase *design thinking* dalam model *double diamond*, yaitu *discover dan define* dengan melakukan tinjauan pustaka, *In Depth Interview (IDI)* 1 orang *founder event organizer* dan 5 orang Tionghoa yang telah menyelenggarakan acara *Tingjing*, dan observasi 3 *vendor hampers Tingjing*. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah pemaknaan yang ada pada *hampers Tingjing* berdasarkan budaya Tionghoa sangatlah penting dan ditemukan jenis warna dan angka-angka yang bermakna baik serta dapat diaplikasikan pada desain *packaging hampers Tingjing*.

Kata kunci: warna, angka, packaging, Tingjing

1. Pendahuluan

Budaya Tionghoa memiliki beberapa rangkaian kegiatan sebelum pernikahan. Salah satu kegiatan tersebut adalah prosesi lamaran atau *Tingjing* (E. Kuntjara, S. Suprajitno, & J. M. Djundjung, 2018). Masyarakat etnis Tionghoa melakukan kegiatan ini hingga sekarang sebagai bentuk kontrol sosial yang mempromosikan sosial solidaritasnya. Selain itu, juga sebagai pengakuan bahwa mereka merupakan bagian dari masyarakat yang memiliki keturunan darah Tionghoa (Bell, 2009). Namun, saat ini mereka menyelenggarakan kegiatan *Tingjing* sebelum pernikahan dengan susunan acara dan cara penyelenggaraan yang telah menyesuaikan gaya hidup modern (E. Kuntjara et al., 2018).

Dalam kegiatan *Tingjing*, tamu akan mendapat bingkisan atau *hampers*. Saat ini, *hampers Tingjing* telah memiliki desain *packaging* khusus yang membuatnya lebih berkesan dan bermakna bagi penerima *hampers*

* Corresponding author : guguh.sujatmiko@staff.ubaya.ac.id

(Jessica, Yuwono, & V. Yusuf, 2020). *Hampers* sendiri dalam bahasa Inggris memiliki makna keranjang dengan fungsi sebagai wadah untuk meletakkan beberapa jenis barang. *Hampers* menjadi hal yang umum diberikan kepada orang lain, terutama di momen yang spesial (Aida, 2021). *Hampers Tingjing* yang umumnya ditemui masa kini memiliki desain cenderung lebih sederhana, minimalis, dan elegan dengan unsur-unsur budaya Tionghoa pada desain grafis *packaging* nya (K. A. Linggo Rahardjo, 2020).

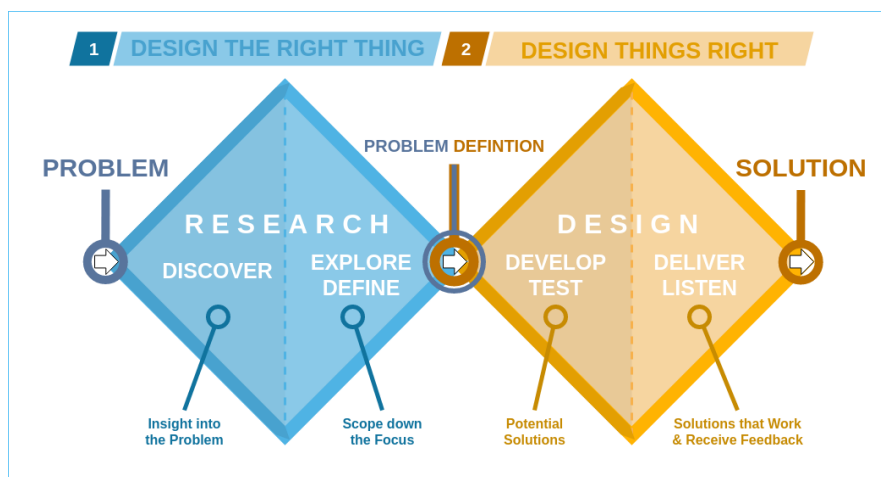
Dalam mengembangkan sebuah produk, maka kesukaan (preferensi) dari masyarakat pengguna harus diperhatikan dengan seksama sehingga produk baru akan selalu laku di pasaran karena sesuai budayanya (Andansari & Shyafary, 2020).

Packaging atau kemasan sendiri merupakan sebuah desain kreatif. Desain kreatif tersebut berkaitan dengan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk dengan tujuan agar suatu produk dapat dipasarkan. *Packaging* berfungsi untuk membungkus, mengirim, mengeluarkan, melindungi, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk yang ada di pasar (Klimchuk, Rosner, & S. A. Krasovec, 2006). Dari hasil wawancara bersama seorang *event organizer founder* dan lima narasumber yang telah melakukan *Tingjing*, mereka mengakui bahwa faktor utama narasumber ketika memilih *hampers Tingjing* adalah seluruh komponen memiliki makna sesuai filosofi Tionghoa, serta keunikan *packaging* nya yang dapat membedakan *hampers* mereka dengan acara *Tingjing* orang lain.

Selain jenis kue yang memiliki makna, pemilihan warna dan jumlah angka dalam *hampers Tingjing* juga harus sesuai dengan filosofi Tionghoa (K. A. Linggo Rahardjo, 2020). Budaya Tiongkok sangatlah menghargai makna dari warna. Orang Tiongkok mempercayai bahwa ada warna dapat mendatangkan keberuntungan dan sebaliknya (R. R. Soenarto, 2013). Sampai hari ini angka juga menjadi bagian penting dari budaya masyarakat Tionghoa. Di mana ada orang selalu ada angka dan sistem numerologi. Bahkan, melalui studi numerologi sistem didefinisikan pengetahuan khusus tentang angka, konsep, dan fitur simbol (Dossymbekova, F. Daulet, & Zeinolla, 2015). Kepercayaan orang Tionghoa mengenai pemaknaan angka diaplikasikan dalam rangkaian kegiatan pernikahan sampai hari ini (E. Kuntjara et al., 2018). Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, warna dan angka bermakna baik dalam budaya Tionghoa adalah hal yang penting untuk diaplikasikan pada *packaging hampers Tingjing* yang akan dirancang. Hal ini sangat menarik sehingga aplikasi warna dan angka bermakna baik dalam budaya Tionghoa untuk *packaging hampers Tingjing* menjadi topik penelitian ini.

2. Metode

Metode yang digunakan adalah dengan Mencari ide serta opsi yang banyak (berpikir divergen), kemudian menentukan opsi terbaik (berpikir konvergen) adalah tahap pertama dalam proses kreatif (Vidyaprabha, Susanto, Jayadi, & Prasetya, 2022) yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan *critical thinking* untuk menghasilkan produk dengan nilai lebih dan unik (Dewi, 2019). Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah *design thinking double diamond*. *Design thinking* ini memiliki empat fase tahapan, yaitu *discover*, *define*, *develop*, dan *deliver*. Namun, dalam penelitian ini dilakukan hanya sampai fase *define*.



Gambar 1. Double diamond method

Dalam tahap *discover* dilakukan tinjauan pustaka terkait *Tingjing* untuk mengetahui bagaimana masyarakat etnis Tionghoa melakukan kegiatan *Tingjing*. Dilakukan tinjauan pustaka mengenai pemaknaan angka dan warna dalam budaya Tionghoa untuk pengaplikasiannya pada *packaging hampers Tingjing*. Selain tinjauan pustaka, dilakukan *In Depth Interview (IDI)* bersama seorang *founder event organizer* dan 5 orang Tionghoa yang telah menyelenggarakan acara *Tingjing* untuk mengetahui preferensi masyarakat etnis Tionghoa dalam memilih *packaging hampers Tingjing*.

Tabel 1. Pertanyaan In Depth Interview

Kode	A	B
	Pertanyaan IDI <i>Founder Event Organizer</i>	Pertanyaan IDI Orang Tionghoa yang telah Menyelenggarakan Acara <i>Tingjing</i>
1	Apakah masih banyak <i>client</i> yang menyelenggarakan <i>Tingjing</i> sebelum pernikahan mereka?	Apa yang membuat Anda menyelenggarakan acara <i>Tingjing</i> ?
2	Bagaimana <i>preference client</i> yang paling mempengaruhi ketika mencari <i>hampers Tingjing</i> ?	Ketika mencari <i>hampers</i> apa faktor utama yang dicari?
3	Bagaimana perkembangan desain <i>packaging hampers Tingjing</i> yang ada di pasar saat ini?	Seperti apa versi <i>hampers</i> yang dipakai saat acara <i>Tingjing</i> Anda?

Pada tahap *define* dilakukan observasi 3 *vendor hampers Tingjing*. Observasi ini dilakukan di *Wedding Fair Grand City Convention Hall* Surabaya. Tujuan dilakukannya observasi ini adalah mengetahui aplikasi warna dan angka bermakna baik dalam budaya Tionghoa untuk *packaging hampers Tingjing* yang telah dilakukan oleh pasar

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Makna Warna dalam Budaya Tionghoa

Pernikahan di dalam budaya Tionghoa sering disebut “*red affairs*” atau *hongshi* (紅事) (Scott, 2007). Pada serangkaian kegiatan pernikahan budaya Tionghoa sering ditemui warna merah yang melambangkan kebahagiaan dan acara yang penuh sukacita (Streit, 2012). Warna merah dipercaya berkaitan dengan kebahagiaan, keberuntungan, dan nasib baik sehingga lebih sering digunakan dalam rangkaian kegiatan pernikahan (Kurnia & Kurniawan, 2016). Selain warna merah, warna emas juga sering digunakan etnis Tionghoa dalam berbagai acara. Warna emas bermakna warna yang paling indah dan melambangkan netralisasi, kemakmuran, serta keberuntungan (Streit, 2012).

Dalam *Feng Shui* dipercaya bahwa warna dapat bersifat transformatif. Prinsip-prinsip *Feng Shui* berdasarkan pada pengobatan tradisional Cina, berdasarkan dinamika kebalikan dari yin dan yang bersama 5 elemen, yaitu air, kayu, api, tanah dan logam. *Feng Shui* adalah tentang menciptakan alam keseimbangan sambil mempromosikan kesehatan, harmoni, stabilitas dan kemakmuran. Warna hitam sebagai elemen air mewakili kehidupan, intuisi, spiritualitas, kebijaksanaan, dan psikologis dan kedalaman intelektual, namun jika terlalu dominan akan menimbulkan depresi dan putus asa (Duffy, 2015). Namun, budaya Tionghoa juga mempercayai bahwa warna hitam adalah lambang berduka, kemalangan, kesedihan, misterius penuh hal negatif, kegelapan, horor, niat jahat, serta kesialan (Kurnia & Kurniawan, 2016). Warna biru tua sebagai elemen air dan tanah mewakili ketenangan. Mereka warna-warna menenangkan yang mencerminkan relaksasi, kedamaian dan kepercayaan, petualangan dan eksplorasi. Abu-abu merupakan elemen logam yang jika terlalu banyak digunakan dapat menunjukkan frustrasi dan keputusasaan. Namun, dalam dunia pernikahan maknanya adalah perpaduan hitam dan putih yang dapat menciptakan keseimbangan dan menyelesaikan konflik. Terakhir, warna putih sebagai elemen logam mewakili kepercayaan diri dan kemurnian, serta sering dikombinasikan dengan warna emas (Duffy, 2015).

3.2 Makna Angka dalam Budaya Tionghoa

Budaya masyarakat Tionghoa memiliki kepercayaan pada pertanda dan takhayul tidak hanya dalam legenda, cerita yang menjelaskan fenomena alam, namun juga dalam konsep abstrak mereka sebagai aspek linguokultural numerologi (Dossymbekova et al., 2015). Dalam rangkaian kegiatan pernikahan budaya Tionghoa, angka 2 dipercaya sebagai angka baik. Terbukti oleh salah satu ornamen Tionghoa pada hampir seluruh rangkaian

kegiatan pernikahan Tionghoa, karakter *shuāngxǐ* yang merupakan karakter bermakna Bahagia ditulis 2 kali. Karakter ini bermakna kebahagiaan ganda (E. Kuntjara et al., 2018). Angka 3, 6, 8, dan 9 juga dipercayai sebagai angka baik atau angka keberuntungan. Dalam Bahasa Tionghoa kuno, angka 3 memiliki banyak arti penting, seperti matahari, bulan, dan bintang yang merupakan benda angkasa. Selain itu angka 3 juga bermakna langit, bumi, dan manusia yang merupakan 3 material penting dalam kehidupan. Terakhir, hal penting dari angka 3 yang berkaitan dengan konteks Tingjing adalah pemaknaan ayah, anak, dan cucu yang menggambarkan 3 generasi dalam keluarga dan kelahiran keturunan (Hariyanto, 2013). Budaya Tionghoa juga meyakini angka ganjil adalah angka keberuntungan. Bentuk fasadenya yang simetris merupakan sumbu positif bagi kepercayaan Tionghoa (*Feng Shui*) (Widiastuti). Masyarakat Tionghoa juga menyukai angka 6 karena pada masa pra dinasti Qin, kitab suci kaum Konghucu menyebutkan “6 Kitab” atau “6 keahlian” (Hariyanto, 2013). Angka 6 juga melambangkan kekayaan karena angka 6 (liù) dan 流(liú, lancar) memiliki persamaan bunyi melambangkan bisnis yang lancar (Dossymbekova et al., 2015). Dalam kepercayaan masyarakat Tionghoa angka 8 merupakan angka hoki karena angka delapan terbentuk dari garis yang tidak terputus (Susanti & Dwol). Angka 8 disukai karena masyarakat Guangdong yang menganggap “88” (ba ba), dan “发发” (fa fa, keberuntungan yang besar, nasib yang baik) memiliki persamaan bunyi (Susanti & Dwol). Angka 8 dipandang sebagai angka yang sangat menggambarkan keberuntungan (Dossymbekova et al., 2015). Terakhir, dalam bahasa Tionghoa, “9”九 jiǔ dan 久 jiǔ (abadi) memiliki persamaan bunyi. Selain itu, dari angka 1 sampai 10, angka 9 merupakan angka satuan terbesar (Hariyanto, 2013).

3.3 In Depth Interview (IDI)

Berikut adalah hasil *In Depth Interview* (IDI) bersama 6 narasumber yang dilakukan pada tanggal 18 – 19 Maret 2022 :

Tabel 2. Hasil In Depth Interview





Kode	Jawaban Narasumber
A1	Hampir semuanya masih menyelenggarakan acara <i>Tingjing</i> .
A2	Pengaruh orang tua sangatlah besar dalam menentukan. <i>Client</i> biasanya mencari <i>brand</i> yang punya nama terkenal di <i>Instagram</i> , lalu mencari isi kue yang mereka sukai, kemudian dari <i>vendor</i> kue tersebut baru membahas desainnya. Secara desain <i>preference client</i> sangat beragam misalnya bentuk kotak sepatu, koper, dan lainnya.
A3	<i>Hampers</i> yang tradisional lebih eksplorasi di desain grafis. <i>Hampers</i> yang baru mulai berinovasi bentuk keranjang dan lainnya. Ada juga yang bukan memberi kue tapi makanan seperti bebek panggang. Orang tua cenderung mencari yang ada maknanya. Yang lebih muda lebih mencari yang lebih cocok dan bagus untuk acaranya. Kemasan <i>hampers</i> yang tradisional kebanyakan masih berbentuk kotak atau dibungkus kain furing. Kalau <i>packaging hampers Tingjing</i> yang interaktif belum pernah menemukan.
B1	Karena tradisi dan dari diri sendiri masih ingin melestarikan acara ini. Karena keluarga masih ada yang totok. Keluargaku dan suami nggak totok jadi tidak mewajibkan. Ingin mengadakan karena teman-teman pada menyelenggarakan kegiatan ini. Karena sudah adat turun-temurun sebelum menikah harus <i>Tingjing</i> . Karena pihak keluarga masih menerapkan tradisi. Selain itu menjadikan <i>event</i> ini agar lebih dekat dengan kerabat yang jarang bertemu untuk bisa saling mengenal satu sama lain.
B2	Yang penting kue-kuenya enak buat aku dan kemudian pilih kemasan yang <i>looknya</i> bagus di mata. Cari desain yang bisa sesuai tema, dan <i>packagingnya</i> harus bagus dan menarik agar bisa menjadi kenang-kenangan, bisa dipakai oleh tamu dan tidak dibuang <i>packagingnya</i> . Cari sisi <i>uniquenya</i> supaya berbeda dari <i>hampers</i> orang lain, misal dari <i>packagingnya</i> . Mencari yang sesuai makna yang jumlahnya kelipatan 2 tapi menghindari angka 4. Jenisnya cari yang ada maknanya seperti permen agar hidupnya manis, manco lawa supaya bisa sepasang, harus ada artinya bukan asal pilih. <i>Looknya</i> yang paling utama untuk bisa diingat oleh orang yang menerima
B3	Masih yang versi tradisional untuk menghargai orang yang lebih tua karena mereka ingin kue yang memiliki makna. Kalau <i>hampersku</i> bentuknya tas pakai <i>paperbag</i> lalu kuenya pakai <i>tag</i> inisial nama. <i>Style hampers</i> saya versi modern tapi masih mengikuti budaya seperti ada yang manis-manis. Namun, saya tidak pakai kue tembok diganti dengan yang lebih <i>modern</i> seperti coklat. Pakai yang tradisional karena orang tua meminta kue-kue yang ada maknanya. Ada sentuhan modern dari jenis cookiesnya. Untuk membedakan saya cetak foto <i>postcard</i> agar berbeda dari <i>hampers</i> milik orang lain. Menggabungkan keinginan kami yang lebih modern tapi tetap ada unsur tradisional yang oriental banget untuk menyesuaikan keinginan orang tua. Versi tradisional namun <i>packagingnya</i> modern.

Berdasarkan hasil *In Depth Interview* tersebut didapatkan bahwa orang tua calon pengantin sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan di acara *Tingjing* anak mereka. Untuk pemilihan *hampers* dan desain *packagingnya*, *preference client* sangatlah beragam namun umumnya orang tua lebih menyukai segala sesuatu yang bermakna. Beberapa alasan narasumber menyelenggarakan *Tingjing* adalah karena memiliki orang tua yang totok, secara pribadi ingin melestarikan budaya ini, memanfaatkan *event* ini untuk dapat mengenal keluarga yang jarang ditemui, dan karena melihat teman-teman mereka juga menyelenggarakan sehingga ingin turut mengadakan acara *Tingjing*. Faktor utama dalam memilih *hampers Tingjing* adalah jenis kuenya yang mereka sukai dan memiliki makna, serta keunikan *packagingnya* yang dapat membedakan *hampers* mereka dengan acara *Tingjing* orang lain. Mereka ingin *packagingnya* dapat disimpan penerimanya dan melalui *hampers* tersebut acara mereka dapat terus diingat. Masih banyak yang menggunakan *hampers* tradisional menggunakan kue-kue yang memiliki pemaknaan namun dikemas secara modern atau jenisnya diganti dengan yang lebih modern. Jika disimpulkan dengan adanya perkembangan zaman, pemaknaan berdasarkan budaya Tionghoa masih dianggap penting dalam berjalannya acara *Tingjing*. Salah satu pemaknaan yang dianggap penting adalah pemaknaan dalam angka.

3.4 Observasi Packaging Hampers Tingjing di Pasaran

Telah dilakukan observasi *packaging hampers Tingjing* pada *Wedding Fair Grand City Convention Hall*, Surabaya. Pada *Wedding Fair* tersebut terdapat 3 *vendor* yang di observasi produknya dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Observasi Packaging Hampers Tingjing di Pasaran

Foto	Hasil Observasi
Observasi <i>hampers Tingjing vendor 1</i> (1)	<i>Packaging</i> berwujud <i>box</i> , berwarna abu-abu dan ungu dengan gambar bunga peony dan menggunakan material <i>hard box</i> dan bludru.
	
Observasi <i>hampers Tingjing vendor 2</i> (2)	<i>Packaging</i> berwujud <i>box</i> yang di dalamnya terdapat sekat berjumlah 6 untuk <i>packaging</i> primer isi <i>hampers</i> , berwarna putih dan transparan menggunakan material kayu dan akrilik dengan adanya <i>handle</i> dari material kayu.
	
Observasi <i>hampers Tingjing vendor 2</i> (1)	<i>Packaging</i> berwujud seperti <i>box</i> berisi 2 laci berwarna merah dan gold dengan akses <i>China</i> dan menggunakan material <i>hard box</i> dan kain.
	
Observasi <i>hampers Tingjing vendor 2</i> (2)	<i>Packaging</i> berwujud <i>box</i> dengan 2 pintu, berwarna utama merah dengan gambar pemandangan alam dan menggunakan material <i>hard box</i> .
	

Observasi *hampers Tingjing vendor 2* (3)



Packaging berwujud *box*, berwarna merah dan biru dengan gambar merak dan bunga serta menggunakan material *hard box* dengan 3 sisi pembuka.



Observasi *hampers Tingjing vendor 2* (4)



Packaging berwujud *box*, berwarna coklat dan transparan serta menggunakan material kayu dan akrilik yang terdapat *handle* pada area kayu.

Observasi *hampers Tingjing vendor 2* (5)



Packaging berwujud *box*, berwarna biru dan putih dengan gambar phoenix dan bunga serta menggunakan material *hard box*.

Observasi *hampers Tingjing vendor 2* (6)



Packaging berwujud tas, berwarna coklat, transparan, dan pink serta menggunakan material plastik dan kulit sintetis.

Observasi *hampers Tingjing vendor 3* (1)



Packaging berwujud *box*, berwarna abu-abu dan putih dengan gambar pemandangan alam dan menggunakan material *hard box* dengan 2 sisi pembuka.

Observasi *hampers Tingjing* vendor 3

Packaging berwujud *box*, laci, dan lemari. Warnanya bermacam-macam namun cenderung tidak banyak menggunakan warna merah. Visualnya ada yang polos, *marble*, aksen *China*, nama calon pengantin, bunga, dan *marble*. Material yang digunakan akrilik, *hard box*, kain, dan kayu,

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pada desain yang ada di pasar wujud *packaging* sekunder atau tersier *hampers Tingjing*, desain visual, dan material *packaging hampers* sangatlah bermacam-macam. Pengaplikasian warna *packaging* yang dijual saat ini tak selalu berwarna merah dan emas. Mulai banyak digunakan warna lain yang dapat membuatnya tampak lebih modern, seperti warna abu-abu, ungu, putih, coklat, biru, dan beberapa warna lainnya. Selain itu, banyak pengaplikasian angka 2 dan 3 dalam desain *box* packaginnya. Untuk *packaging* primer dari isi *hampers*, umumnya desain masih satu tema dengan *packaging* sekunder atau tersiernya. Isi dari *hampers* selalu berjumlah genap namun menghindari angka 4 yang bermakna kematian. Umumnya isi kue *hampers* yang membutuhkan *packaging* terdapat 6 atau 8 jenis.

4. Kesimpulan

Setelah melakukan riset, penulis telah berhasil mendapatkan data terkait warna dan angka baik yang dapat diaplikasikan pada *packaging hampers Tingjing*. Bagi masyarakat etnis Tionghoa saat ini, pemaknaan terhadap segala sesuatu yang ada di *hampers Tingjing* dianggap penting. Oleh karena itu, warna dan angka yang digunakan pada desain *packaging hampers Tingjing* tidak boleh sembarangan dan harus bermakna baik. Selain warna merah dan emas yang sudah sering dipakai dalam rangkaian kegiatan pernikahan, warna biru, putih, dan abu-abu juga memiliki makna baik untuk diaplikasikan pada *packaging hampers Tingjing*. Namun, warna hitam harus dihindari. Angka yang dapat diaplikasikan pada desain bentuk *packaging hampers Tingjing* adalah 2, 3, 6, 8, dan 9, sedangkan angka 4 harus dihindari karena bermakna kematian. Berdasarkan hasil observasi, aplikasi warna dan angka bermakna baik telah diaplikasikan tak hanya pada desain visual namun juga desain bentuk dari *packaging hampers Tingjing* yang dijual di pasar saat ini..

Daftar pustaka

- Aida, N. R. (2021). Sejarah Hampers. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/13/100500765/sejarah-hampers-?page=all>
- Andansari, D., & Shyafary, D. (2020). HUBUNGAN ANTARA FAKTOR SUKU DAN USIA DENGAN KECENDERUNGAN PREFERENSI MASYARAKAT KALIMANTAN TIMUR TERHADAP KOMPONEN PRODUK FESYEN TAS. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 7(2), 68 - 78. doi:<https://doi.org/10.46964/jkdpia.v7i2.54>
- Bell, C. (2009). *Ritual Theory, Ritual Practice* (Vol. 1st ed.): New York: Oxford UP,.
- Dewi, A. K. (2019). PENGEMBANGAN KOMPETENSI MULTILITERASI DESAINBERBASIS PADA PENERAPAN TRADISI KOMUNIKASI DI ERA INDONESIA 4.0. *Jurnal Desain Indonesia*, 1(1), 5.
- Dossymbekova, R., F. Daulet, A. K., & Zeinolla, Z. (2015). Linguocultural Aspects of Numerology in the Kazakh and Chinese Languages. *Procedia - Soc. Behav. Sci*, 197, 2512–2251. doi:10.1016/j.sbspro.2015.07.325
- Duffy, M. (2015). LAMORINDA WEEKLY | Feng Shui and Color.
- E. Kuntjara, S. Suprajitno, & J. M. Djundjung. (2018). *Surviving Chineseness in Chinese Indonesian Wedding Celebration* (Vol. 6): J. Chin. Lit. Cult.
- Hariyanto, H. Y. (2013). Pandangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra terhadap Angka Sial dan Angka Keberuntungan. *Century*, 1.
- Jessica, E. C., Yuwono, & V. Yusuf. (2020). Perancangan Kemasan Hampers dengan Sistem Bongkar Pasang untuk Lunio Design. *Junal DKV Adiwarna*, 1.
- K. A. Linggo Rahardjo. (2020). Konsep Visual Chinese Engagement Hampers Bergaya Modern Bagi Pasar Pasangan Muda Surabaya. 1.
- Klimchuk, M., Rosner, & S. A. Krasovec. (2006). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, F. M., & Kurniawan, B. (2016). PERSEPSI WARNA BAGI MAHASISWA ETNIS TIONGHOA UNIVERSITAS KRISTEN PETRA. *Century*, 4(1), 41–49.
- R. R. Soenarto. (2013). Budaya Tionghua Pecinan Semarang Sānbǎolóng Tánggrénjiē Zhōnghuá Wénhuà. Semarang: Perkumpulan Sosial Rasa Dharma.
- Scott, J. L. (2007). *For Gods, Ghosts, and Ancestors: The Chinese Tradition of Paper Offerings*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Streit, A. K. (2012). ANALISA PERAN VISUAL DALAM PERNIKAHAN TRADISIONAL ADAT TIONG HOA. 1, 6.
- Susanti, N. L. P., & Dwol, L. BATIK LONG DRESS MOTIF IKAN ARWANA THE LONG DRESS BATIKARWANA FISH MOTIVE.
- Vidyaprabha, K., Susanto, E. T., Jayadi, N., & Prasetya, R. D. (2022). Desain Kabinet Multifungsi untuk Ruang Sempit Apartemen. *Jurnal Desain Indonesia*, 4(1).
- Widiastuti, K. BENTUK DAN MAKNA RUMAH TINGGAL ETNIS TIONGHOA DI BANJARMASIN.