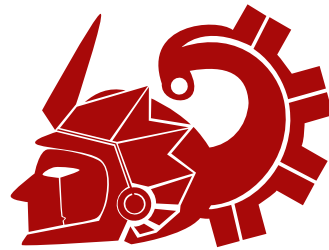


**JURNAL  
DESAIN  
DAN  
SENI  
MAHASISWA**

Volume 1 | No.1  
November 2020



# anggada

Jurnal Karya Mahasiswa Desain

## FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

PERANCANGAN INTERIOR SALON & SPA MARTHA TILAAAR  
DI JAKARTA

*Universitas Mercu Buana*  
Novia Ambarwati dan Zulfiska Nadaa

PERANCANGAN ULANG INTERIOR HOTEL BUSINESS  
GRAND CEMPAKA DI JAKARTA

*Universitas Mercu Buana*  
Rozzy Kerta Atmaja dan Emilius Heri H

PERANCANGAN INTERIOR SAPHIRE BLUE SKY LOUNGE  
PADA BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU

*Universitas Mercu Buana*  
Mega Gumelar dan Rr. Chandrarezky Permatasari

DESAIN ALTERNATIF ALAT PENJEMUR PAKAIAN  
YANG ADA DI PASARAN

*Universitas Mercu Buana*  
Ika Nuning Kumalasari dan Edy Muladi

PERANCANGAN KURSI PORTABLE UNTUK MAKE-UP  
ARTISTS

*Universitas Mercu Buana*  
Nurhazizah dan Vania Aqmarani Sulaiman

SEPATU UNTUK MELINDUNGI KAKI PENDERITA  
DIABETES

*Universitas Mercu Buana*  
Muhamad Galih Tri Laksono dan Indah Fitriana Hapsari

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE  
DIGITAL PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA  
PADA ANAK " CERITA DARI"

*Universitas Mercu Buana*  
Hendra Saputra dan Nandang Wahyu A.B

PERANCANGAN VISUAL ILUSTRASI PADA BUKU NOVEL  
"MAHAKURAWA 1 : CAKRA MANGGILINGAN"

*Universitas Mercu Buana*  
Mohammad Algje Eka Saputra dan Wilsa Pratiwi

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK.COM  
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN INDONESIA

*Universitas Mercu Buana*  
Muhamad Imam Zahrowi dan Ariani Kusumo Wardhani

PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK KAMPANYE  
ALAT MUSIK TRADISIONAL DARI BAMBU DI JAWA BARAT

*Universitas Mercu Buana*  
Cindy Amzal Dara Rizkita dan Edwar Juanda

---

## ANGGADA JURNAL DESAIN DAN SENI

Volume 1 Edisi 1 November 2020

### **PIMPINAN REDAKSI**

*Fachmi Khadam Haeril, S.Pd., M.Pd*

### **PENANGGUNG JAWAB**

*Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds, Cs*

### **WAKIL PIMPINAN REDAKSI**

*Ali Ramadhan, S.Sn., M.Ds*

### **DEWAN REDAKSI**

*Anggi Dwi Astuti, S.Ds., MM*

*Hady Soedarwanto, ST., M.Ds*

*Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn*

*Lelo ST., M.Ds*

*Nukke Sylvia, S.Sn., M.Ds*

*Rika Hindraruminggar, S.Sn., M.Sn*

### **PENINJAU (REVIEWER)**

*Drs. Tunjung Atmadi S P, M.Ds*

*Nina Maftukha, S.Pd., M.Sn*

*Rifki Aswan, S.Pd., M.Sn*

### **ADMINISTRASI**

*Anton Supriyadi, S.Kom*

*Fitri Apriliana, SE*

*Saras Nur Praticha, S.Psi., MM*

### **TIM EDITORIAL**

*Rika Medina, B.Sc., S.Ds*

*Dena Anggita, S.Ds., M.Ds*

### **ON-LINE SYSTEM MAINTENANCE**

*Pillar Anugrah H, S.Ds., M.Ds*

#### **Fakultas Desain & Seni Kreatif**

Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta  
Gedung E Lantai 4, Kampus A Meruya  
Jl. Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
T: 021 584 0816 (Hunting) ext. 5100  
F: 021 587 0727  
E: [jurnal.anggada@mercubuana.ac.id](mailto:jurnal.anggada@mercubuana.ac.id)  
Publikasi online:  
<http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/anggada>

### **ARTIKEL JURNAL**

**ANGGADA** Jurnal Desain dan Seni diterbitkan oleh Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana, terbit 3 kali dalam setahun yaitu pada bulan Maret, Juli, dan November, merupakan media yang berfokus untuk menerbitkan artikel berupa aspek hasil Desain yang telah diujikan dalam secara teoritis dan praktis. ANGGADA Jurnal Desain dan Seni menjadi wadah untuk penyebaran dan publikasi hasil rancangan dari tugas akhir dan atau sebagiannya dari mahasiswa strata satu (S1) Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana.

ANGGADA Jurnal Desain dan Seni didedikasikan untuk semua aspek laporan tugas akhir, ide konseptual, hasil studi desain yang menggunakan pendekatan yang berlaku pada bidang seni dan desain. Fokus utama ANGGADA Jurnal Desain dan Seni adalah menyajikan hasil karya mahasiswa yang telah diujikan pada sidang akhir dari setiap program studi yang ada di Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana yang terdiri dari Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, dan Desain Produk beserta fokus keilmuan yang berada didalam ketiga Program Studi tersebut seperti Desain Fashion, Desain Multimedia, Seni Rupa, Fotografi, Animasi, dan bidang Seni Visual terkait lainnya



---

# ANGGADA JURNAL DESAIN DAN SENI

Volume 1 Edisi 1 November 2020

- 001** PERANCANGAN INTERIOR SALON & SPA MARTHA TILAAAR DI JAKARTA  
Novia Ambarwati dan Zulfiska Nadaa, M.Ds  
*Universitas Mercu Buana*
- 013** PERANCANGAN ULANG INTERIOR HOTEL BUSINESS GRAND CEMPAKA DI JAKARTA  
Rozzy Kerta Atmaja dan Emilius Heri Hermono  
*Universitas Mercu Buana*
- 025** PERANCANGAN INTERIOR SAPHIRE BLUE SKY LOUNGE PADA BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU  
Mega Gumelar dan Rr. Chandrarezky Permatasari  
*Universitas Mercu Buana*
- 039** DESAIN ALTERNATIF ALAT PENJEMUR PAKAIAN YANG ADA DI PASARAN  
Ika Nuning Kumalasari dan Edy Muladi  
*Universitas Mercu Buana*
- 055** PERANCANGAN KURSI *PORTABLE* UNTUK *MAKE-UP* ARTISTS  
Nurhazizah dan Vania Aqmarani Sulaiman  
*Universitas Mercu Buana*
- 069** SEPATU UNTUK MELINDUNGI KAKI PENDERITA DIABETES  
Muhamad Galih Tri Laksono dan Indah Fitriana Hapsari  
*Universitas Mercu Buana*
- 083** PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK "CERITA DARI"  
Hendra Saputra dan Nandang Wahyu A.B  
*Universitas Mercu Buana*
- 093** PERANCANGAN VISUAL ILUSTRASI PADA BUKU NOVEL "MAHAKURAWA 1 : CAKRA MANGGILINGAN"  
Mohammad Algje Eka Saputra dan Wilsa Pratiwi  
*Universitas Mercu Buana*
- 105** PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK.COM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN INDONESIA  
Muhamad Imam Zahrowi dan Dr.Ariani Kusumo Wardhani  
*Universitas Mercu Buana*
- 117** PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK KAMPANYE ALAT MUSIK TRADISIONAL DARI BAMBU DI JAWA BARAT  
Cindy Amzal Dara Rizkita dan Edwar Juanda  
*Universitas Mercu Buana*



# PERANCANGAN INTERIOR SALON & SPA MARTHA TILAAAR DI JAKARTA

Oleh:

**Novia Ambarwati<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[noviaambarw4@gmail.com](mailto:noviaambarw4@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Zulfiska Nadaa, M.Ds<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[nadaa98@hotmail.com](mailto:nadaa98@hotmail.com)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Tingginya tingkat kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya penampilan, membuat banyak dari wanita maupun pria melakukan perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh. Sekarang ini perkembangan salon kecantikan dan spa di Indonesia menjadi sebuah persaingan. Di tengah meningkatnya aktivitas masyarakat yang padat dan gaya hidup yang tinggi membuat banyak dari penyedia jasa kecantikan bersaing untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik. Tidak terkecuali PT. Cantika Puspa Pesona yang mendirikan Martha Tilaar Salon Day Spa yang menyediakan wadah bagi masyarakat Indonesia untuk dapat merasakan perawatan kecantikan fisik serta relaksasi dan Martha Tilaar Salon Day Spa juga menjadi penyedia jasa kecantikan terbaik di Indonesia. Perancangan interior Martha Tilaar Salon Day di cabang Pondok Indah ini menggunakan konsep "*Modern Luxury with Javanese Culture*" yaitu penggunaan gaya Modern dan kesan interior yang *Luxury* dengan memberikan sentuhan Kebudayaan Jawa. Ide yang dimunculkan dalam perancangan interior ini didasari oleh mayoritas pengunjung yang berstatus sosial tinggi, sehingga hal ini diharapkan dapat mengenalkan dan mengajak masyarakat untuk terus melestarikan budaya Indonesia melalui penerapannya dalam interior.

**Kata Kunci:** *Salon, Spa, Martha Tilaar Salon Day Spa, Javanese Culture*

## ABSTRACT

*The high awareness of Indonesian people on the importance of appearance makes many women and men do beauty treatments and body relaxation. Now the development of beauty salons and spas in Indonesia is becoming a competition. Amid increasing community activity that is dense and a high lifestyle makes many of the beauty service providers compete to provide the best service. No exception is PT. Cantika Puspa Pesona founded Martha Tilaar Salon Day Spa, which provides a container for Indonesian people to experience physical and relaxing beauty treatments, and Martha Tilaar Salon Day Spa is also the best beauty service provider in Indonesia. The interior design of Martha Tilaar Salon Day at the Pondok Indah uses the concept of "Modern Luxury with Javanese Culture," which is the use of modern style and Luxury interior impression by giving a touch of Javanese culture. The idea that appears in the interior design is based on the majority of the visitors of high social status, so it is expected to introduce and invite the people to continue and preserve Indonesian culture through its application in the interior.*

**Keywords:** *Salon, Spa, Martha Tilaar Salon Day Spa, Javanese Culture*

**Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

*Received: July 29<sup>th</sup>, 2020*

*Revised: September 1<sup>st</sup>, 2020*

*Accepted: November 3<sup>rd</sup>, 2020*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Sekarang ini, salon kecantikan merupakan tempat wajib bagi kaum wanita maupun pria untuk datang dan melakukan perawatan untuk memperindah dan mempercantik tubuh, namun banyak dari masyarakat Kota Jakarta yang sangat sibuk dan memiliki sedikit waktu ini menginginkan bahwa mereka bisa mendapatkan perawatan kecantikan serta relaksasi tubuh sekaligus tanpa harus mendatangi tempat yang berbeda. Maka dari itu banyak pengusaha berlomba-lomba membuat tempat usaha kecantikan mereka berbeda dengan menggabungkan salon dan spa.

Hal tersebut juga menjadi pertimbangan perusahaan Martha Tilaar Group untuk membangun Martha Tilaar Salon Day Spa yang menjadi pilihan terbaik untuk melakukan bisnis sambil melestarikan tradisi kecantikan Indonesia dengan memberikan fasilitas dan pelayanan yang digunakan harus memiliki kualitas dan mutu yang terbaik.

Maka dari itu dalam merancang interior Martha Tilaar Salon Day Spa ini banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar kebutuhan ruang sesuai dengan fungsinya serta dapat memberikan kenyamanan oleh pengunjung. Selain itu, nilai estetika yang mencakup nilai keindahan, kenyamanan dan keamanan merupakan point utama yang harus diperhatikan. Untuk dapat menjadikan Martha Tilaar Salon Day Spa ini memiliki

karakteristik khas Indonesia harus mempertimbangkan konsep, pemilihan material, furniture serta elemen interior dan estetika yang tepat.

Konsep gaya tema yang akan digunakan pada Perancangan Interior Martha Tilaar Salon Day Spa ini menggunakan Konsep “*Modern Luxury with Javanese Culture*”. Yaitu dengan menyajikan gaya interior yang Modern dengan kemewahan serta dengan memberikan sentuhan lokal Kebudayaan Jawa. Dari uraian tersebut, maka perancangan kembali (*Re-Design*) Martha Tilaar Jakarta dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kualitas interior ruang yang baik dan memberi kenyamanan kepada orang yang datang baik dari suasana ataupun visual.

### 2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana merancang layout dengan mempertimbangkan sirkulasi yang sesuai dengan kebutuhan ruang perawatan di Martha Tilaar Salon Day Spa?
- 2) Bagaimana merancang interior Martha Tilaar Salon Day Spa dengan pemilihan gaya dan tema yang sesuai dengan target pengunjung?
- 3) Bagaimana cara mengaplikasikan identitas desain yang kuat pada interior Martha Tilaar Salon Day Spa?

### 3. Orisinilitas

Perancangan Interior Salon & Spa Martha Tilaar ini menggunakan konsep “*Modern Luxury with Javanese Culture*”.

Hal ini dilatar belakangi oleh analisis



gaya tema yang di lakukan dengan proses *mind mapping* yang mengasilkan *keywords* (*Javanese Culture, Modern, Luxurious & Nature*) yang terbentuk dari beberapa kategori yang kemudian terbentuklah sebuah gaya dan citra ruang yang akan digunakan di Martha Tilaar Salon Day Spa cabang Pondok Indah.

#### 4. Tujuan dan Manfaat

##### 1) Tujuan

- a. Merancang berbagai fasilitas yang akan disediakan pada setiap area/ruang di Martha Tilaar Salon Day Spa dengan mempertimbangkan sirkulasi ruang gerak, sehingga dapat memudahkan pengguna dalam aktivitasnya.
- b. Menerapkan konsep gaya dan tema pada rancangan yang sesuai dengan target pengunjung agar dapat mencapai kesan yang diinginkan.
- c. Merancang desain interior dengan tetap menerapkan identitas atau citra khas dari Martha Tilaar Salon Day Spa di dalam perancangan.

##### 2) Manfaat

- a. Pengunjung akan merasakan kenyamanan dalam melakukan perawatan dari segi fasilitas dan suasana yang tercipta dari design yang diterapkan
- b. Martha Tilaar Salon Day Spa, Pondok Indah: dengan kenyamanan suasana interior dan ketersediaan fasilitas yang lengkap, pengunjung akan menikmati perawatan dengan baik dan memungkinkan pengunjung untuk

kembali datang melakukan perawatan.

## B. KONSEP PERANCANGAN

### 1. Kajian Sumber Perancangan



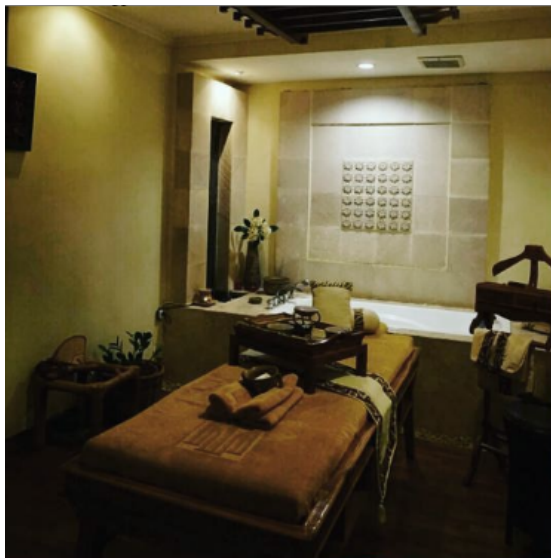
Gambar 1. Logo Martha Tilaar Salon Day Spa  
(Sumber: Google Images)

Martha Tilaar Salon Day Spa pada objek perancangan ini berlokasi di Plaza II Pondok Indah Jl. Sekolah Duta V Blok Ba No. 55 Jakarta Selatan.

Martha Tilaar Salon Day Spa merupakan salon kecantikan dan kesehatan tubuh yang dikelola oleh PT. Cantika Puspa Pesona, salah satu Perusahaan Martha Tilaar Group yang menangani layanan kecantikan dan perawatan tubuh. Martha Tilaar merupakan salah satu brand produk kosmetik dan kecantikan yang sudah sangat terkenal di Indonesia karena sangat mengusung tema “kecantikan Indonesia” dalam citra produknya, serta juga memakai bahan-bahan alami yang merupakan resep tradisional Indonesia.

Berikut ini merupakan hasil foto survey lokasi:





Gambar 2. Foto Survey

## 2. Landasan Perancangan

### 1) Pengertian salon

Salon kecantikan merupakan tempat untuk memperindah dan mempercantik tubuh dengan menyediakan perawatan berkaitan

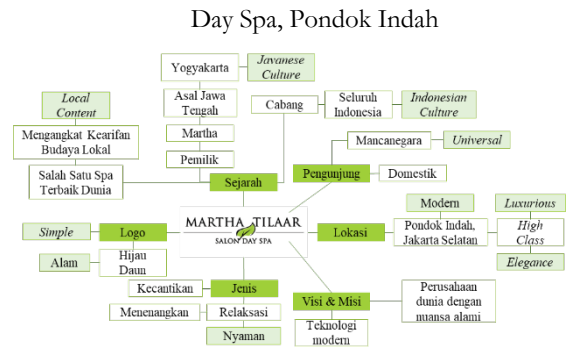
dengan kesehatan kulit, keindahan rambut, estetika wajah, perawatan kaki, perawatan kuku, waxing atau hair removal lainnya, dan sebagainya yang berhubungan dengan pelayanan kecantikan tubuh.

### 2) Pengertian Spa

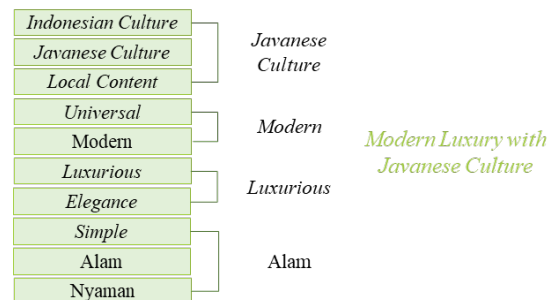
Pengertian spa sendiri adalah suatu upaya kesehatan tradisional dengan melakukan perawatan holistik yang tidak hanya memperhatikan kecantikan raga atau tubuh, tetapi juga memperhatikan kecantikan jiwa atau pikiran untuk mencapai keseimbangan tubuh secara menyeluruh dengan berbagai pelayanan profesional yang menawarkan berbagai treatment untuk memenuhi kesehatan jiwa dan raga.

### 3. Tema/Ide/Judul

Bagan 1. Mind Mapping Martha Tilaar Salon



Bagan 2. Konsep Gaya dan Tema Martha Tilaar Salon Day Spa, Pondok Indah



Konsep gaya tema yang akan diterapkan pada desain interior Martha Tilaar

Salon Day Spa Pondok Indah adalah *Modern Luxury with Javanese Culture*. Berikut ini merupakan penjelasan gaya tema pada konsep perancangan:

- a. Gaya Modern adalah gaya yang cenderung mengutamakan interior yang fungsional dan nyaman (Atmadi, 2017).
- b. Interior *Luxury* adalah desain yang diaplikasikan pada hunian dan ruangan yang mewah dan properti komersial seperti hotel, restaurant yang memiliki target pasar masyarakat dengan ekonomi atas.

Konsep *luxury* ini didasari pada hasil pengamatan yang memberikan fakta bahwa Martha Tilaar Salon Day Spa di cabang Pondok Indah juga terdapat pengunjung lokal dengan status masyarakat yang tinggi.

- c. *Javanese Culture* merupakan kebudayaan yang di anut masyarakat Jawa. Kebudayaan Jawa ini akan memberikan sentuhan *local content* pada interior. *Javanese Culture* ini juga didasari dari kecantikan wanita jawa dan visi misi perusahaan yaitu menjadikan perusahaan kosmetik dunia dengan mengangkat kearifan lokal.

*Nature* atau alam juga ditampilkan pada perancangan ini dengan menggunakan konsep warna *earth tone* (cokelat, abu-abu dan hijau) dan menggunakan material alam (kayu dan batu alam).

Oleh karena itu, perancangan salon day spa ini akan didasarkan pada konsep "*Modern Luxury with Javanese Culture*". Suatu konsep yang akan menghadirkan suasana interior Modern dan Kemewahan dengan sentuhan Kebudayaan Jawa.

#### 4. Konsep Pewujudan/Penggarapan

##### 1) Konsep *Local Content*:

Konsep *local content* yang akan di tampilkan pada perancangan interior ini dengan mengaplikasikan gebyok pada pintu masuk utama dan partisi bermotif batik kawung dan pucuk rebung. Penggabungan motif batik kawung picis dan Dengan motif pucuk rebung betawi mengandung makna tersirat dari kesempurnaan, kenetralan jiwa dan pikiran serta pengendalian diri.



Gambar 3. Konsep *Local Content*

##### 2) Konsep Warna:

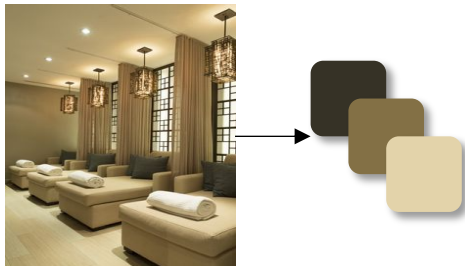
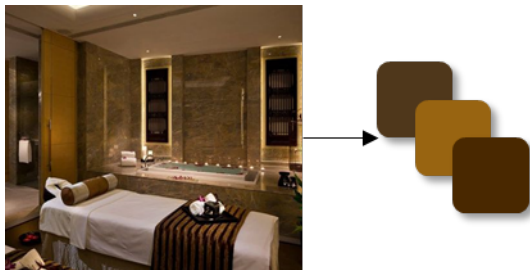
Pada perancangan ini konsep warna yang diterapkan adalah *Monochromatic*. Yaitu, dengan menggunakan satu warna yang sama dalam beberapa shade gelap dan terang. Berikut ini merupakan skema warna yang akan digunakan dalam interior Martha Tilaar Salon Day Spa, Pondok Indah:

##### a) Logo



Gambar 4. Skema Warna pada Logo

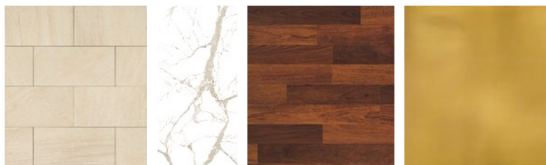
## b) *Luxury* dan *Elegan*



Gambar 5. Skema Warna *Luxury* dan *Elegan*

### 3) Konsep Material

Untuk mendukung gaya tema. Konsep material perancangan ini menggunakan material nature atau alam seperti kayu, batu alam dan marmer. Untuk mendukung tema *luxury* menggunakan material *stainless gold*.

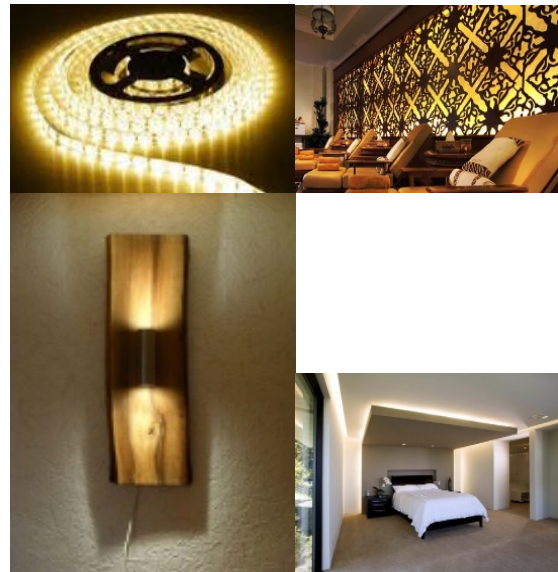


Gambar 6. Konsep Material  
(Sumber: *Google Images*)

### 4) Konsep Pencahayaan dan Penghawaan

Konsep pencahayaan menggunakan pencahayaan umum (*general lighting*) yaitu *downlight*. Serta pencahayaan yang berperan sebagai aksentuasi untuk menciptakan suasana pada ruang seperti *effect lighting* dan *diffused lighting*.

Konsep penghawaan Menggunakan penghawaan buatan yaitu ac pada seluruh ruangan dan *hexhouse* pada *shower room*.



Gambar 7. Lobby Tampak A-A'  
(Sumber: *Google Images*)

### 5) Konsep Furniture

Konsep furniture perancangan ini menggunakan furniture dengan design berbentuk geometris dan lengkungan. Warna furniture menggunakan warna netral dengan frame *stainless gold* atau kayu.

## C. METODE

### 1. Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam perancangan ini merupakan penelitian Kualitatif dengan metode pendekatan Deskriptif. Menurut Sugiyono Penelitian Kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar, sedangkan Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



a. Observasi

Observasi dilakukan bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya.

b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan proses berbincang dengan salah satu staff dengan membahas seputar Martha Tilaar Salon Day Spa untuk panduan sumber data.

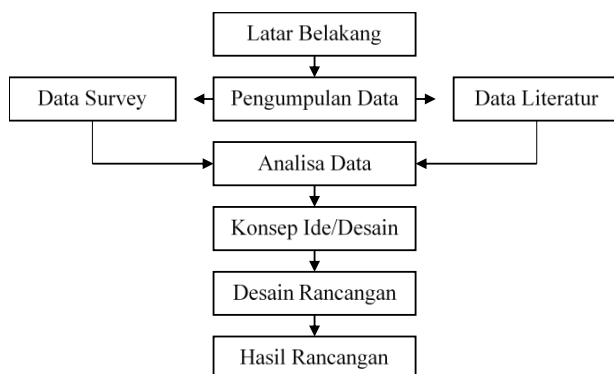
c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan berbentuk tulisan dan gambar yang didapatkan saat observasi, seperti dokumentasi foto-foto interior setiap ruang Martha Tilaar Salon Day Spa.

d. Studi Literatur

Mencari studi literatur mengenai salon dan spa serta studi Kebudayaan Jawa. Studi ini merupakan usaha untuk mencari literatur yang lengkap baik dari buku maupun majalah yang dapat mendukung studi mengenai rancangan Martha Tilaar Salon Day Spa.

Bagan 3. Metode Perancangan  
(Sumber: Analisis Penulis)



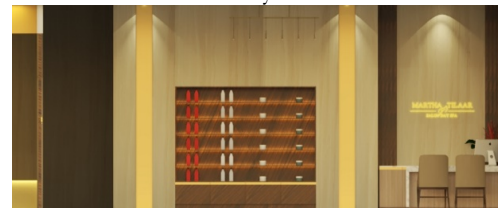
**D. ULASAN KARYA**

1. Lobby

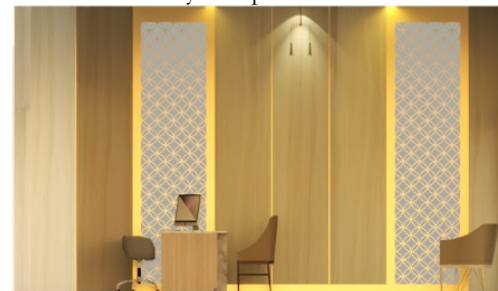
Di Area Lobby terdapat *Receptionist, Lounge* dan *Display Product Area*. Desain *Modern Luxury* mendominasi area ini dengan penggunaan material marmer dan *stainless gold* yang terkesan mewah (Nadaa,2017). Area lobby bersebelahan langsung dengan salon dan di batasi dengan partisi *laser cut* motif Batik Kawung dan Pucuk Rebung.



Gambar 8. Denah Lobby



Gambar 9. Lobby Tampak A-A'



Gambar 10. Lobby Tampak B-B'



Gambar 11. Lobby Perspektif 1



Gambar 12. Lobby Perspektif 2

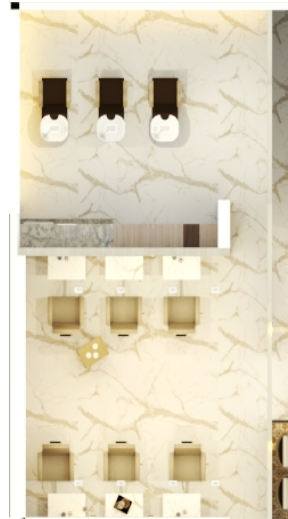


Gambar 13. Lobby Axonometri

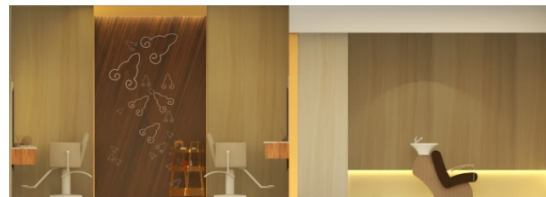
## 2. Salon

Pada area Salon terdapat area *styling*, area pencucian rambut serta *storage* untuk terapi menyiapkan dan menyimpan produk - produk yang diperlukan dalam perawatan.

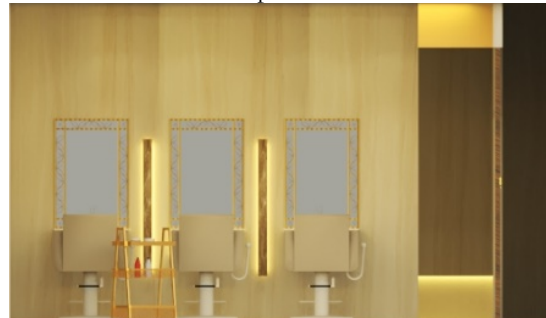
Konsep *Modern Luxury* masih mendominasi area Salon dengan sentuhan ornamen dinding berbentuk Wayang Kayon untuk memberikan sentuhan *Javanese Culture*. Pencahayaan pada salon menggunakan *spotlight* pada area *styling*. Serta *indirect lighting* sebagai pencahayaan aksen.



Gambar 14. Denah Salon



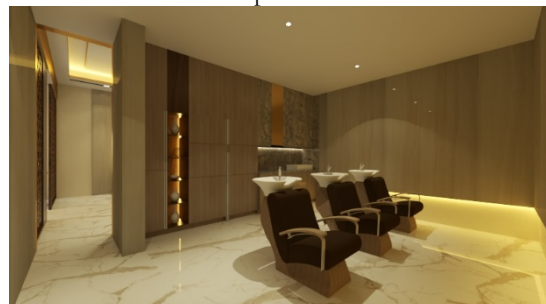
Gambar 15. Salon Tampak A-A'



Gambar 16. Salon Tampak B-B'



Gambar 17. Salon Perspektif 1



Gambar 18. Salon Perspektif 2



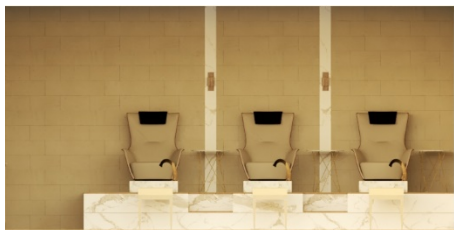
Gambar 19. Salon Axonometri

### 3. *Hand & Foot Treatment Room*

*Hand & Foot Treatment Room* di desain seperti panggung, selain memudahkan perawatan juga dapat memberikan kenyamanan kepada terapis selaku pengguna ruang. *Local content* yang di terapkan pada ruang ini adalah *laser cut* motif gabungan batik kawung dan pucuk rebung dengan *indirect lighting*.



Gambar 20. Denah Hand & Foot Treatment Room



Gambar 21. Hand & Foot Treatment Room Tampak A-A'



Gambar 22. Hand & Foot Treatment Room Perspektif 1



Gambar 23. Hand & Foot Treatment Room perspektif 2

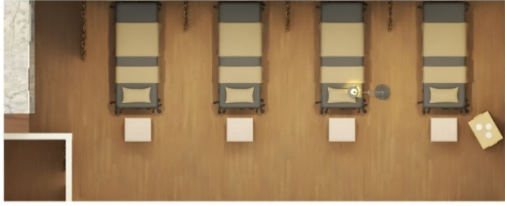


Gambar 24. Hand & Foot Treatment Room Axonometri

### 4. *Facial Treatment Room*

Pada *Facial Treatment Room* menyediakan 4 *facial bed*, *Storage*, serta tersedia ruang ganti untuk pengunjung. Pada area *facial bed* masing - masing terdapat rak ambalan pada dinding untuk pengunjung meletakkan barang bawaan dengan *laser cut* ornamen batik Mega Mendung.





Gambar 25. Denah Facial Treatment Room



Gambar 26. Facial Treatment Room Tampak A-A'



Gambar 27. Facial Treatment Room Perspektif



Gambar 28. Facial Treatment Room Axonometri

### 5. *Double Spa Room*

Konsep *nature* lebih terasa pada ruang spa dengan penerapan material kayu yang dominan serta batu alam pada dinding dan batu koral putih. *Local content* pada ruang spa terdapat cermin di dinding yang di *frame* dengan *laser cut stainless gold* motif Batik Kawung.

Pencahayaan pada ruang spa ini mendominasi penggunaan *semi direct lighting* dan *indirect lighting* yaitu LED strip *warm white color* yang di harapkan dapat memberikan kesan yang hangat.



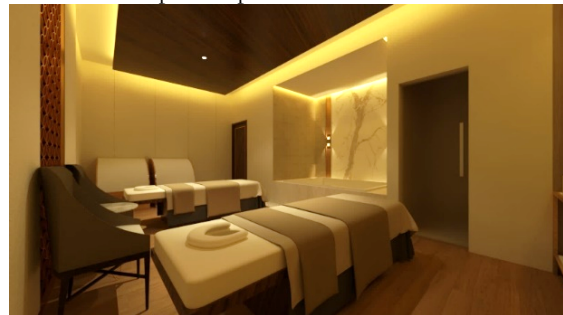
Gambar 29. Denah Spa



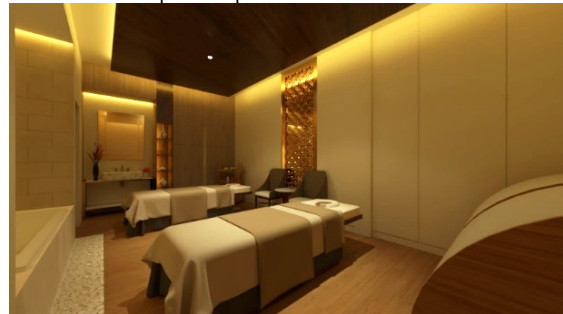
Gambar 30. Spa Tampak A-A'



Gambar 31. Spa Tampak B-B'



Gambar 32. Spa Perspektif 1



Gambar 33. Spa Perspektif 2





Gambar 34. Spa Axonometri

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Martha Tilaar Salon Day Spa merupakan salah satu pusat pelayanan kecantikan terbaik dunia yang memberikan pelayanan fasilitas yang cukup lengkap dengan menggunakan bahan – bahan alam dari Indonesia. Pemilihan objek Martha Tilaar Salon Day Spa cabang Pondok Indah, Jakarta Selatan ini didasari karena sudah berdiri selama 12 tahun sehingga interior ruang yang membutuhkan pembaharuan.

Konsep perancangan Martha Tilaar Salon Day Spa cabang Pondok Indah, Jakarta Selatan ini juga didasari karena cabang ini banyak dikunjungi oleh penduduk sekitar yang berstatus sosial tinggi. Selain itu, Martha Tilaar sangat menjunjung tinggi nilai tradisional Indonesia, maka dari itu konsep gaya dan tema yang akan di terapkan adalah *Modern Luxury with Javanese Culture*.

Konsep *Modern Luxury with Javanese Culture* ini merupakan konsep interior yang modern dan *luxurious*, dengan memberikan sentuhan *local content* atau ciri khas

Kebudayaan Jawa. Hal ini di harapkan dapat memberikan kesan yang baik kepada pengunjung agar dapat mengenal, mengetahui dan juga mengajak masyarakat untuk dapat ikut melestarikan budaya tradisional Jawa melalui penerapan nya dalam interior.

### 2. Saran

#### 1) Saran bagi Mahasiswa

Mahasiswa sebaiknya benar – benar memilih objek yang baik dan benar dengan mempertimbangkan hal baik maupun buruk dari objek tersebut, mengingat bahwa objek merupakan poin penting dalam penulisan Tugas Akhir.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir, mahasiswa sebaiknya dianjurkan agar rajin melalukan asistensi kepada dosen pembimbing, karena hal tersebut sangat membantu dalam proses pengerjaan agar mendapatkan hasil yang maksimal.

#### 2) Saran bagi Universitas Mercu Buana

Sebagai mahasiswi, penulis memiliki saran untuk Program Studi Desain Interior dalam hal penyusunan Tugas Akhir di masa yang akan datang. Dengan memberikan format dan ketentuan yang lebih jelas untuk pengerjaan Tugas Akhir kepada para dosen pembimbing, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara dosen pembimbing yang satu dengan yang lain.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Atmadi, T. (2017). Kajian Desain Interior Kantor Pt. Pupuk Sriwidjaja Dengan Konsep Modern Minimalis. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 4(3). 303-313.
- Iroael. (2014). *Macam Macam Skema Warna (Color Scheme)*. Diambil dari Blog: <https://iroael.wordpress.com/>
- Mudrikah, S. (2016). *Grand Opening Martha Tilaar Salon Day Spa Cabang ke-67 Di Jember*. Diambil dari Blog: <http://www.Mudrikah.com>
- Nadaa, Z. (2017). Pengaruh Desain Interior Pada Faktor Kenyamanan Pasien Di Ruang Tunggu Unit Rawat Jalan Rumah Sakit. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 4(3). 239-257.
- Prahastuti, P. Rachmaniyah, N. (2017). Aplikasi Konsep Luxury pada Interior Hotel Bisnis. Surabaya: ITS, *Jurnal Sains dan Seni Pomits Vol. 6*, No. 2.
- Putri, Berlian. (2013). "Bandung Beauty Center". Skripsi Desain Interior Universitas Komputer Indonesia.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yohanny, S. S. (2013). *Perancangan Interior Pada Spa & Salon*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

## G. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Ibu Rr Chandrarezky Permatasari selaku Koordinator. Kepada Ibu Zulfiska Nadaa selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orangtua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan Desain Interior

Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan riset ini.

# PERANCANGAN ULANG INTERIOR HOTEL BUSINESS GRAND CEMPAKA DI JAKARTA

Oleh:

**Rozzy Kerta Atmaja<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[Rozzyatmaja@gmail.com](mailto:Rozzyatmaja@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Emillius Heri Hermono, Drs., ST., MT<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[emilius.heri.h@gmail.com](mailto:emilius.heri.h@gmail.com)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Jakarta merupakan Ibukota negara Indonesia yang menjadikan kota ini memiliki daya saing yang kuat dalam dunia perbisnis. Dengan tingginya arus para pebisnis yang datang ke kota ini akan memberikan peluang besar bagi usaha berpotensi contohnya fasilitas hotel bisnis. Konsep hotel bisnis yang merupakan naungan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta ini membuat hotel Grand Cempaka menjadi salah satu pintu gerbang utama para pelaku bisnis melakukan bisnisnya. Adapun fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh hotel ini adalah fasilitas penunjang kebutuhan pengguna yang sesuai dengan fungsi utama hotel, yaitu berbisnis. Dengan demikian ide yang dimunculkan dalam desain interior hotel adalah dengan mengidentifikasi sebuah masalah. Identifikasi masalah pada laporan ini adalah merencanakan ulang hotel yang berdesain usang menjadi desain yang lebih modern pada interior hotel bisnis dengan mengusung tema Kota Jakarta dan menyajikan konsep desain Eklektik yang mengkombinasikan gaya Art Deco dengan Contemporary agar dapat memberikan kesan yang dinamis untuk menarik minat para pengunjung yaitu para pebisnis. Disajikan dengan Batasan literatur, desain hotel bisnis ini akan memberikan nuansa rumah yang nyaman untuk digunakan para pebisnis yang datang. Selain itu, klasifikasi hotel yang akan disajikan desainer menjadikan Hotel Grand Cempaka dapat bersaing dalam bisnis perhotelan di Jakarta.

**Kata Kunci:** *Hotel Bisnis, Grand Cempaka Hotel, Contemporary Art Deco, Eklektik, pebisnis.*

## ABSTRACT

*Jakarta is the capital of the country of Indonesia, which makes this city has a strong competitor in the world of business. With the high flow of business people coming to this city, it will provide excellent opportunities for potential businesses, for example, business hotel facilities. The concept of a business hotel, which is the auspices of the Provincial Government of DKI Jakarta, has made the Grand Cempaka hotel one of the main gateways for business people doing their business. The facilities owned by this hotel are facilities supporting the needs of users by the main function of the hotel, namely Doing Business. Thus the idea that is raised in the hotel interior design is to identify a problem. The problem identification in this report is to re-design an outdated hotel design to a more modern design in the interior of a business hotel by bringing the theme of the City of Jakarta and presenting an Eclectic design concept that combines Art Deco with contemporary style to give a dynamic impression to attract the interest of visitors, namely business people. Served with literary constraints, the design of this business hotel will provide a comfortable home feel for business travelers who come. Besides, hotel classifications that will be presented by designers make Grand Cempaka Hotel able to compete in the hospitality business in Jakarta.*

**Keywords:** *Business Hotel, Grand Cempaka Hotel, Contemporary Art Deco, Eclectic, Businessman*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Hotel bisnis merupakan hotel yang menyediakan fasilitas lengkap yang berkaitan dan mendukung untuk kegiatan bisnis terutama untuk kegiatan *Meeting, Incentive, Convention*, dan *Exhibition* (MICE). Fasilitas yang tersedia antara lain *ballroom, banquet room*, dan *business center* dengan fasilitas pendukung lainnya seperti restoran, *bar & café*, pusat kebugaran & spa, kolam renang, dan sebagainya. Kehadiran Hotel bisnis memberikan sebuah jalan keluar untuk memenuhi kebutuhan aktifitas para pebisnis dalam hal menginap dan juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang bisnis dan hiburan. Umumnya, hotel bisnis terdapat di Kawasan pusat perekonomian yang memenuhi kebutuhan aktifitas dan fasilitas para pelaku bisnis.

Hotel Grand Cempaka merupakan hotel berbintang 4 yang menjadi bagian dari PT. Jaktour Group yang berlokasi di jl. Letjend Suprpto, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Sebagai pelaku dalam industri jasa, Hotel Grand Cempaka terus berupaya dalam memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Hotel Grand Cempaka ini didirikan untuk para pebisnis yang ingin melakukan urusan bisnis di luar kantor, seperti perjalanan bisnis dan pertemuan antara kolega bisnis.

Hotel Grand Cempaka secara garis besar memiliki Gaya *Art Deco* dengan bertemakan Bunga Cempaka. Dengan mengusung Gaya *Art Deco*, dengan Konsep *Luxury* Hotel, yaitu perpaduan antara gaya yang kuno dengan kemewahan pada masa lampau, serta ornamen-ornamen pada garis-garis yang tegas mempresentasikan citra ruang yang mewah tegas dan elegan, namun dikarenakan hotel tersebut sangat lampau atau tidak *up to date* terhadap gaya *art deco* yang modern membuat Desain Konsep pada Grand Cempaka Hotel tersebut terlihat sangat usang, kaku dan tua. Hal itu dikarenakan gaya *Art Deco* yang ditampilkan oleh Grand Cempaka Hotel terkesan sangat membosankan pada interior hotel serta tidak memperlihatkan dari sisi estetika Gaya *Art Deco* yang mengutamakan unsur garis yang tegas pada ornamennya. Seharusnya hotel dapat memaksimalkan gaya *Art Deco* dengan gaya *modern* yang terlihat *up to date* serta fungsional.

Berdasarkan uraian diatas, maka perancangan ulang interior Hotel Grand Cempaka bisa menjadi salah satu solusi atau wadah bagi masyarakat yang menginginkan akomodasi yang bisa memberikan kenyamanan, dan fasilitas yang bisa memenuhi kebutuhan para pengunjung khususnya para pelaku bisnis.



2. Rumusan Masalah
  - 1) Bagaimana memadukan Konsep Desain *Contemporary* dengan Gaya *Art Deco* pada perancangan ulang Hotel Grand Cempaka?
  - 2) Bagaimana menciptakan kenyamanan dan kelancaran dalam melakukan aktifitas disetiap area/ ruangan hotel.
  - 3) Bagaimana merencanakan desain interior hotel yang sesuai dengan standar perencanaan dengan klasifikasi hotel bisnis?
3. Orisinilitas

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

  - 1) Jurnal ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Mercu Buana Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
  - 2) Jurnal ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
  - 3) Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Tujuan dan Manfaat
  - 1) Tujuan,
    - a. Menjadikan citra Hotel Grand Cempaka menjadi lebih dinamis dengan Mengkombinasikan gaya *Art Deco* dan *Contemporary* agar menjadi tema konsep desain yang eklektik untuk terlihat menarik minat para pengunjung untuk datang.
    - b. Untuk dapat memberikan kenyamanan, serta kelancaran dalam melakukan aktifitas pada area hotel sehingga dapat menambah daya tarik hotel terhadap para pengunjung untuk menginap di Hotel Grand Cempaka.
    - c. Merencanakan atau mendesain interior hotel berdasarkan klasifikasi hotel bisnis untuk menjadikan Hotel Grand Cempaka mampu bersaing dalam bisnis perhotelan di Jakarta
  - 2) Manfaat
    - a. Para pebisnis akan merasakan kenyamanan dalam melakukan aktifitas bisnis di area hotel dari segi fasilitas serta suasana yang tercipta dari desain yang diterapkan
    - b. Grand Cempaka Hotel: dengan kenyamanan suasana interior, akan

menarik minat para pengunjung untuk kembali datang.

## B. KONSEP PERANCANGAN

### 1. Kajian Sumber Perancangan

Metode yang digunakan dalam perancangan ulang Grand Cempaka Hotel adalah metode kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln dalam (Nazir, 2012) menyatakan bahwa “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan keadaan yang sebenarnya dengan maksud menafsirkan suasana yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Observasi

Observasi dilakukan bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya.

#### b. Studi Literatur

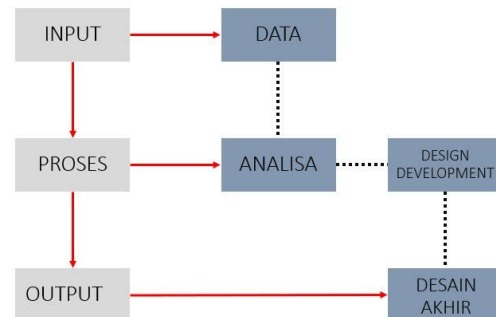
Mencari studi literatur mengenai Hotel Business Grand Cempaka serta Kebudayaan Jakarta. Studi literatur ini merupakan usaha untuk mencari literatur yang lengkap baik dari buku, jurnal, maupun majalah yang dapat mendukung studi literatur mengenai perancangan ulang Grand Cempaka Hotel.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan berbentuk tulisan dan gambar yang

didapatkan saat observasi, seperti dokumentasi foto-foto interior setiap bagian Grand Cempaka Hotel.

Bagan 1. Metode Perancangan



### 2. Landasan Perancangan

#### 1) Pengertian Hotel

Menurut Morisson dalam Buku Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (2002:52) Industri perhotelan merupakan bagian dari *hospitality industry* yang dimana dimaksudkan sebagai sebuah industri yang menyediakan produk dan jasa kepada pelanggan yang jauh dari rumah. Industri ini terdiri dari *travel*, penginapan, makan, hiburan, rekreasi dan fasilitas permainan.

#### 2) Pengertian Hotel Bisnis

Hotel bisnis merupakan hotel yang akan menyediakan fasilitas lengkap yang berkaitan dan mendukung untuk kegiatan bisnis terutama untuk kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition* (MICE). Fasilitas yang tersedia antara lain *ballroom, banquet room*, dan *business center* dengan fasilitas pendukung lainnya seperti restoran, bar & *café*, pusat kebugaran & spa, kolam renang, dan sebagainya.

3) Pengertian Desain *Art Deco*

*Art deco* melukiskan sebuah maskulinitas dengan garis-garis tegas. Salah satu hal yang menggambarkan keistimewaan desain *art deco* ialah ornamen-ornamen geometris yang mengimplementasikan kemewahan. Ciri lainnya adalah penggunaan sistem struktur yang modular dengan pemakaian warna-warna asal material (ciri *art deco* tropis).

4) Pengertian Desain *Contemporary*

Istilah *contemporary* berasal dari kata bahasa Inggris “*contemporary*”. Dalam seni rupa, istilah *contemporary* dipakai untuk menamai kecenderungan yang berkembang pada masa mutakhir atau sezaman. Artinya adalah, seni rupa yang memperlihatkan kecenderungan (*trend*) yang umum terjadi pada waktu yang bersamaan dan masih merupakan bagian perkembangan seni rupa modern yang rentang waktunya panjang.

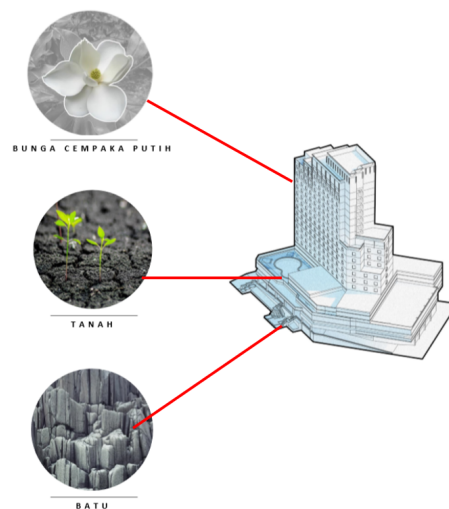
5) Pengertian Desain Eklektik

*Eklektisme* adalah campuran beberapa gaya perabot dari berbagai sumber dan satuan waktu. Meskipun demikian, untuk mendapatkan harmonisasi desain yang baik, sebuah ruangan Eklektik harus disusun dengan mengelompokkan antar bagian perabot. Konsep Eklektik menggabungkan berbagai jenis material *finishing* untuk meningkatkan nuansa eklektisisme di sebuah ruangan. Sebuah

ruang eklektik harus dapat menampilkan komposisi pengelompokan objek tata ruang dalam dan perabot berdasarkan kesamaan untuk menciptakan harmonisasi desain.

3. Tema/Ide/Judul

Gedung Grand Cempaka Hotel ini bertema bunga cempaka, pada setiap lapisan bangunan pada Grand Cempaka Hotel ini mempresentasikan sebuah elemen alam yaitu Batu, Tanah dan Putik bunga cempaka, Hotel ini memiliki tema bunga cempaka maka dari itu akan melibatkan elemen alam sebagai elemen tema desainnya, salah satunya menggunakan material yang ramah lingkungan serta pemakaian *energy* dan sumber daya yang efektif dan efisien.



Gambar 1. Tema Perancangan Grand Cempaka Hotel

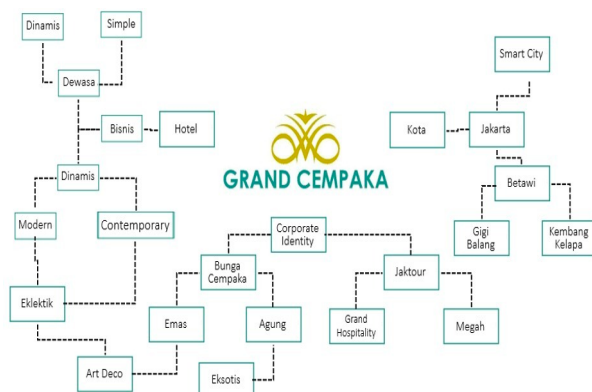
Setiap lapisan dari bangunan arsitektural akan mempresentasikan elemen-elemen alam. Dimulai dari lapisan yang paling bawah yaitu bebatuan yang mempresentasikan bumi yang dipijak, kemudian pada Lapisan kedua yaitu tanah yang

belambangkan sebuah kehidupan manusia, lalu pada bagian atas bangunan ini berlambangkan bunga cempaka itu sendiri yang mana bunga cempaka adalah identitas dari hotel ini.

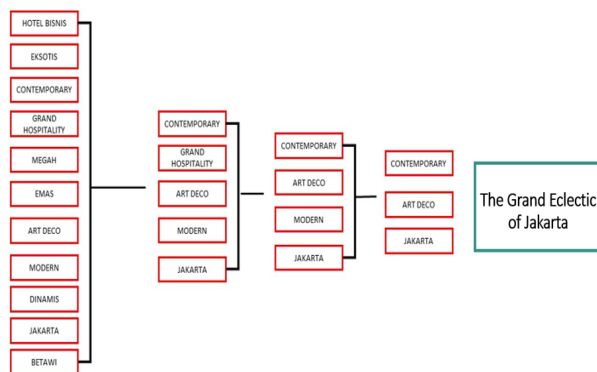
#### 4. Konsep Pewujudan/Penggarapan

##### 1) Konsep Perancangan:

Bagan 2. Mind Mapping Grand Cempaka Hotel, Jakarta



Bagan 3. Citra Gaya dan Tema Grand Cempaka Hotel, Jakarta



Citra gaya dan tema yang akan diterapkan pada desain interior Grand Cempaka Hotel adalah *The Grand Eclectic of Jakarta*. Berikut ini merupakan penjelasan citra gaya tema pada konsep perancangan ulang Grand Cempaka Hotel:

##### a. *The Grand Eclectic* :

Dengan mengkombinasikan dua gaya sekaligus yaitu gaya desain *Contemporary*

dengan gaya *Art Deco* serta menggunakan unsur lokal modern Jakarta yang mengikuti *trend* saat ini dimana gaya *Eklektik* yang di desain dengan *Grand hospitality* hotel bisnis untuk kelas menengah keatas yang berkebutuhan dinamis, konsep *Eklektik* yang menciptakan kesan pencampuran gaya eropa dengan gaya *Contemporary* akan membuat identitas Grand Cempaka Hotel terlihat lebih harmonis, mewah dan *elegant*, pengkombinasian antara konsep desain *Contemporary* yang bergaya *Art Deco* yang menghasilkan gaya *Eklektik* ini adalah mempresentasikan sebuah gaya eropa yang lebih modern dan dinamis mengikuti *trend* yang sedang berlangsung saat ini.

##### b. *Of Jakarta*

Menjadikan Kota Jakarta sebagai tema utama pada Grand Cempaka Hotel untuk menjadi suatu kebudayaan lokal yang beridentitas dari Hotel Bisnis yang terkemuka di Kota Jakarta, Selain itu kepemilikan Grand Cempaka Hotel dibawah naungan Badan Usaha Milik Daerah ini menjadi suatu misi dimana menjadikan Grand Cempaka ini sebagai suatu identitas untuk wisatawan bisnis yang ingin berbisnis di Kota Jakarta.

##### 2) Konsep *Local Content*:

Konsep *Local Content* yang akan ditampilkan pada perancangan interior ini dengan mengaplikasikan ornamen berupa

transformasi dari bulu seekor elang bondol pada restoran dan *furniture* kursi makan yang mempresentasikan suatu tanaman khas Jakarta yaitu daun mangkokan.



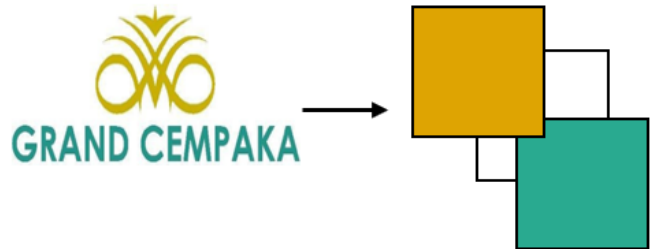
Gambar 2. Konsep *Local Content*

### 3) Konsep Warna

Konsep warna yang akan diterapkan adalah warna yang vokal yang membuat aksen dengan citra gaya dan tema ada yaitu warna-warna yang mencitrakan sebuah ruangan yang eklektik dan mewah. Berikut ini merupakan skema warna yang akan

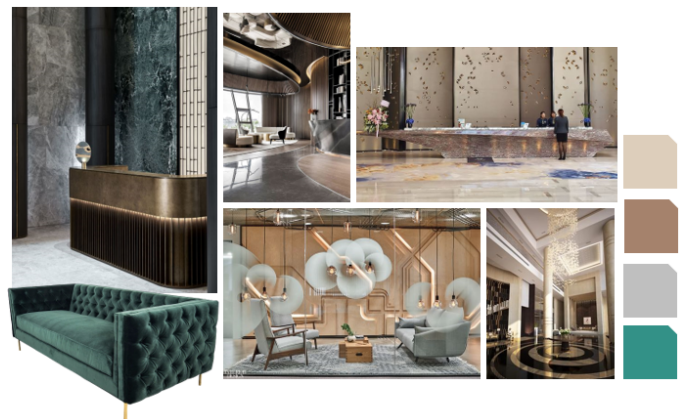
digunakan dalam interior Grand Cempaka Hotel Jakarta:

#### a. Logo



Gambar 3. Skema Warna pada Logo

#### b. Contemporary dan Art Deco



Gambar 4. Skema Warna *Contemporary* dan *Art Deco Lobby Receptionist*



Gambar 5. Skema Warna *Contemporary* dan *Art Deco Lobby Corridor*





Gambar 6. Skema Warna *Contemporary* dan *Art Deco* Restaurant



Gambar 7. Skema Warna *Contemporary* dan *Art Deco* Lounge



Gambar 8. Skema Warna *Contemporary* dan *Art Deco* Bedroom

### C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Metode yang digunakan dalam perancangan ulang Grand Cempaka Hotel adalah metode kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (1944) menyatakan bahwa “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”.

Untuk mencapai sebuah keputusan mengenai penerapan gaya *contemporary art deco* pada Grand Cempaka Hotel Jakarta.

### D. ULASAN KARYA

#### 1. Lobby

Di area *Lobby* pada Grand Cempaka Hotel terlihat gaya *Art Deco* pada pola lantai area sisi tengah lobby, kemudian pada tembok menggunakan material granit yang membuat kesan hotel yang mewah, lalu penggunaan karpet berwarna hijau digunakan agar selaras dengan logo Grand Cempaka Hotel yang berwarna hijau.



Gambar 9. Denah Lobby



Gambar 10. Lobby Tampak A-A'





Gambar 11. Lobby Tampak A-B'



Gambar 12. Lobby Perspektif 1



Gambar 13. Lobby Perspektif 2

## 2. Restaurant

Restaurant Grand Cempaka Hotel mengusung konsep *local content* dimana penggunaan material kayu yang berwarna kemerahan dan lantai marbel serta penambahan elemen estetika seperti daun mangkakan dan ornament dari bulu seekor elang bondol yang mempresentasikan kebudayaan lokal Jakarta.



Gambar 14. Denah Restaurant



Gambar 15. Restaurant Tampak A-A'



Gambar 16. Restaurant Tampak A-B'



Gambar 17. Restaurant Perspektif 1

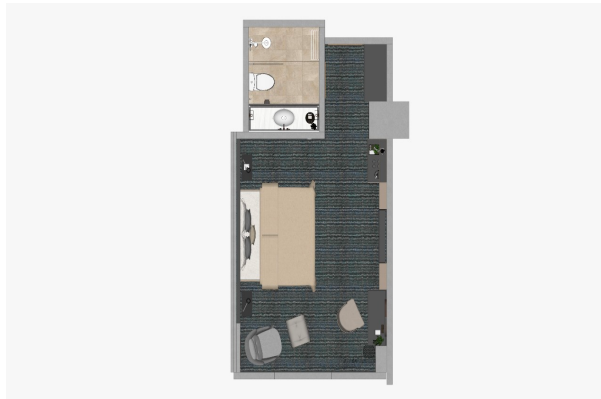


Gambar 18. Restaurant Perspektif 2

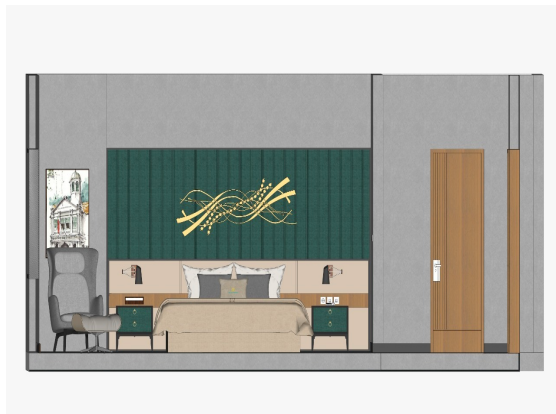


### 3. Bedroom

Kamar Grand Cempaka Hotel menggunakan media karpet untuk memberikan kesan ruangan yang hangat, kemudian pada *furniture* menggunakan gaya Eklektik yang menggambarkan dua unsur gaya yaitu *Contemporary* dan *Art Deco*.



Gambar 19. Denah Bedroom



Gambar 20. Bedroom Tampak A-A'



Gambar 21. Bedroom Tampak A-B'



Gambar 22. Bedroom Perspektif 1



Gambar 23. Bedroom Perspektif 2

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Grand Cempaka Hotel merupakan hotel bisnis yang terletak di area pusat bisnis, yaitu Jakarta Pusat. Hotel yang sebagian besar tamunya adalah para pekerja atau pebisnis ini menjadikan hotel ini banyak digunakan sebagai wadah pertemuan singkat, pertemuan penting dengan kapasitas cukup besar, seminar, pelatihan, dan acara yang berhubungan dengan bisnis.

Grand Cempaka Hotel adalah hotel bintang 4 yang terletak di Cempaka Putih, Kawasan Pusat Bisnis Jakarta Pusat. Terletak di Jakarta Pusat, memungkinkan akses mudah ke berbagai pusat bisnis lainnya. Hotel ini berada tepat di Jalan Letnan Jend

Suprpto, Cempaka Putih Barat, Kota Jakarta Pusat. Indonesia.

Hotel yang mengusung gaya *art deco* dengan konsep *luxury* membuat hotel menjadi kelihatan usang serta kaku menjadikan Penulis merancang ulang interior hotel dengan konsep desain *contemporary Art Deco* dengan unsur kebudayaan lokal Jakarta. Hal ini akan memberikan kesan yang berbeda dengan desain sebelumnya dengan tujuan untuk menarik minat para tamu dan mampu bersaing dengan Hotel Bisnis lain di Jakarta.

Dengan menerapkan gaya desain dan tema *Contemporary Art Deco* of Jakarta yang bertujuan agar pengunjung merasakan kenyamanan saat menjalankan aktifitas bisnis pada Grand Cempaka Hotel. Lalu, desain *Contemporary Art Deco* membuat Grand Cempaka Hotel mampu bersaing dengan bisnis hotel lainnya karna memiliki desain yang *up to date*.

Gaya yang akan digunakan pada perencanaan Grand Cempaka Hotel adalah Eklektik, alasan pemilihan gaya Eklektik adalah kebutuhan dari sebuah Hotel Bisnis memerlukan desain yang dinamis dan timeless agar tidak termakan oleh waktu, dimana Konsep Desain Eklektik adalah konsep desain yang mengkombinasikan dua gaya sekaligus yaitu Gaya *Art Deco* dan *Contemporary*, dimana Gaya *Art Deco* adalah gaya *cultural* pada *corporate identity* dimana akar pada Grand Cempaka Hotel adalah *Art Deco*, pengkombinasian Konsep desain *Contem-*

*porary* dengan Gaya *Art Deco* adalah mempresentasikan Hotel Grand Cempaka menjadi lebih harmonis dengan *furniture-furniture* yang lebih luas dan tidak terpaku pada suatu periode tertentu serta Gaya *Eklektik* yang mengisi sisi ruang agar terlihat lebih eksotis, megah dan mewah.

Bertemakan *culture* Jakarta yang memperkuat identitas kota Jakarta, dimana Hotel Grand Cempaka adalah milik BUMD yang kepemilikan hotel tersebut berada dibawah naungan pemerintah daerah Jakarta. Dengan mengangkat tema *The Grand Eclectic of Jakarta Hotel* ini bertujuan untuk mempresentasikan sebuah kemegahan hotel, yang identik dengan Kota Jakarta. Hotel ini bertujuan juga untuk meningkatkan pariwisata dan minat para wisatawan bisnis dalam berinvestasi di Kota Jakarta.

## 2. Saran

Saran bagi Grand Cempaka Hotel di Jakarta adalah memberikan pelayanan yang baik dan maksimal terhadap kebutuhan para tamu yang sebagian besar adalah wisatawan bisnis, dengan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya. Jurnal ini juga dapat dijadikan sebagai referensi dalam merancang ulang desain grand cempaka hotel, sehingga mampu bersaing dengan hotel bisnis lainnya yang menggunakan desain *up to date* dengan unsur kebudayaan lokal Jakarta didalamnya.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Arsitur. *Arsitektur Art Deco, Karakteristik dan contohnya*. Diambil dari: <https://www.arsitur.com/2017/03/arsitektur-art-deco-karakteristik-dan.html> (Diakses pada 10 April 2020).
- Atmadi, T. (2018). Evaluasi Pasca Huni Interior Kantor PT. Pupuk Indonesia Jakarta, *NARADA Jurnal Desain dan Seni* 5(2), 139-154.
- Denzin, N. K & Yvonna S. L. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- HinaYana. (27 Januari 2020). *Gaya Desain Interior Kontemporer*. Diambil dari: <https://interiordesign.id/ciri-khas-gaya-desain-interior-kontemporer/> (Diakses pada 15 April 2020)
- JAKTOUR GROUP. Grand Cempaka Business Hotel. Diambil dari: <http://grandcempaka.co.id> (Diakses pada 1 April 2020)
- JAKTOUR GROUP. Grand Cempaka Business Hotel. Diambil dari: <http://grandcempaka.co.id> (Diakses pada 1 April 2020)
- Nazir, M. (2012). Jurnal metode Penelitian Kualitatif. 50–61.
- Semara, I.M.T. (2018). *Perencanaan dan Perancangan Hotel*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyaningrum, N & Atmadi, T. (2019). Perancangan Desain Interior Rumah Sakit Ibu Dan Anak Buah Hati Di Ciputat . *NARADA Jurnal Desain dan Seni* 6(1). 27-44.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sulastianto, H. (2006). *Seni Budaya*. Yogyakarta: Grafindo.

## G. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Ibu Rr Chandarezky Permatasari selaku Koordinator. Kepada Bapak Emilius Heri

Hermono selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orangtua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan Desain Interior Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan riset ini.

# PERANCANGAN INTERIOR SAPHIRE BLUE SKY LOUNGE PADA BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU

Oleh:

**Mega Gumelar<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[megagumelar0@gmail.com](mailto:megagumelar0@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Rr Chandrarezky Permatasari<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[Chandrarezky@mercubuana.ac.id](mailto:Chandrarezky@mercubuana.ac.id)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Bandara merupakan jenis transportasi udara yang ada di Indonesia, bandara memudahkan seseorang untuk dapat menjangkau dari kota satu ke kota yang lainnya. Fasilitas yang ada di bandara cukup lengkap dan dapat menunjang untuk calon penumpang sebelum melakukan perjalanan. Tersedianya fasilitas ruang tunggu seperti *lounge* sebagai layanan fasilitas bandara terdiri dari : *VVIP (Very Very Important Person)* yang diperuntukan untuk pejabat negara dan layanan fasilitas *VIP (Very Important Person)* yang biasa disebut *CIP (Commercial Important Person)*. *Saphire Blue Sky Lounge* merupakan salah satu *lounge* domestik yang ada di Bandara Internasional Kualanamu tepatnya di kota Medan, Sumatera Utara. Laporan tugas akhir ini bertujuan mewujudkan suasana budaya sekaligus modern ke dalam ruangan. Dalam penyusunan penulisan laporan ini menggunakan metode-metode desain penelitian lapangan secara langsung dan tidak langsung, teknik analisis berupa studi aktifitas dan kebutuhan pengguna, kebutuhan dan hubungan ruang, analisa elemen, pencapaian interior dan analisa konsep, hingga desain akhirnya menghasilkan laporan, gambar teknik, gambar 3D, animasi dan prototype. Desain akhir menghasilkan konsep desain interior bernuansa *Modern Heritage* meliputi pengolahan layout & alternatif layout, elemen pembentuk ruang, aspek dekorasi bentuk furniture & desain terpilih.

**Kata Kunci:** *Bandara Internasional Kualanamu, Saphire Blue Sky Lounge, Modern Heritage.*

## ABSTRACT

*The airport is a type of air transportation in Indonesia. The airport makes it easy for someone to be able to reach from one city to another. Existing facilities at the airport are quite complete and can support prospective passengers before traveling. The availability of waiting room facilities such as lounges as an airport service consists of VVIP (Very Very Important Person) intended for state officials and VIP (Very Important Person) facility facilities commonly referred to as CIP (Commercial Important Person). Saphire Blue Sky Lounge is one of the domestic lounges in International Kualanamu Airport, precisely in the city of Medan, North Sumatra. This final project report aims to bring a cultural atmosphere at the same time modern into the room. In compiling the writing of this report using direct and indirect field research design methods, analytical techniques in the form of studies of activities and user needs, space needs and relationships, elemental analysis, interior achievement and concept analysis, until the design finally produces reports, technical drawings, 3D images, animations, and prototypes. The final design creates an interior design concept with Modern Heritage nuances, including processing layouts & alternative layouts, spatial elements, decoration aspects of selected furniture & design.*

**Keywords:** *International Kualanamu Airport, Saphire Blue Sky Lounge, Modern Heritage.*



## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Transportasi serta fasilitas terkait telah meluas ke jenjang yang lebih kompleks, manusia mengalami mobilitas yang lebih luas dibanding dengan masa-masa sebelumnya. Manusia melakukan perjalanan dari satu kota ke kota lainnya, dan dengan seperti itu mereka membutuhkan intruksi yang memenuhi fungsi khusus. Bandara menjadi salah satu pilihan yang tepat untuk dapat menjangkau tujuan yang kita inginkan. Dalam meningkatkan pelayanan transportasi udara, perlu dibangun bandara yang mempunyai kualitas baik secara struktural maupun fungsional. Salah satu sarana prasarana di bandara adalah bangunan terminal. Tingginya tingkat frekuensi penerbangan dan meningkatnya jumlah maskapai penerbangan sehingga timbul persaingan untuk meningkatkan pelayanan penumpang tidak hanya pelayanan penerbangan di pesawat tetapi juga pelayanan penumpang di darat terutama pelayanan komersial penumpang yang akan berangkat dan transit.

Oleh sebab itu kegiatan tersebut menuntut adanya fasilitas ruang tunggu yang nyaman sesuai tuntutan gaya hidup yang sifatnya semi private untuk melayani calon penumpang yang menunggu jadwal

penerbangan, transit dan yang baru datang dari pesawat. Tersedianya fasilitas ruang tunggu seperti *lounge* sebagai layanan fasilitas *lounge* terdiri dari : *VVIP (Very Very Important Person)* yang diperuntukan untuk pejabat negara dan layanan fasilitas *VIP (Very Important Person)* yang biasa disebut *CIP (Commercial Important Person)*.

Salah satunya di Bandara Internasional Kualanamu yaitu sebuah Bandara yang melayani kota Medan, Sumatra Utara. Bandara ini merupakan Bandara Komersial yang memperkenalkan konsep *Airpot Mall* dalam bandara dan juga direncanakan menjadi pusat kegiatan yang dikelilingi oleh beberapa fasilitas industri, rumah sakit, pusat pendidikan, mall maupun sarana pendukung lainnya. Adapun pembagian zona pada fasilitas komersial bandara meliputi : *zona food and beverage, zona retail, zona duty free, zona services, zona entertainment, dan zona CIP Lounge*.

Dari uraian diatas penulis berfokus dalam perencanaan dan perancangan pada interior *Saphire Blue Sky Lounge* di Bandara Internasional Kualanamu dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kualitas bangunan agar mencerminkan sebuah *lounge* yang bertaraf internasional. Dengan menerapkan konsep *Modern Heritage* kedalam elemen pembentuk ruang pada interior *Saphire Blue Sky Lounge* dan

memberi sentuhan citra lokal kota Medan, sehingga dapat menjadi suatu kesatuan interior ruang yang baik dan nyaman kepada penumpang atau pengunjung *lounge* dari suasana ataupun visual.

## 2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana cara mendesain Saphire Blue Sky *Lounge* pada Bandara Internasional Kualanamu dengan konsep *Modern Heritage* yang dapat memberi suasana yang berbeda kepada pengunjung *lounge*?
- 2) Bagaimana cara mendesain *lounge* sesuai dengan karakteristik penggunaanya?
- 3) Bagaimana mendesain *lounge* dengan citra budaya khas kota Medan namun tetap ada sentuhan Modern?

## 3. Orisinalitas

Dalam perancangan atau konsep sebuah desain interior Saphire Blue Sky *Lounge* ini menerapkan tema *Modern Heritage*, dilatar belakangi oleh *mind mapping* yang diambil beberapa *keyword-keyword* yang sekiranya saling berhubungan dalam menentukan desain yang sesuai dengan citra dan juga suasana ruang.

## 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Tujuan, mewujudkan interior Saphire Blue Sky *Lounge* di Bandara Internasional Kualanamu dengan konsep *Modern Heritage* serta mampu memenuhi kebutuhan pengunjung sebagai salah satu sasaran utama akomodasi penerbangan dan juga dengan memperhatikan sirkulasi, warna

dan bentuk furniture yang sesuai dengan konsep perancangan.

- 2) Manfaat dari penulisan jurnal ini yaitu sebagai acuan dalam mendesain sebuah *lounge* yang sesuai dengan lokasi atau kondisi sekitar, kebutuhan pengunjung dan pengelola.

## B. KONSEP PERANCANGAN

### 1. Kajian Sumber Perancangan



Gambar 1. Logo Saphire Blue Sky  
(Sumber: Google Image)

Saphire Blue Sky *Lounge* merupakan salah satu dari 5 *lounge* domestik yang ada di Bandara Internasional Kualanamu, diantaranya yaitu : Mandiri Prioritas *Lounge*, BRI Prioritas *Lounge*, Garuda *Lounge*, Mandai *Lounge*. *Lounge* tersebut terletak di dekat area *boarding lounge*, Saphire Blue Sky berada di pojok *mezzanine pier lounge* area dekat dengan *boarding lounge* di Bandara Internasional Kualanamu (Permatasari, Chandrarezky, 2017). Memiliki luas 665 cm<sup>2</sup> dengan daya tampung lebih dari 100 seat.

### 2. Landasan Perancangan

Landasan perancangan diperoleh melalui wawancara, studi literature, buku-buku panduan desain interior serta dari internet yang pastinya berhubungan dengan penulisan ini. Inspirasi desain terbesar merupakan dari pengelola maupun lokasi

bandara itu sendiri. Berikut merupakan landasan perancangannya :

a. Pengertian Domestic CIP Lounge

Domestic CIP Lounge merupakan sebuah tempat khusus untuk menunggu waktu *boarding* dalam penerbangan domestik yang disediakan oleh sebuah operator pengelola gedung maupun lainnya yang ada di sebuah tempat atau lokasi yang di fungsikan sebagai tempat istirahat atau menunggu serta memiliki fasilitas-fasilitas terbaik yang dapat membuat nyaman penggunanya. (Permatasari, Chandrarezky dan Yohannes N, 2019).

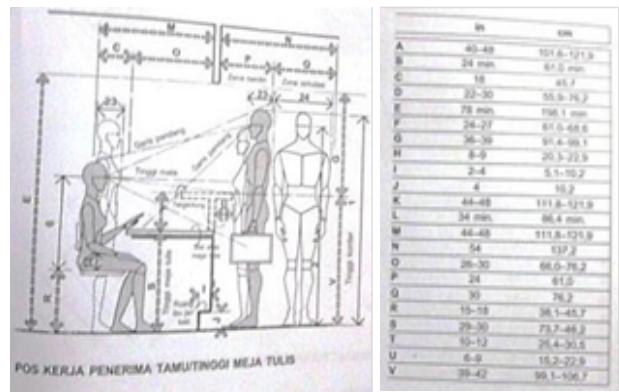
b. Fasilitas-fasilitas Domestic CIP Lounge

Fasilitas yang biasanya tersedia pada Domestic CIP Lounge : *Food and Beverages, Conference Facilities, Smooking Area, Disabled Access, Flight Information Monitor, Internet, Newspaper / Magazine, Television, Toilets, Mushola, Reflexy Room, Live Cooking dan Kids Room* (Permatasari, Chandrarezky,2017).

c. Antropometri

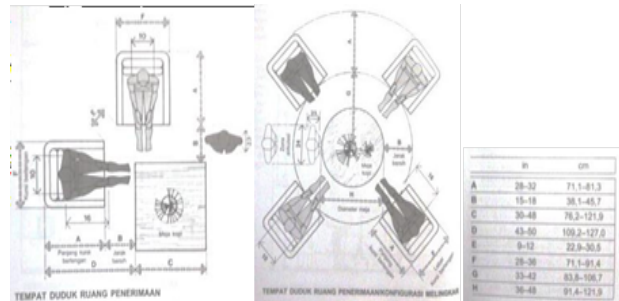
Untuk mendukung kenyamanan dan juga keamanan bagi pengguna lounge, syarat ergonomi yang terpenting merupakan antropometri tentang jarak sirkulasi pada lounge. Kebutuhan ruang atau jarak spasial yang diperlukan yaitu sebagai berikut (Panero, Julius dan Martin Zelnik, 2003)

Receptionist



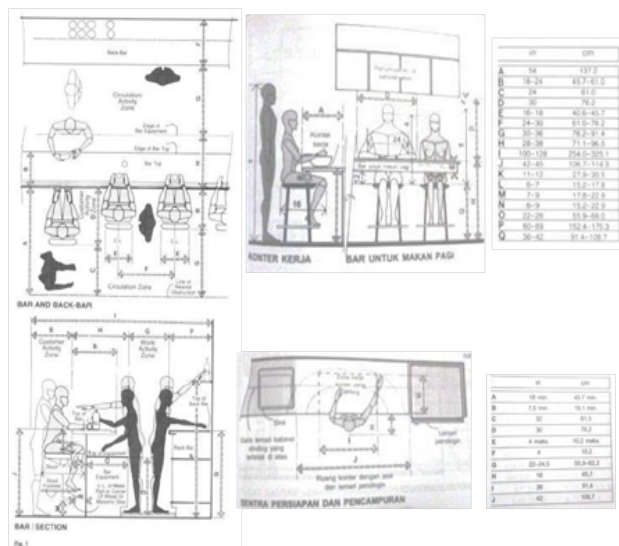
Gambar 2. Standarisasi Area Resepsionis (Sumber: Dimensi Manusia)

Waiting area



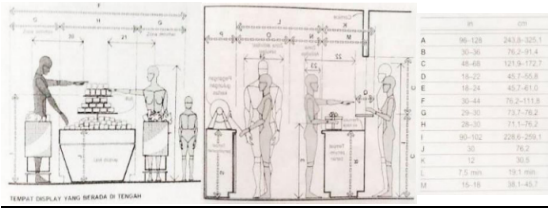
Gambar 3. Standarisasi Waiting Area (Sumber: Dimensi Manusia)

Coffe corner



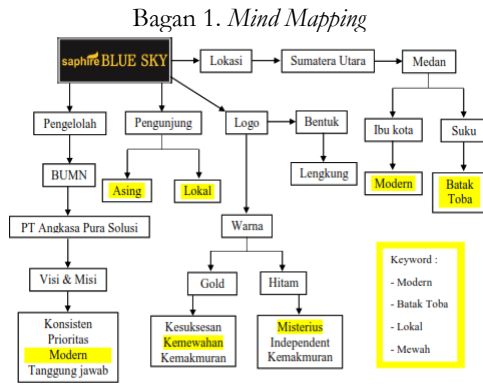
Gambar 4. Standarisasi Coffe Corner (Sumber: Dimensi Manusia)

Food and Beverages



Gambar 5. Standarisasi Food and Beverages (Sumber: Dimensi Manusia)

3. Tema/Ide



Konsep gaya dan tema yang akan diterapkan pada Sapphire Blue Sky Lounge ini ada *Modern Heritage*. Modern merupakan gaya yang simple, bersih, fungsional, stylish, trendy, up-to-date yang berkaitan dengan gaya hidup modern yang sedang berkembang pesat.

Sedangkan Heritage merupakan warisan (budaya) diterapkan pada elemen interior lounge untuk mencerminkan daerah asal lounge tersebut.

4. Konsep Pewujudan/Penggarapan

1) Konsep Local Content



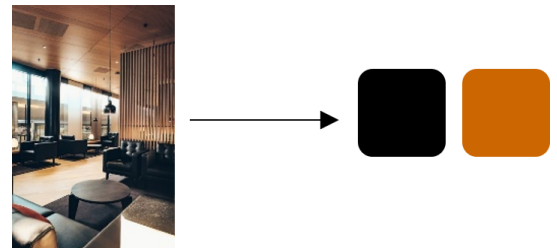
Gambar 6. Motif Khas Batak Toba (Sumber: Google Image)

Konsep lokal content yang dimaksud adalah dengan menerapkan atau memindahkan budaya terkhusus budaya Batak Toba pada elemen interior. Hal ini bertujuan sebagai identitas serta cerminan lounge dan untuk mengenalkan budaya asal kota Medan.

2) Konsep Warna

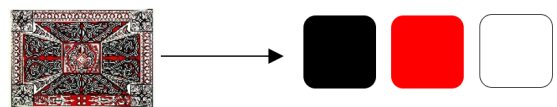
Warna yang akan diterapkan berdasarkan analisa konsep gaya, tema dan juga citra ruang. Konsep warna standarisasi Bandara dan warna yang mendominasi pada rumah adat, ornament, baju adat, serta aksesoris suku Batak Toba. Berikut penjabaran warna yang akan diterapkan :

a. *Modern Heritage*



Gambar 7. Skema Warna *Modern Heritage*

b. *Local Content*



Gambar 8. Skema Warna *Local Content*

c. Warna Identitas Lounge (Logo)



Gambar 9. Skema Warna Identitas Lounge (Logo)

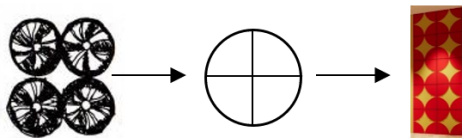
3) Konsep Bentuk

Konsep bentuk yang akan diterapkan pada desain lounge ini diambil dari bentuk motif



atau ornamen ciri khas Batak Toba, dengan arti atau makna yang terkandung pada setiap motif atau ornamennya. Hasilnya studi menunjukkan bentuk motif atau ornamen bersifat repetitive, maka dari itu bentuk yang diambil dan akan di aplikasikan pada desain interior *lounge* adalah sebagai berikut:

a. Adep-adep



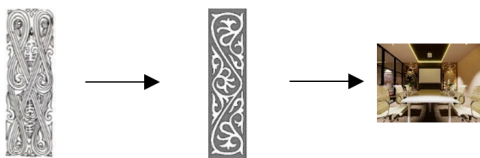
Gambar 10. Implementasi Bentuk Motif Adep-adep

b. Mata Niari



Gambar 11. Implementasi Bentuk Motif Mata Niari

c. Sitompi



Gambar 12. Implementasi Bentuk Motif Sitompi

4) Konsep Material

Konsep material yang akan dihadirkan merupakan material yang akan mendukung gaya dan tema yaitu *Modern Heritage*, material yang memiliki karakteristik yang modern namun tetap ada aksen budayanya.

5) Konsep Furniture

Sama halnya dengan konsep-konsep yang lainnya, konsep furniture juga didasari berdasarkan tema dan juga gaya itu sendiri.

## C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

### 1. Metode Perancangan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, pengumpulan data yang diperlukan dan dilakukan dengan beberapa metode untuk melengkapi laporan ini, diantaranya:

- a. Identifikasi : yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilapangan dan pengamatan tidak langsung mengalami internet / website, serta mendokumentasikan langsung sebagai bahan acuan dalam mendesain.
- b. Wawancara : yaitu dilaksanakan dengan cara berdiskusi atau tanya jawab dengan pihak terkait untuk mendapatkan data-data yang bersifat non teknis.
- c. Studi Literatur : yaitu mendapatkan dengan cara mempelajari bahan perkuliahan dan buku-buku yang mendukung penulisan laporan, serta berdasarkan laporan mahasiswa sebelumnya.

### 2. Data

Data-data dan informasi yang diperoleh melalui wawancara, studi literature, buku-buku panduan desain interior serta dari internet yang pastinya berhubungan dengan penulisan ini. Inspirasi desain terbesar merupakan dari pengelola maupun lokasi bandara itu sendiri.

### 3. Proses desain

Proses desain dimulai dari menentukan proyek yang akan digarap, setelah itu mendatangi atau survey lapangan yang kemudian dapat diperoleh data-data untuk menjadi sebuah acuan dalam mendesain.

Dalam garis besar proses penciptaan sebuah desain atau karya seni dapat terdiri dari tiga tahap penting yaitu sebagai berikut :

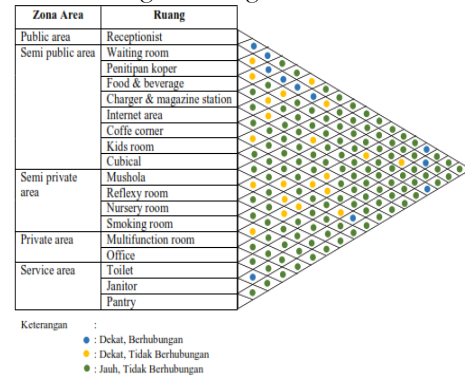
- 1) Eksplorasi: Penetapan tema, ide, dan konsep karya yang didapatkan melalui mind mapping yang dilatar belakangi oleh pengunjung maupun pengelola lounge.
- 2) Improvisasi/Eksperimentasi:
  - a. Menentukan kebutuhan ruang dan fasilitas yang akan diterapkan ataupun didesain pada Saphire Blue Sky Lounge.

Tabel 1. Rekapitulasi Aktivitas Fasilitas

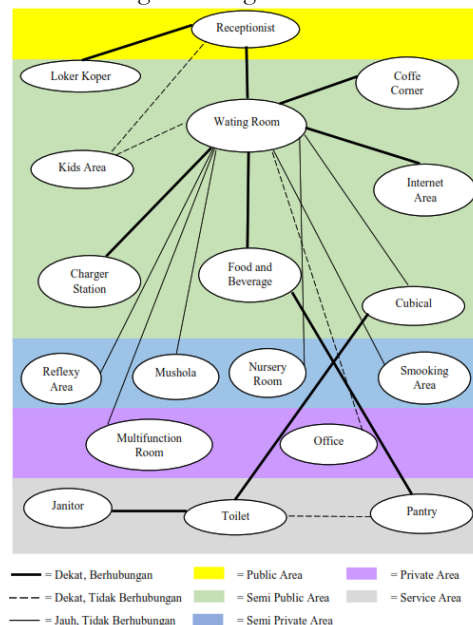
No.	Zoning	Grouping	Quantity	Room Area	Utilisasi 30%	Room Total Area	Percent (%)	Total Zoning	Percent Zoning
1	Public	Receptionist	1	7,38 m <sup>2</sup>	2,21 m <sup>2</sup>	9,59 m <sup>2</sup>	1,8%	9,59 m <sup>2</sup>	1,7%
2	Semi public	Waiting room& charger area	1	79,9 m <sup>2</sup>	23,88 m <sup>2</sup>	103,48 m <sup>2</sup>	20,5%	103,3 m <sup>2</sup>	66%
3		Penitipan koper	1	3,8 m <sup>2</sup>	1,68 m <sup>2</sup>	5,28 m <sup>2</sup>	1%		
4		Food and Beverages	1	51,62 m <sup>2</sup>	15,5 m <sup>2</sup>	67,32 m <sup>2</sup>	11,3%		
6		Reflexy room	1	15,95 m <sup>2</sup>	4,79 m <sup>2</sup>	20,74 m <sup>2</sup>	4,1%		
7		Coffe corner	2	5,18 m <sup>2</sup>	1,54 m <sup>2</sup>	6,88 m <sup>2</sup>	1,3%		
8		Coffe corner	1	41,2 m <sup>2</sup>	14,16 m <sup>2</sup>	55,36 m <sup>2</sup>	12,2%		
9		Kids room	1	30,4 m <sup>2</sup>	9,12 m <sup>2</sup>	39,52 m <sup>2</sup>	7,8%		
10		Cubical	2	22,4 m <sup>2</sup>	6,72 m <sup>2</sup>	29,12 m <sup>2</sup>	5,8%		
11	Semi Private	Nursery room	1	9,45 m <sup>2</sup>	2,84 m <sup>2</sup>	12,29 m <sup>2</sup>	2,4%	43,82 m <sup>2</sup>	8,7%
12		Smoking room	1	11,2 m <sup>2</sup>	3,36 m <sup>2</sup>	14,56 m <sup>2</sup>	2,9%		
13		Mushola	1	13,09 m <sup>2</sup>	3,92 m <sup>2</sup>	16,97 m <sup>2</sup>	3,4%		
14	Private	Multifunction room	1	23,52 m <sup>2</sup>	7,06 m <sup>2</sup>	30,58 m <sup>2</sup>	6,1%	41,11 m <sup>2</sup>	8,2%
15		Office	1	8,1 m <sup>2</sup>	2,43 m <sup>2</sup>	10,53 m <sup>2</sup>	2,1%		
16	Service	Toilet	3	50,9 m <sup>2</sup>	15,27 m <sup>2</sup>	66,17 m <sup>2</sup>	13,1%	76,92 m <sup>2</sup>	15,2%
17		Janitor	1	2,49 m <sup>2</sup>	0,75 m <sup>2</sup>	3,24 m <sup>2</sup>	0,6%		
18		Pantry	1	5,78 m <sup>2</sup>	1,73 m <sup>2</sup>	7,51 m <sup>2</sup>	1,5%		
SUB TOTAL AREA				387,78 m <sup>2</sup>	116,36 m <sup>2</sup>	504,14 m <sup>2</sup>	100%	504,14 m <sup>2</sup>	100%

- b. Tahap selanjutnya yaitu hubungan antar ruang dan juga jauh dekat antar ruang.

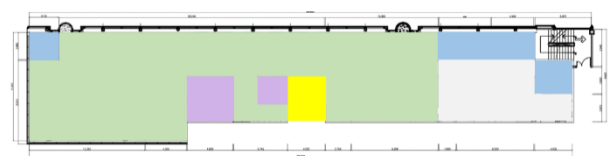
Bagan 2. Diagram Matrik



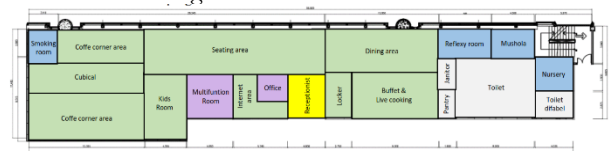
Bagan 3. Diagram Bubble



- c. Tahap selanjutnya yaitu zoning, grouping dan juga pra-layout.



Gambar 13. Zoning



Gambar 14. Grouping



Gambar 15. Pralayout

### 3) Pembentukan/pewujudan

#### a. Lantai



Gambar 16. Konsep Lantai

Konsep yang akan diterapkan pada komponen lantai yaitu sebagian besar menggunakan *tile homogeneous*, dan beberapa area seperti *seating* dan *meeting room* menggunakan karpet. Selain itu pada bagian *kids room* menggunakan parket.

#### b. Dinding



Gambar 17. Konsep Dinding

Konsep yang akan diterapkan pada komponen dinding yaitu sebagian besar menggunakan *wallpaint*, dan beberapa area menggunakan panel dan juga dinding *existing* yang berasal dari material kaca

#### c. Plafon



Gambar 18. Konsep Plafon

Konsep yang akan diterapkan pada komponen plafon yaitu sebagian besar menggunakan *GRC board* dengan finishing *wallpaint*. Selain itu pada area *seating* menggunakan kayu lapis yang difinishing dengan *hpl*.

#### d. Pencahayaan



Gambar 19. Konsep Pencahayaan

Konsep pencahayaan yang akan diterapkan menggunakan pencahayaan alami dan juga buatan. Pencahayaan alami diperoleh dari cahaya matahari sedangkan pencahayaan buatan diperoleh dari lampu *downlight LED*, *tracking lamp*, *accent lamp* dan juga *LED strip*.

#### e. Penghawaan



Gambar 20. Konsep Penghawaan

Konsep penghawaan yang akan diterapkan menggunakan penghawaan buatan yang bersumber dari AC.

#### f. Akustik ruang



Gambar 21. Konsep Akustik Ruang

Konsep akustik ruang yang akan diterapkan pada perancangan ini bervariasi, tergantung dari ruangan dan juga aktivitas didalam ruangan tersebut. Pada ruang public yang memiliki tingkat kebisingan tinggi pada umumnya tidak memerlukan treatment akustik khusus, hanya saja diperlukan pertimbangan untuk menggunakan material – material yang dapat menyerap suara

sehingga dapat meminimalisir kebisingan yang ada. Ruangan yang membutuhkan treatment khusus yaitu pada *reflex room*, *kids room*, *musbola*, *multifunction room*, *office* dan toilet.

g. Keamanan, keselamatan dan signage



Gambar 22. Konsep Keamanan, keselamatan dan signage

Konsep keamanan, keselamatan serta *signage* diterapkan pada sebagian besar area *lounge*, sedangkan *signage* diterapkan ditempat yang memerlukan petunjuk atau arahan.

#### D. ULASAN KARYA

Berikut ini hasil dari desain yang diterapkan pada lounge Sapphire Bluesky :

a. Layout denah khusus



Gambar 23. Layout Denah Khusus

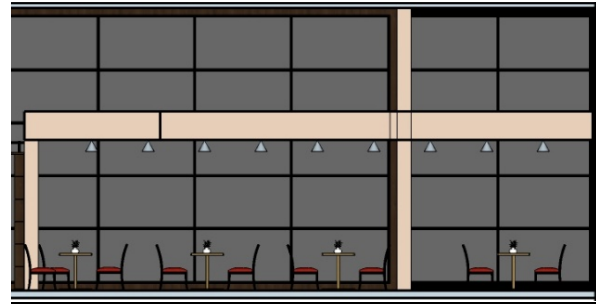
b. Aksonometri



Gambar 24. Aksonometri

c. Tampak dan 3d denah khusus

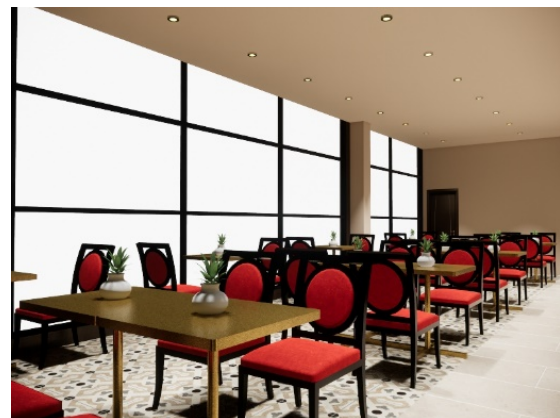
Live cooking



Gambar 25. Tampak A Live Cooking



Gambar 26. Tampak B Live Cooking



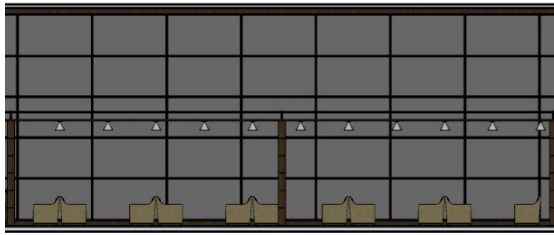
Gambar 27. 3d Dining Area



Gambar 28. 3d Live Cooking



Seating Area



Gambar 29. Tampak A Seating Area



Gambar 30. Tampak B Seating Area



Gambar 31. 3d Receptionist

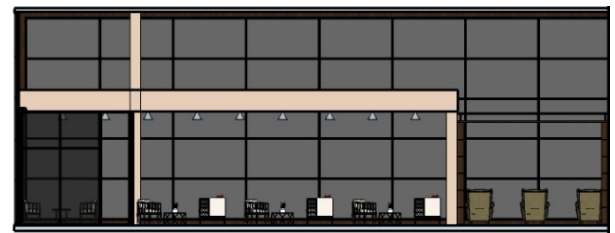


Gambar 32. 3d Seating Area

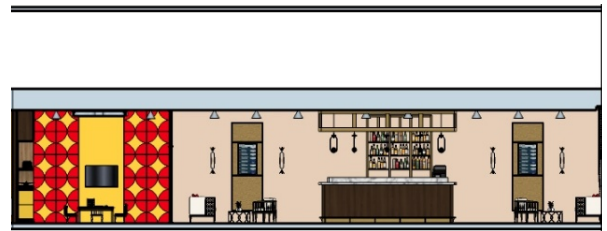


Gambar 33. 3d Meeting Room

Coffe Corner



Gambar 34. Tampak A Coffe Corner



Gambar 35. Tampak B Coffe Corner



Gambar 36. 3d Coffe Corner



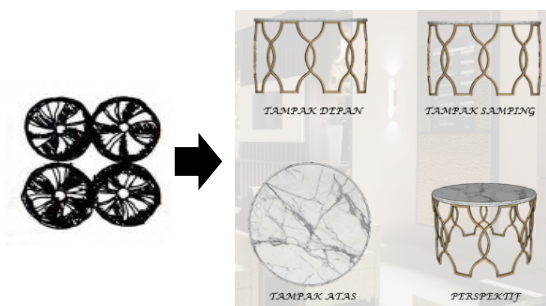
Gambar 37. 3d Kids Room



Gambar 38. 3d Seating

Penerapan konsep gaya *Modern Heritage* terletak pada material, warna dan juga bentuk transformasi ornament atau motif dari budaya dari Batak Toba itu sendiri. Selain itu, penerapan desain dilakukan pada furniture, lantai, dinding dan juga plafon yang dilatar-belakangi oleh konsep tema dan juga gaya yang sudah didapatkan melalui *mind mapping*.

d. Furniture terpilih



Gambar 39. Furniture Terpilih

Konsep furniture terpilih diambil atau terinspirasi dari motif khas Batak Toba yaitu *adep-adep* memiliki sebuah makna kesuburan dan juga kekayaan. Kemudian bentuk motif ini ditransformasi sebagai bentuk coffee table.

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan dari dari jurnal yang berjudul *Perancangan Interior Sapphire Blue Sky Lounge* di Bandara Kualanamu, yaitu :

- Sapphire Blue Sky *Lounge* merupakan salah satu *lounge* domestik yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atas nama PT Angkasa Pura II. Sapphire Blue Sky *Lounge* terletak di dekat area *boarding lounge*, Sapphire Blue Sky berada di pojok *mezzanine pier lounge* area dekat dengan *boarding lounge* di Bandara Kualanamu. Memiliki luas 665cm<sup>2</sup> dengan daya tampung lebih dari 100 seat.
- Hal – hal dalam mendesain sebuah *lounge* perlu diperhatikan dari mulai latar belakang pengguna, aktivitas pengguna, sirkulasi, fasilitas dan juga besaran ruang yang dibutuhkan pun harus menjadi awal sebuah desain interior. Tidak hanya itu elemen interior seperti plafon, lantai dan dinding harus diperhatikan. Karena penulis mengambil gaya dan tema “*Modern Heritage*” maka dalam penerapan material atau elemen interior disesuaikan, demi terciptanya citra ruang yang

modern dan juga *cozy* menunjang untuk menciptakan kenyamanan bagi penumpang.

- c. Tinjauan – tinjauan dalam mendesain interior yang penulis perhatikan meliputi: tinjauan karakteristik bentuk, tinjauan karakteristik warna, tinjauan sistem furniture, tinjauan sistem akustik, tinjauan material dinding lantai plafon, tinjauan pencahayaan, tinjauan penghawaan, tinjauan sistem keamanan, keselamatan dan Signage.

## 2. Saran

Berikut merupakan saran dari penulis:

### a. Universitas Mercu Buana

Universitas sebaiknya dapat memfasilitas para mahasiswa/i untuk lebih bebas mengeksplor kekreatifitasan seperti membuat sebuah tempat workshop maket, karya yang patut diapresiasi sehingga para mahasiswa/i mempunyai suatu wadah dimana dapat berkumpul dan bertukar pikiran seputar maket dan teknik pembuatannya. Selain itu, saran tambahan bagi kondisi yang sewaktu – waktu menjadi penghalang tugas akhir seperti pada tahun ini yaitu Virus Corona (Covid – 19) sebaiknya sudah mempersiapkan jauh-jauh hari untuk sistem pembelajaran maupun bimbingan agar mahasiswa/i dapat sharing kesulitan belajar maupun bimbingan.

### b. Mahasiswa

Saran untuk mahasiswa desain interior harus menyadari betapa pentingnya perencanaan dan perancangan desain interior untuk area publik khususnya *lounge* agar tahu seperti apa *lounge* yang nyaman, aman dan membuat penumpang tidak bosan di area *lounge* tersebut.

### c. Sapphire Blue Sky Lounge

Saran untuk pihak Sapphire Blue Sky Lounge tetap menjaga dan merawat desain yang dirancang agar tidak rusak ataupun disalah gunakan penumpang yang tidak bertanggung jawab, sehingga tujuan desainer untuk membuat sebuah desain interior yang aman, nyaman dan estetis dalam memperkenalkan budaya khususnya di kota Medan.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standarisasi Nasional. (2004). *Terminal Penumpang Bandar Udara*. SNI 03- 70462004.
- Panero, J., & Martin, Z. (2003). *Dimensi Manusia dan Interior Ruang*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Permatasari, C. (2017). Penerapan Konsep Airport Mall Pada Bandara: Studi Kasus Bandara Kualanamu Medan Sumatera Utara. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 4(3), 345-359.
- Permatasari, C., & Nugroho, Y. (2019). Kajian Desain Interior Ruang Tunggu CIP Lounge Bandara di Indonesia. *AKSEN Journal Of Design and Creative Industry*, 4(1), 18-37.
- ANGKASA PURA SOLUSI. Diambil dari: <https://angkasapurasolusi.co.id/>. (Diakses pada 1 April 2020)

Angkasa Pura | AIRPORTS. Diambil dari:  
<https://ap1.co.id/id> . Diakses pada 1  
April 2020

Wikipedia. Sumatra Utara. Diambil dari:  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_Utara](https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatra_Utara). (Diakses pada 1 April 2020)

Wikipedia. Bandar Udara Internasional  
Kualanamu. Diambil dari:  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Bandar\\_Udara\\_Internasional\\_Kualanamu](https://id.wikipedia.org/wiki/Bandar_Udara_Internasional_Kualanamu).  
(Diakses pada 1 April 2020)

## **G. UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Ibu Rr Chandarezky Permatasari selaku Koordinator. Kepada Ibu Rr Chandarezky Permatasari selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orangtua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan Desain Interior Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan ini.





# DESAIN ALTERNATIF ALAT PENJEMUR PAKAIAN YANG ADA DI PASARAN

Oleh:

**Ika Nuning Kumalasari<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[ikanikumsari@gmail.com](mailto:ikanikumsari@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Edy Muladi, Ir., M.Si<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[muladiedy@gmail.com](mailto:muladiedy@gmail.com)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Alat Jemuran digunakan sebagai sarana yang tepat untuk meletakkan cucian pakaian dalam jumlah kecil maupun besar. Dari segi perkembangan desain, bisa dikatakan jemuran pakaian mengalami perkembangan dan inovasi yang cukup pesat sejak awal 2000an. Namun di kota padat penduduk seperti Jakarta tidak semua peralatan jemuran berfungsi sebagaimana mestinya. Dari riset yang dilakukan penulis, beberapa responden yang tinggal di beberapa wilayah di Jakarta seperti di perumahan padat penduduk, mayoritas responden mengatakan bahwa mereka tidak memiliki ruang atau bidang jemur yang luas dan area jemur ini tidak eksklusif dipakai untuk menjemur pakaian saja melainkan menjadi area serbaguna serta multifungsi seperti memarkir kendaraan dan menyimpan benda-benda rumah tangga lainnya. Maka dari itu faktor dimensi bentang ketika sedang digunakan atau bagaimana memindahkan peralatan tersebut ketika sedang tidak digunakan menjadi perhatian utama. Kemudian Jakarta memiliki suhu rata-rata yang cukup tinggi, yakni dikisaran 25-33 derajat celsius, sehingga tidak semua material bisa dipakai untuk jemuran pakaian, material yang digunakan harus memiliki ketahanan terhadap cuaca yang memiliki suhu tinggi. Dari beberapa permasalahan yang ada penulis ingin mengembangkan beberapa alternatif desain alat penjemur pakaian yang ada di pasaran dengan memperbaiki sistem, struktur ataupun estetika sehingga bisa berfungsi dengan baik.

**Kata Kunci:** *Alat Penjemur Pakaian, Ruangan, Material, Desain Alternatif.*

## ABSTRACT

*Clothesline tools are used as the right means of placing small and large amounts of laundry clothes. In terms of design developments, it can be said that clothesline has developed and innovated quite fast since the early 2000s. But in a densely populated city like Jakarta, not all laundry equipment functions as it should. From the research conducted by the author, some respondents who live in several areas in Jakarta, such as in the densely populated house, the majority of respondents said that they do not have a large drying space or area, and this drying area is not exclusively used for drying clothes but is a versatile and multifunctional area. Such as parking vehicles and storing other household objects. Therefore the span dimension factor when it is in use or how to move the equipment when it is not in use is the main concern. Then Jakarta has a relatively high average temperature, which is in the range of 25-33 degrees Celsius, so that not all materials can be used for clotheslines. The materials used must have resistance to weather that has high temperatures. From some of the existing problems, the writer wants to develop several alternative designs of clothes drying tools on the market by updating the system, structure, or aesthetics to function correctly.*

**Keywords:** *Drying Equipment, Room, Material, Alternative Design.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Alat Jemuran digunakan sebagai sarana yang tepat untuk meletakkan cucian pakaian dalam jumlah kecil maupun besar. Dari segi perkembangan desain, bisa dikatakan jemuran pakaian mengalami perkembangan dan inovasi yang cukup pesat sejak awal 2000an, material yang digunakanpun mulai cukup beragam. Namun di kota padat penduduk seperti jakarta tidak semua peralatan jemuran berfungsi sebagaimana mestinya.

Melalui riset yang dilakukan penulis dari beberapa responden yang tinggal di beberapa wilayah di Jakarta seperti di perumahan padat penduduk, mayoritas responden mengatakan bahwa mereka hanya memiliki luas bidang untuk menjemur sebesar 2x3 meter, kemudian di beberapa rumah kontrakan di pinggiran Jakarta, hampir sama dengan sebelumnya, responden mengatakan mereka juga tidak memiliki area menjemur yang luas, yakni hanya sekitar 2x3 meter atau di kebanyakan rumah kost yang rata-rata hanya memiliki 1x2 meter untuk menjemur. Dari berbagai respon yang diperoleh, mayoritas mengatakan bahwa mereka tidak memiliki ruang atau bidang jemur yang luas dan area jemur ini tidak eksklusif dipakai untuk menjemur pakaian saja melainkan menjadi area serbaguna serta

multifungsi seperti memarkir kendaraan dan menyimpan benda-benda rumah tangga lainnya sehingga faktor dimensi bentang ketika sedang digunakan atau bagaimana memindahkan peralatan tersebut ketika sedang tidak digunakan menjadi perhatian utama, karena keterbatasan area untuk menjemur. Kemudian Jakarta memiliki suhu rata-rata yang cukup tinggi, yakni dikisaran 25-33 derajat celcius, sehingga tidak semua material bisa dipakai untuk jemuran pakaian, seperti kayu yang akan mudah lapuk jika tanpa perlindungan tambahan atau aluminium yang mudah berubah bentuk jika berada di suhu tinggi secara terus menerus atau plastik yang mudah patah.

Dari beberapa permasalahan yang ada penulis ingin mengembangkan beberapa alternatif desain alat penjemur pakaian yang ada di pasaran dengan memperbaiki sistem, struktur ataupun estetika sehingga bisa berfungsi dengan baik.

### 2. Rumusan Masalah

Permasalahan dari perancangan desain alternatif alat penjemur pakaian yang ada di pasaran ini adalah:

- 1) Bagaimana menciptakan produk alat penjemur pakaian yang mampu membantu untuk menghemat ruang agar dapat digunakan sesuai dengan kebutuhannya?
- 2) Seperti apa desain alat penjemur pakaian yang memungkinkan dapat dibongkar &

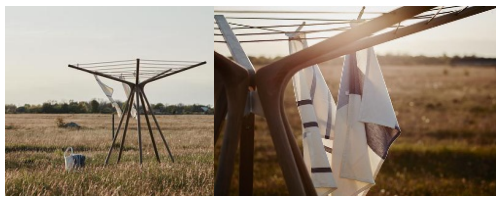
dipasang dalam waktu singkat?

- 3) Bagaimana menciptakan alat penjemur pakaian yang mudah diangkut, dapat dipasang sesuai pilihan dan penggunaan serta menghadirkan tampilan & nuansa modern di dalam maupun di luar ruangan?

### 3. Orisinalitas

Dalam hal orisinalitas “Produk Desain Alat Penjemur Pakaian”, penulis menyertakan beberapa karya desain sejenis. Masing - masing dari desain ini akan menjadi bahan perbandingan antara desain tersebut dengan desain yang akan penulis buat, sebagai berikut :

#### 1) *Spider Web* by Anders Brøgger



Gambar 1. *Spider Web* by Anders Brøgger  
(Sumber: Skagerak.dk)

Rak Pengeringan Jaring Laba-laba dari Skagerak menyerupai ketahanan yang sangat kuat bahkan di lingkungan yang paling keras sekalipun. Bingkai terbuat dari kayu jati, yang merupakan jenis kayu keras dan kokoh. Warna berubah dari waktu ke waktu dan akhirnya mengembangkan patina perak-abu-abu yang indah. Kandungan minyak alami yang tinggi membuatnya sangat tahan cuaca dan merupakan pilihan yang jelas untuk furnitur luar ruangan. Dimensi ukuran spider web yakni 220 cm untuk tinggi dan 180cm untuk diameter.

#### 2) *Dryp* by Rikke Frost



Gambar 2. *Dryp* by Rikke Frost  
(Sumber: Skagerak.dk)

*Dryp* dapat dengan mudah dilipatnya dan menggunakannya secara berdiri bebas atau bersandar pada dinding. Ujung karet diskrit ditambahkan dibagian bawah untuk mencegahnya tergelincir saat diisi dengan pakaian basah. *Dryp* terbuat dari kayu oak, kayu keras yang banyak tumbuh di dataran eropa. Tingkat kekerasan termasuk kelas II dan termasuk kayu yang tahan terhadap serangan jamur atau rayap. Ciri khas dari kayu oak ini adalah memiliki pori besar namun bukan termasuk kayu lunak.

#### 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan ini adalah, terciptanya alat penjemur pakaian yang efektif digunakan untuk indoor maupun outdoor yang mampu menghemat ruang. Terciptanya alat penjemur pakaian dengan sistem, struktur dan estetika yang lebih baik. Serta terciptanya alat penjemur pakaian yang mudah



dipindahkan dan dirapikan ketika tidak dipakai namun tetap memiliki estetika yang menarik.

- 2) Manfaat yang diharapkan setelah perancangan produk ini adalah, dapat memberikan solusi perancangan desain alternatif yang berguna dalam melakukan aktivitas penjemuran pakaian dengan memanfaatkan space yang ada, serta memiliki inovasi baru dengan sistem, struktur dan estetika yang baik.

## **B. KONSEP PERANCANGAN**

### 1. Kajian Sumber Perancangan

Jemuran, berasal dari kata Jemur, sebuah hononim, dimana kata ini memiliki berbagai macam makna namun memiliki ejaan dan pelafalan yang beda. Jemuran berarti barang (sesuatu yang dijemur); alat untuk menjemur contoh : galah panjang itu dapat dijadikan. Jemuran sendiri berfungsi untuk menjemur berbagai macam benda seperti pakaian, sepatu, dll.

Bram Palgunadi (2008:17) Suatu produk yang direncanakan dan dibuat untuk memenuhi fungsi tertentu, bisa dibagi menjadi dua kategori, yaitu fungsi primer dan fungsi sekunder.

#### 1) Fungsi Primer

Penjemuran pakaian yang mampu menampung kuota jemur tertentu, dengan fungsi lainnya dengan menghemat *space* sehingga dapat disesuaikan dengan ruang yang ada.

#### 2) Fungsi Sekunder

Tambahan sistem pada setiap alternatif yang membuat alat penjemur pakaian ini bisa disesuaikan ukuran, dengan mudah dalam penggunaan, pemasangan dan dapat dirapikan dengan mudah ketika tidak digunakan.

### 2. Pengelompokan Data

Dalam mencari data penggunaan alat penjemur serta kegiatan jemur- menjemur pakaian ini penulis melakukan riset menggunakan kuisisioner yang disebar. Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui banyaknya pakaian yang akan menjadi kuota dalam kegiatan penjemuran. Dari 38 responden 57% yang sering mencuci pakaian adalah perempuan. Dengan umur paling banyak sekitar 86,8% yaitu 17-25 tahun. Data yang didapat dari aktifitas menjemur pakaian ini masih banyak dilakukan oleh orang yang tinggal di rumah pribadi yaitu sekitar 52,6%. kebanyakan dari mereka melakukan aktifitas mencuci pakaian 1-3x dalam seminggu yaitu bisa dikatakan kuota baju bisa sekitar 3-7 hari pemakaian. Selain itu kebanyakan dari responden melakukan aktivitas penjemuran di balkon rumah sekitar 34,2%. Detail jumlah kuota cucian sendiri bervariasi mulai dari baju yang dikenakan hingga dengan rok dll. kurang lebih data detail mengenai kuota jemur dalam satu minggu ialah sebagai berikut: Aktifitas pencucian pakaian dalam seminggu, yang dilakukan 1-3x oleh wanita :

Tabel 1. Hasil Kuisisioner 1

Jenis Baju	Banyaknya Pakaian
Baju / Kaos	3 Baju/Kaos
Celana Pendek	3 Celana Pendek
Celana Panjang	3 Celana Panjang
Celana Jeans Pendek	1 Jeans Pendek
Celana Jeans Panjang	1 Jeans Panjang
Rok	2 Rok
Jilbab	4 Jilbab
Jaket	1 Jaket
Daster/Baju terusan	2 Baju Terusan
Lainnya	6 Baju dalam
<b>Total</b>	<b>26 Pakaian</b>

Tabel 2 : Hasil Kuisisioner 2

Aktifitas pencucian pakaian dalam seminggu, yang dilakukan 1-3x oleh laki-laki :

Jenis Baju	Banyaknya Pakaian
Baju / Kaos	3 Baju/Kaos
Celana Pendek	3 Celana Pendek
Celana Panjang	2 Celana Panjang
Celana Jeans Pendek	1 Jeans Pendek
Celana Jeans Panjang	1 Jeans Panjang
Jaket	1 Jaket
Lainnya	5 Baju dalam
<b>Total</b>	<b>16 Pakaian</b>

Dalam mencari produk sejenis melalui internet, sekitar 100 lebih gambar produk sejenis yang telah dikumpulkan kemudian dikelompokkan berdasarkan sistem dan desain dari alat penjemur pakaian yang telah ditemukan. Kurang lebih sekitar 7 jenis alat penjemur yang telah ditemukan diantaranya :

- 1) *Old Version*: Sistem gaya lama, 2 tiang dihubungkan dengan tali



Gambar 4. Produk sejenis *Old Version*

- 2) *Folding System*: Pendekatan desain dengan menggunakan sistem folding



Gambar 5. Produk sejenis *Folding System*

- 3) *Hanging Clothes Drying*: Pendekatan desain dengan menggunakan sistem penjemuran gantung.



Gambar 6. Produk Sejenis *Hanging Clothes Drying*

- 4) *Expandable Drying Rack*: Pendekatan desain dengan sistem memperluas dengan cara mengembang.



Gambar 7 : Produk sejenis *Expandable Drying Rack*

- 5) *Drying Rack Tri-pod*: Pendekatan dengan seperti tripod dengan sistem jemur menggunakan hanger.



Gambar 8: Produk Sejenis *Drying Rack Tripod*

- 6) *Drying On The Wall*: Pendekatan desain dengan menempel ke dinding kemudian menggunakan sistem lipat seperti folding.



Gambar 9. Produk Sejenis *Drying On The Wall*

- 7) *Minimalist Design*: pendekatan desain modern mengutamakan design yang minimalis dan tidak banyak menggunakan ornamen.



Gambar 10. Produk Sejenis *Minimalist Design*

### 3. Landasan Perancangan

#### 1) Produk

Produk memiliki arti barang atau jasa yang dibuat dan ditambahkan gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi tersebut. Produk dalam jenisnya terbagi menjadi produk konsumsi dan produk industri. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono

(1999), produk memiliki arti segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dan digunakan oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dalam tingkatan dan kategorinya, produk kembali dibagi menjadi beberapa hal seperti produk utama (*core benefit*), produk generik, produk harapan, produk pelengkap, dan produk potensial.

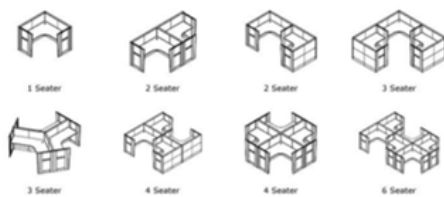
#### 2) Ergonomi dan Antropometri

Penggunaan istilah “ergonomi” berasal dari bahasa Latin yaitu *ERGON* (kerja) dan *NOMOS* (hukum alam). Ergonomi di definisikan sebagai studi tentang aspek-aspek manusia dalam lingkungan kerjanya yang ditinjau secara anatomi, fisiologi, psikologi, *engineering*, manajemen dan desain/perancangan (Nurmianto, 2004). Ergonomi dalam aplikasinya berkenaan pula dengan optimasi, efisiensi, kesehatan, keselamatan dan kenyamanan manusia di tempat kerja, rumah, tempat publik, dll. Dalam ergonomi dibutuhkan studi terkait tentang sistem interaksi antara manusia, fasilitas kerja dan lingkungannya dengan tujuan utama untuk menyesuaikan suasana kerja dengan manusia. Sedangkan Antropometri merupakan ilmu yang secara khusus mempelajari tentang

pengukuran tubuh manusia guna merumuskan perbedaan - perbedaan tubuh manusia pada tiap individu ataupun kelompok dan lain sebagainya (Octavia & Soedarwanto, 2019).

### 3) Sistem Modular

Desain modular atau “modularitas pada desain” dalam pengertian desain produk memiliki beberapa pemahaman. Pemahaman awal terkait furnitur modular adalah mengacu pada *unit pre-made* yang bisa dirakit dengan cara yang berbeda untuk memberi sentuhan kesebuah ruangan. Sistem Modular Mudah diatur sesuai fungsinya, mudah dipindahkan, multifungsi, fleksibel, mudah dikemas. Sistem ini sangat sesuai untuk menyesuaikan perabot kedalam keadaan layout yang berbeda-beda. Furnitur modular biasanya berupa lembaran atau potongan-potongan yang dikemas untuk bisa dirakit.



Gambar 11. Ilustrasi dan Konsep Modular

### 4) Sistem *Knockdown*

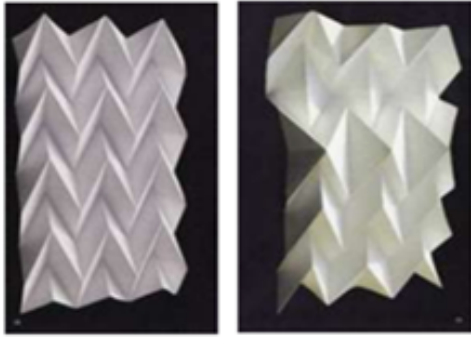
Furniture dengan konstruksi ini bisa dibongkar pasang secara instan. Kelebihannya bisa dikemas lebih praktis untuk pengguna yang mungkin sering berpindah tempat (saat

menggunakan dan membawanya). Sistem *Knockdown* sesuai untuk ruangan kecil, mudah dipasang, mudah disimpan dan dikemas. Sistem ini sangat sesuai untuk membantu proses *packaging* perabot untuk masuk kedalam unit yang lebih compact.

### 5) Sistem Lipat (*Folding*)

*Fold* menurut Oxford *Dictionaries* yaitu: *bend (something flexible and relatively flat) over on itself so that one part of it covers another, cover or wrap something in*. Yang artinya melipat, membengkokkan, menekuk satu bagian sehingga menutupi bagian yang lain atau membungkusnya. Dalam buku *Folding City-Unfolded Toy* (Miguel Lecture) dijelaskan tentang kontinuitas dalam *Folding*. “*Continuity is property of Folding paper*”. *Folding* memiliki kemampuan untuk menghubungkan semua bagian dengan sendirinya. Semua bagian terhubung seperti sebuah ikatan yang kuat. Kertas memiliki arti dalam pengembangan kontinuitas karena kertas bisa menjadi sebuah alat desain apabila kita terampil dalam memainkannya.





Gambar 12. Dua Proses Sama Menghasilkan Benda Yang Berbeda

#### 6) Material

Dalam buku, “*Material Thoughts*” (David Bramston, 2009), menguraikan juga bahwa pendekatan eksperimental dengan material akan memberikan peluang untuk gagasan yang benar-benar inovatif. Eksperimen tersebut biasanya memiliki tujuan tetapi juga dapat lebih abstrak, lebih nyata dan acak. Hal tersebut sesekali dapat menjadi sangat produktif, mengandalkan pada bawah sadar dan insting untuk membantu merasakan ‘apa’ yang dibutuhkan.

#### 4. Tema/Ide/Judul

Tugas akhir dengan judul “Desain Alternatif Alat Penjemur Pakaian yang ada di Pasaran”. Alat penjemur pakaian yang ingin dibuat ini berfungsi sebagaimana jemuran pada umumnya. Namun dengan beberapa pengembangan dan hasil pengamatan alat penjemur pakaian ini, yakni dengan memperbaiki dan memperbaharui sistem, struktur ataupun estetika sehingga akan tetap efektif meski ruang penjemuran ada di dalam rumah maupun di luar.

#### 5. Konsep Pewujudan/Penggarapan

##### 1) Konsep Dasar

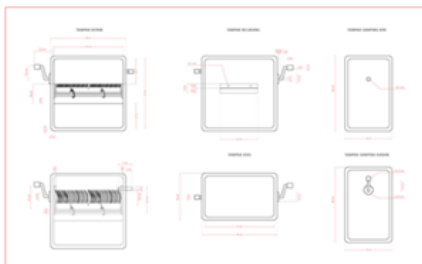
Desain ini dirancang berdasarkan tujuan memenuhi kebutuhan para pengguna yang memiliki keterbatasan ruang. Konsep yang dibawa dalam perancangan ini adalah konsep modern desain dengan gaya desain yang *easy, efficient, compact*, yang kemudian dilengkapi dengan sistem *folding, Knockdown* maupun modular. Konsep dari *easy* ditujukan pada kemudahan dalam penggunaan dan pemasangan serta kemudahan dalam pengangkutan. *Efficient* ditujukan pada pemanfaatan komponen menjadi penjemur dan berfungsi dengan baik, efisien dalam kegiatan penjemuran, perapian atau pengemasan kembali saat tidak digunakan. *Compact* ditujukan pada pemilihan bahan dan ukuran sesuai dengan kebutuhan, meminimalkan ruang dengan memanfaatkan bahan sebaik mungkin, packaging yang padat dan rapi. Pengaplikasian konsep terhadap perancangan diwujudkan melalui pemilihan sistem yang mampu mempermudah penggunaannya. Sistem *Folding* ditujukan pada perapian produk saat tidak digunakan maupun saat digunakan. Modular ditujukan pada kemudahan saat dibawa, dapat dibongkar pasang. Dilengkapi dengan *Knockdown* yang kelebihanannya bisa dikemas lebih praktis untuk pengguna yang mungkin

sering berpindah tempat (saat menggunakan dan membawanya).

2) Konsep Ukuran

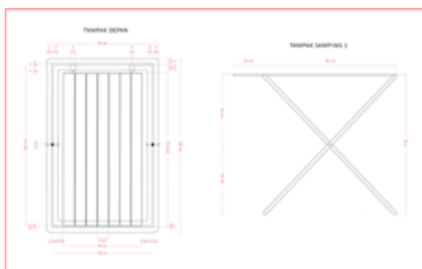
Dari hasil riset yang dilakukan, responden yang tinggal di beberapa wilayah di Jakarta seperti di perumahan padat penduduk yang rata-rata hanya memiliki luas bidang untuk area menjemur sebesar 2x3 meter persegi, di rumah kost rata-rata hanya memiliki 1x2 meter persegi untuk menjemur. Sehingga penulis mencoba mendesain alternatif desain dengan ukuran sebagai berikut:

- a. *Old Version*: P 40 x L 20 x T 40 cm



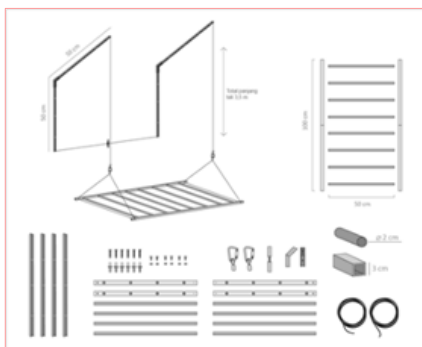
Gambar 13. Gambar Teknik *Old Version*

- b. *Folding System*: P 102 x L 70 x T 90cm



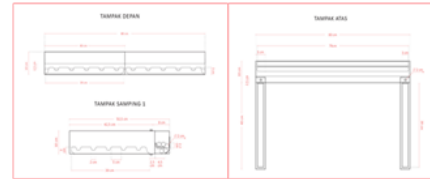
Gambar 14. Gambar Teknik *Folding System*

- c. *Hangin Clothes Drying*: P100 x L50



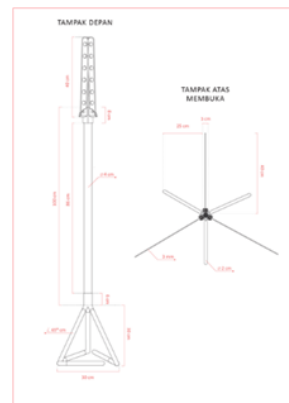
Gambar 15. Gambar Teknik *Hangin Clothes Drying*

- d. *Expandable Drying Rack*: P 80 x L 10 x T 10cm



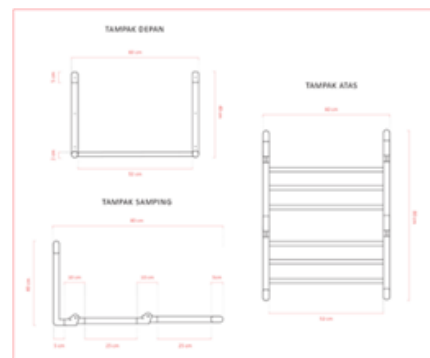
Gambar 16. Gambar Teknik *Expandable Drying Rack*

- e. *Drying Rack Tripod*: T 130 x L 40cm



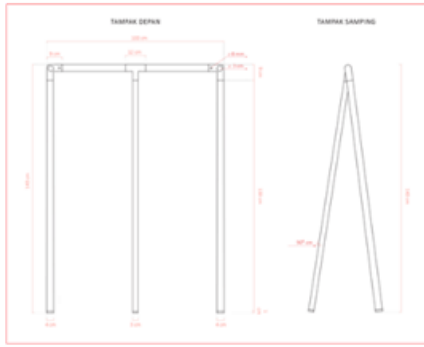
Gambar 17. Gambar Teknik *Drying Rack Tripod*

- f. *Drying On The Wall*: T 40 x P 80 x L 60 cm



Gambar 18. Gambar Teknik *Drying On The Wall*

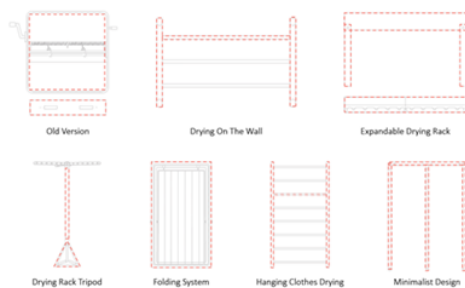
g. *Minimalist Design*: T 140 x L 100 cm



Gambar 19. Gambar Teknik *Minimalist Design*

### 3) Konsep Bentuk

Desain ini merupakan hasil eksplorasi dari bentuk geometri dasar yakni lingkaran, persegi dan segitiga. Desain disesuaikan dengan konsep bentuk sesederhana mungkin agar memberikan estetika desain minimalis dan tidak banyak menggunakan ornamen. Selain dari pertimbangan estetika, tujuan bentuk yang minimalis ini untuk memperkecil beban agar mudah dibawa atau diangkat. Pada situasi tertentu benda minimalis dapat membantu mengurangi kesan berantakan pada ruangan.



Gambar 20. Bentuk Dasar pada Setiap Desain Sketsa

### 4) Konsep Material

Pada perancangan produk alat penjemur pakaian ini memiliki pertimbangan dalam pemilihan material utama, yaitu : Kayu

sonokeling termasuk kayu keras dengan produksi minyak yang tinggi sehingga tahan terhadap rayap dan kelapukan. Selain itu kayu sonokeling memiliki warna, serat dan tekstur yang cukup unik yaitu berwarna hitam keungu-unguan tanpa harus diberi pewarna.

*Stainless Steel* memiliki sifat kuat, tahan cuaca dan tahan dari timbulnya karat, oksidasi, serta korosi, bahkan pada suhu yang sangat tinggi. Secara umum material baja memiliki sifat magnet yang kuat, koefisien muai yang tergolong rendah, tahan terhadap beban atau tekanan, dan juga tahan terhadap asam. Namun Jika baja tidak dilapisi cat anti karat secara berkala akan menimbulkan korosi. Sehingga untuk penggunaan jangka panjang akan aman jika *finishing* dilapisi dengan serbuk poliesterialnya.

### 5) Konsep Warna



Gambar 21. Konsep Pemilihan Warna

Konsep warna ini memadukan warna natural elemen kayu dan logam untuk mendapatkan kesan simpel, kokoh, dan natural. Kayu ini berwarna coklat hingga kehitaman dengan variasi tekstur yang menawan dan memberikan kesan yang eksklusif sehingga tampak indah dan elagan. Variasi warna coklat dan hitam ini dibuat industrial furniture,

dimana konsep tersebut memadukan elemen kayu dan logam.

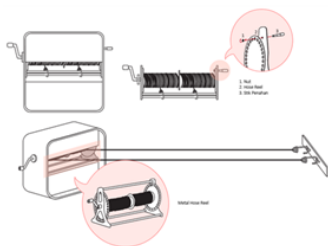
#### 6) Konsep Mekanik

Terdapat beberapa sistem gerak pada komponen - komponen produk rancangan ini, mulai dari sistematika pengemasan, pemasangan, penggunaan dan mempermudah proses ketika akan di rapikan.

Berikut detail sistematika pada masing - masing produk desain alternatif yang ada di bawah ini :

##### a. *Old Version*

Terinspirasi dari sistem gaya lama yaitu *metal hose reel*. Sistem ini menggunakan material metal sehingga terlihat kokoh. Penggunaan yang cukup mudah dengan menarik bagian tali kemudian reel akan berputar. Terlebih dilengkapi dengan bagian roll untuk menggulung kembali tali kedalam. Panjang tali dapat ditarik sesuai kebutuhan dengan maksimal panjang 5 meter.

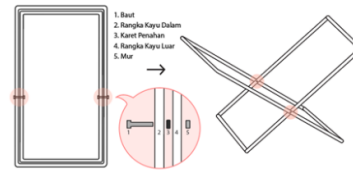


Gambar 22. Sistem Roll

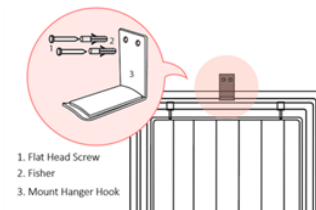
##### b. *Folding System*

Sistem mekanis ini menggunakan *Roofing Bolt & Nut*. Mur baut berfungsi sebagai titik gerak rotasi penjemur ke arah depan menjauhi

bagian rangka. Pada bagian titik gerak ini membutuhkan 2 buah mur baut.



Gambar 23. Sistem Rotasi

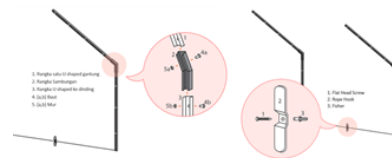


Gambar 24. Sistem Perapian / Penyimpanan

Digantung ke *mount hanger hook* untuk perapian. Pemasangan sendiri menggunakan *Flat Head Screw* dan di tambah dengan *Fisher* untuk mengait paku lebih kokoh di dalam dinding.

##### c. *Hanging Clothes Drying*

Sistem mekanis ini menggunakan *U shaped stainless steel* untuk mengaitkan tali *double braided nylon*. Kemudian *Rope Hok* berfungsi sebagai pengait tali untuk tetap menahan tali agar tetap bisa menggantung.

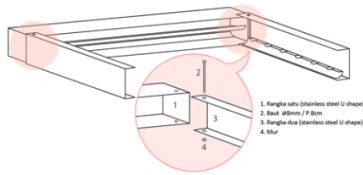


Gambar 25. Sistem Sambungan dan *Rope Hok*

##### d. *Expandable Drying Rack*

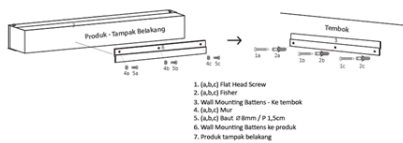
Penjemur ini memiliki sistem mekanik pada bagian lengan penjemur yang digabungkan dengan menggunakan baut dan mur.





Gambar 26. Sistem Rotasi Lengan untuk Penjemur

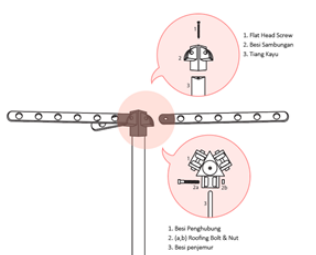
Sistem *Wall Mounting Batts* digunakan untuk menghubungkan produk ke dinding agar dapat menempel dan menahan beban lebih baik. Sistem ini didukung dengan menggunakan *Fisher* dan *Flat Head Screw* pada penempelan dinding.



Gambar 27. Sistem *Wall Mounting Batts*

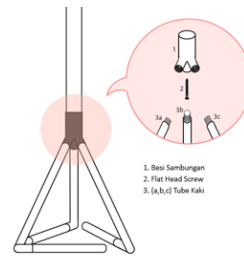
e. *Drying Rack Tripod*

Sistem mekanik sambungan ini digunakan untuk menghubungkan antara tiang kayu dengan besi dengan menggunakan *Flat Head Screw* dan juga *roofing bolt nut*.



Gambar 28. Besi Sambungan dengan Tiang Kayu

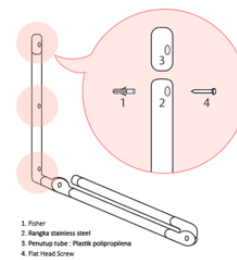
Sambungan pada bagian kaki ini dihubungkan dari besi ke tiang kayu dengan menggunakan *Flat Head Screw*, pada bagian pipa bawah dihubungkan dengan system ulir.



Gambar 29. Sambungan Kaki dengan Tiang Kayu

f. *Drying On The Wall*

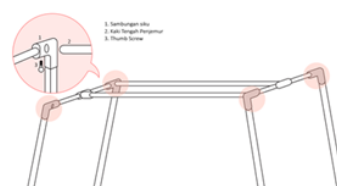
Sistem *Wall Mounting* digunakan untuk menghubungkan produk ke dinding agar dapat menahan beban lebih baik. Sistem ini didukung dengan menggunakan *Fisher* dan *Flat Head Screw*, selain itu pada bagian rangka penjemur ditutup menggunakan tube yang berbahan material plastik polipropilena agar tidak licin.



Gambar 29. Sistem *Wall Mounting*

g. Minimalist design

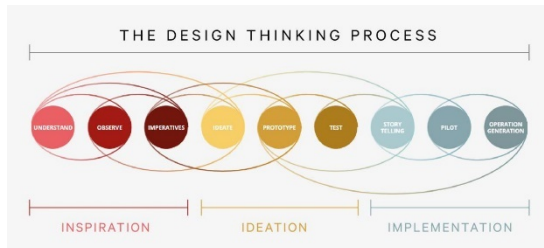
Penjemur ini juga dilengkapi dengan sistem modular sehingga bisa digabungkan 1 dengan yang lain dan dikunci menggunakan thumbscrew, untuk mengakomodir kebutuhan pada ruang jemur yang lebih besar.



Gambar 30. Penghubung Kaki Tengah dengan Penjemur Lainnya

### C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Pada perancangan produk desain alternatif, diadaptasi metode design thinking Veronique Hillen yang disesuaikan kembali dengan proses desain yang dilakukan penulis, masing-masing uraian diantaranya:



Gambar 31. Metode Perancangan *d'school Paris Design*  
(Sumber : [www.ds.school.fr](http://www.ds.school.fr))

#### 1) *Inspiration*

*Inspiration* merupakan tahap awal yang dilakukan penulis untuk mengetahui permasalahan, mencari solusi dan mengumpulkan data terkait perancangan produk yang akan dilakukan. Langkah tersebut dijabarkan dalam 3 poin yaitu *Understand*, *Observe*, dan *Point of View (POV)*. Pada tahap *Understand* dilakukan pemahaman terkait masalah yang perlu diselesaikan secara desain. Pemahaman dilakukan dengan eksplorasi data terkait melalui literatur dan tinjauan lapangan. Setelah semua data terkumpul, dilanjutkan ke tahap observasi untuk mencari data pendukung perancangan produk modular menggunakan beberapa cara seperti browsing website, studi pustaka, jurnal online bahkan melalui penyebaran form. Data pendukung dapat berupa standar dimensi, fungsi,

ergonomi, data fisik material, dan sistem konstruksi. Berlanjut ke tahap *POV*, dilakukan komparasi data terkait tren/fenomena dengan literatur untuk menentukan target permasalahan, target perancangan desain, dan target pasar/market yang paling potensial.

#### 2) *Ideation*

*Ideation* merupakan tahap pengolahan ide yang dilakukan untuk memberikan solusi terkait permasalahan yang ada. Pada tahap *Ideate*, dilakukan pemunculan ide pada berbagai aspek seperti bentuk, material, fungsi konstruksi, dll sebagai solusi permasalahan yang ada. Olah ide perancangan yang ada dilakukan dengan teknik *scamper* melalui sketsa, skematik, dan dokumentasi. Setelah melalui beberapa tahap pengembangan dan sortir, terpilih desain yang akan dibuat visualisasi lebih detail, tahap visualisasi ide kedalam sketsa ini didukung dengan skematik yang dilengkapi penjelasan lebih detil terkait konstruksi, sistem fungsi, gambar sketsa detail, material yang digunakan dan pedoman penggunaan.

#### 3) *Implementation*

*Implementation* merupakan tahap akhir perancangan mulai dari tahap *storytelling* merupakan tahap implementasi yang menjelaskan latar belakang dan tujuan perancangan produk. Sedangkan tahap selanjutnya yaitu *pilot*, merupakan tahapan yang dilakukan untuk

memberikan gambaran kepada masyarakat/ pengguna terkait produk melalui desain implementasi dan value produk.

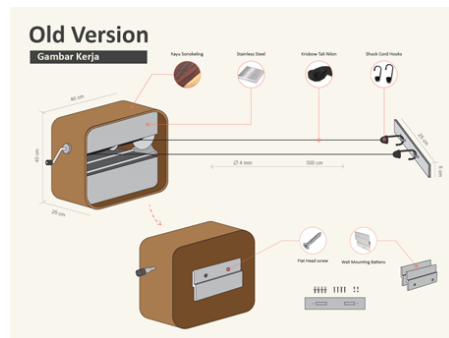
#### D. ULASAN KARYA

Desain alternatif alat penjemur pakaian ini merupakan sebuah desain yang dirancang untuk memberikan alternatif desain penjemur yang sudah ada di pasaran dengan memperbaiki sistem, struktur ataupun estetika sehingga bisa berfungsi dengan baik. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan para pengguna yang memiliki keterbatasan ruang. Konsep yang dibawa dalam perancangan ini adalah konsep modern desain dengan gaya desain yang *easy*, *efficient*, *compact*, yang kemudian dilengkapi dengan sistem *folding*, *Knockdown* maupun modular.

Terdapat 7 desain alternatif alat penjemur pakaian dalam desain perancangan, namun untuk tujuan jurnal dipilih 3 desain alternatif yang mewakili yaitu :

##### 1) *Old Version*

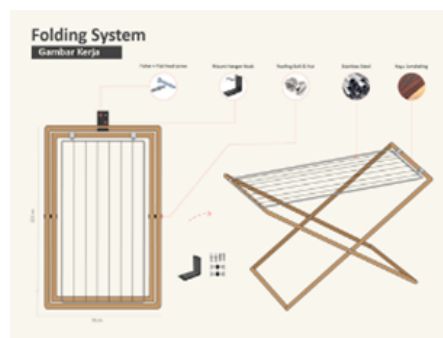
Desain penjemur pakaian yang bisa menyesuaikan panjangnya ruangan. Membutuhkan area dengan tembok di kedua sisi, dengan sistem adjustable, alat ini bisa dipakai diberbagai ruangan dengan lebar bentang hingga 5 meter dengan sistem pengunci dan penarik tali otomatis. terdapat box tambahan di bagian bawah untuk menyimpan penjepit pakaian.



Gambar 32. Gambar Detail *Old Version*

##### 2) Folding System

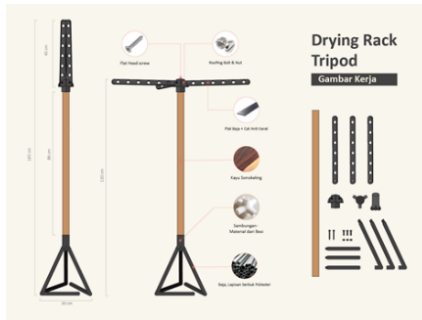
Terinspirasi dari pisau lipat yang berbentuk kartu, sehingga memberikan solusi dalam melipat dan membentangkan. Penggunaan *indoor* dan *outdoor*. Ukurannya yang *compact* dan mudah dilipat serta disimpan, efektif digunakan di area jemur yang sempit seperti kost atau rumah kontrakan dengan area jemur 2x3m atau lebih.



Gambar 33. Gambar Detail *Folding System*

##### 3) *Drying Rack Tripod*

Desain terinspirasi dari gaya desain industrial, dengan shape segitiga sebagai dasar dan mengembangkannya kedalam bentuk yang sekarang. Dapat digunakan di luar ruangan, dengan material yang tahan cuaca. Kedua fungsi ini menjadikan penjemur pakaian ini sebagai penjemur yang fleksibel, yakni bisa digunakan disegala macam area jemur dan ruangan sepiit dengan ukuran 1x2 meter atau lebih.



Gambar 34. Gambar Detail *Folding System*

- Gambar hasil dan implementasi desain alternatif alat penjemur pakaian :



Gambar 35. Gambar Persentasi Desain Alternatif



Gambar 36. Gambar Implementasi Desain Alternatif

## E. PENUTUP

### Kesimpulan

Produk penjemur pakaian ini dirancang berdasarkan data yang diperoleh dan sesuai dengan tujuan awal perancangan. Penulis berhasil membuat desain alternatif penjemur pakain yang memiliki keunggulan dalam efektifitas penggunaan ruang, material yang kuat dan tahan dengan cuaca jakarta yang cukup panas, sehingga bisa menjawab permasalahan utama yang ada di Jakarta yakni ruang jemur yang terbatas dan cuaca yang panas. Dari segi estetika sebagian besar rancangan terinspirasi dari gaya minimalis yang memiliki bentuk dasar persegi, segitiga dan lingkaran. Warna desain alternatif ini menonjolkan warna alami rosewood dan stainless steel sehingga berkesan sederhana dan mendukung visi perancangan yang menginginkan desain yang terkesan sederhana namun fungsional.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L., & Kusumarini, Y. (2014). Perancangan modular indoor booth untuk produk pakaian, sepatu dan makanan. *Intra*, 2(2), 748-753.
- Bramston, D. (2009). *Basic Product Design 02: Material Thoughts*. Switzerland : AVA Publishing.
- Filbert, K. H. (2017). Perancangan Indoor Modular Booth Display untuk Produk Fashion. *Intra*, 5(2), 255-260.
- Magnolia, S. (2017). Perancangan Produk Portable untuk Make-up Artist. *Intra*, 5(2), 361-366.
- Mital, A. (2011). *Product Development: A Structured Approach to Design and Manufacture*. Burlington, USA: Elsevier.
- Muladi, E. (2015). Desain Di Ruang Publik.



- NARADA Jurnal Desain Dan Seni*, 2(2), 205-209.
- Nurmianto, E. (2004). *Ergonomi konsep dasar dan aplikasinya edisi kedua*. Surabaya: Guna Widya.
- Octavia, E., & Soedarwanto, H. (2019). Tinjauan Ergonomi Dan Antropometri Pada Kain Gendong Tradisional (Jarik Gendong). *NARADA Jurnal Desain Dan Seni*, 6(1), 55-74.  
DOI: [10.22441/narada.2019.v6.i1.004](https://doi.org/10.22441/narada.2019.v6.i1.004)
- Runtu, M., & Tilaar, S. (2012). *Implementasi Konsep "Folding" Dalam Rancangan Fasade Bangunan/Arsitektur*. *Media Matrasain*, 9(2), 93-110.
- Tanzil, J. (2016). *Perancangan Indoor Modular Meuble untuk Booth Fashion Pop-Up Market di Surabaya*. *Intra*, 4(2), 738-745.
- Tjiptono, F. (1999). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Torondek, V., & Erdiono, D. (2017). *Folding Arsitektur Media Matrasain*, 14(3), 52-60.

## **G. UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Bapak Hady Soedarwanto selaku Koordinator. Kepada Bapak Edy Muladi selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orang tua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan Desain Produk Universitas Mercu Buana Jakarta angkatan 2016 yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan riset tugas akhir ini.

# PERANCANGAN KURSI *PORTABLE* UNTUK *MAKE-UP ARTISTS*

Oleh:

**Nurhazizah<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Produk Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercubuana*

[Nurhazizah117@gmail.com<sup>1</sup>](mailto:Nurhazizah117@gmail.com)

**Vania Aqmarani Sulaiman, S.Ds., M.Ds<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Produk Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercubuana*

[vania.aqmarani@mercubuana.ac.id<sup>2</sup>](mailto:vania.aqmarani@mercubuana.ac.id)

## ABSTRAK

Dengan adanya tuntutan pekerjaan ke berbagai lokasi, kursi menjadi hal yang penting yang wajib dimiliki dan harus dibawa oleh seorang *Make-up Artists* saat bekerja, karena para *Make-up Artists* harus menyesuaikan dengan kondisi lokasi *client* yang berbeda-beda yang terkadang tidak memiliki kursi yang *proper* atau tidak sesuai dengan kenyamanan saat proses *make-up* berlangsung. Ditambah dengan proses *make-up* yang butuh waktu 2 hingga 3 jam untuk menyelesaikan 1 wajah *client* nya. Dengan kondisi seperti ini akan berdampak bagi proses *make-up* seorang *Make-up Artists* yang mengakibatkan proses *make-up* menjadi tidak nyaman dan sang *Make-up Artists* akan cepat merasa lelah, pegal, kaki kebas dan sakit punggung dikarenakan harus berdiri dan membungkuk untuk beberapa jam saat merias *client* nya. Maka dari itu *Make-up Artists* perlu persiapan dari kondisi yang sewaktu – waktu bisa terjadi di lokasi *client*. Dengan itu *Make-up Artists* membutuhkan kursi *portable* yang dapat dibawa dengan mudah ke lokasi *client*, juga dapat mempermudah proses *make-up* dengan *client* nya dan meminimalisir sakit punggung dan pegal.

**Kata Kunci:** *Make-up Artists, Kursi Portable, Aktivitas Make-up, Posisi Make-up, Sistem Pelipatan dan Adjustable*

## ABSTRACT

*With the demands of work in various locations, chairs are an important thing that must be owned and must be carried by Make-up Artists while working, because Make-up Artists have to adjust to the conditions of different client locations which sometimes do not have available chairs. Proper or not according to comfort during the make-up process. It was coupled with the make-up process, which takes 2 to 3 hours to complete one client's face. With conditions like this, it will have an impact on the make-up process of a Make-up Artist, which results in the make-up process becoming uncomfortable, and the Make-up Artists will quickly feel tired, achy, numb feet, and back pain due to having to stand and bend over for some time. Hours when dressing up his client. Therefore, Make-up Artists need to prepare for conditions that can occur at any time at the client location. With that Make-up Artists need a portable chair that can be brought easily to the client's location. It can also simplify the make-up process with the client and minimize backaches and aches.*

**Keywords:** *Make-up Artists, Portable Chairs, Make-up Activities, Make-up Position, Folding and Adjustable Systems*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: September 13<sup>th</sup>, 2020

Revised: September 28<sup>th</sup>, 2020

Accepted: November 4<sup>th</sup>, 2020

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Kursi *Portable* adalah sebuah rancangan kursi untuk seseorang yang berprofesi sebagai *make-up artist* yang bertujuan untuk memudahkan seorang *make-up artist* dalam melakukan pekerjaannya saat merias *client* dan juga meminimalisir dampak buruk bagi kesehatan *make-up artist* akibat terlalu lama berdiri pada saat proses *make-up*.

Seseorang yang berprofesi sebagai *Make-up Artists* atau yang biasa disebut dengan *make-up artist* biasanya akan bekerja ke lokasi *client* jika akan mendandani *client* nya. Dalam hal pekerjaannya sang *Make-up Artists* harus bisa menyesuaikan kondisi lokasi *client* yang berbeda-beda, yang terkadang tidak *proper* atau tidak sesuai dengan kenyamanan saat proses *make-up* berlangsung. Tidak *proper* yang dimaksudkan adalah dimana kondisi lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat proses *make-up* tidak mendukung.

Salah satu permasalahan yang sering terjadi saat di lokasi *client* adalah karena bekerja di lokasi yang berbeda setiap saat maka belum tentu di setiap lokasi memiliki kursi yang mendukung untuk *client* ataupun untuk *Make-up Artists* sendiri, bahkan tidak memiliki tempat duduk sama sekali. Ditambah lagi dengan proses *make-up* yang butuh waktu 2 hingga 3 jam untuk menyelesaikan 1 wajah *client* nya. Dengan kondisi seperti ini akan berdampak bagi proses *make-up* seorang *Make-up Artists* yang

mengakibatkan proses *make-up* menjadi tidak nyaman dan sang *Make-up Artists* akan cepat merasa lelah, pegal, kaki kebas dan sakit punggung dikarenakan harus berdiri dan membungkuk untuk beberapa jam saat mendandani *client* nya.

Dengan permasalahan yang ada pada *make-up artist* jika dilihat dari kondisi lokasi yang berbeda disetiap pekerjaan, maka dari itu *Make-up Artists* perlu persiapan dari kondisi yang sewaktu – waktu bisa terjadi di lokasi *client*. Dengan itu *Make-up Artists* membutuhkan tempat duduk yang dapat dibawa dengan mudah ke lokasi *client*, dapat mempermudah saat proses *make-up* berlangsung dengan *client* nya dan juga meminimalisir dampak buruk yang akan terjadi pada kesehatan para *Make-up Artists*.

### 2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat di simpulkan perumusan permasalahannya ialah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana membuat desain kursi yang memiliki sistematika yang dibutuhkan namun tetap mudah dibawa ?

### 3. Orisinalitas

Perancangan kursi *portable* untuk seseorang *Make-up Artist* adalah merupakan inovasi dari karya sejenis dari *storage bag* yang memiliki fungsi ganda sebagai penyimpanan *make-up* yang dapat digunakan sekaligus sebagai tempat duduk saat dilokasi *client* dan *make-up artist chair* yaitu kursi yang digunakan oleh

*client* dari mua.

Berikut beberapa ulasan produk karya sejenis sebagai pembanding karya yang akan dirancang:

1) *Sport Artist Bag*



Gambar 1. *Zuca Sport Artist Bag*  
(Sumber gambar : [www.zuca.com](http://www.zuca.com))

Brand : *Zuca Sport Artist Bag*

Ukuran : 45,7 x 25,4 x 33 cm

Berat : 4,26 kg

Material : Aluminium & Polyester Resistent

Sistem : -

Kekurangan : *Sport bag* ini hanya memiliki tinggi 45 cm dimana bagian atas dari *zuca sport bag* dapat difungsikan sebagai dudukan, namun *sport bag* ini tidak dapat disesuaikan tinggi nya dengan kursi yang ada yang dimiliki oleh *client* dirumah nya karena setiap kursi memiliki ukuran yang berbeda. Dan dengan menggunakan *zuca sport bag* mua tidak dapat membawa bag ini untuk penerbangan karena tidak memenuhi spesifikasi *cabin size*.

Kelebihan : *Material frame* ringan dan kuat hingga beban  $\pm 100$  kg. *Sport bag* ini juga memiliki roda ganda untuk memudahkan naik tangga. Bentuk ringkas karena sudah menyatu dengan *storage*.

2) *Cantoni Make-up Artist Chair*



Gambar 2. *Cantoni Make-up Artist Chair*  
(Sumber gambar : [www.cantonionline.com](http://www.cantonionline.com))

Brand : *Cantoni Make-up Artist Chair*

Ukuran : 43 x 54 x 144 cm

Berat : 20kg

Material : Kayu *Beech* dan Aluminium

Anodisa

Sistem : Portable

Kekurangan : *Cantoni Make-up Artist Chair* memiliki material yang cukup berat, tidak ringkas juga membutuhkan *space* banyak jika dibawa menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Dan kursi ini lebih diperuntukkan untuk *client* dari mua.

Kelebihan : *Cantoni Make-up Artist Chair* memiliki material *frame* yang cukup kuat karena terbuat dari aluminium dan kayu *beech*. Kursi ini juga memiliki sistem *adjustable* dengan satu ukuran.

Kesimpulan yang didapat dari data produk sejenis di atas adalah produk *Zuca Sport Artist Bag* memiliki fungsi utama sebagai *storage* penyimpanan *make-up* yang memiliki *frame* cukup kuat yang dapat digunakan juga sebagai tempat duduk pada saat *storage bag* ini tidak digunakan. Jika pengguna menggunakan *storage* ini maka akan membutuhkan fitur lain yang harus dibawa



seperti lampu dan cermin dengan *storage* tambahan pula. Kemudian dengan digunakannya *Zuca Sport Artist Bag* ini *make-up artist* tidak dapat membawa *storage* ini untuk penerbangan karena tidak memenuhi *standart* dari *cabin size*.

Sedangkan *Cantoni Make-up Artist Chair* fungsi utamanya digunakan sebagai tempat duduk *client* dari *make-up artist* dengan memiliki 2 ukuran agar *make-up artist* dapat berdiri sama rata dengan tinggi *client* yang menggunakan kursi ini agar saat proses *make-up* berlangsung MUA tidak membungkuk. Kursi ini memiliki material yang cukup berat karena sehingga memiliki frame yang cukup kuat jika digunakan hingga beban  $\pm 70$ kg. Jika dilihat dari fungsi utama kedua produk sejenis di atas, masih belum dapat memecahkan permasalahan *make-up artist* yang membutuhkan kursi untuk saat proses *make-up* berlangsung dan mudah saat dibawa. Maka dari itu disini penulis ingin mencoba merancang desain kursi yang difungsikan khusus untuk *make-up artist*.

#### 4. Tujuan dan Manfaat

##### 1) Tujuan

- a. Untuk menghindari sakit punggung dan pegal pada kaki akibat kelamaan berdiri dan membungkuk saat proses *make-up*.
- b. Untuk menambah kenyamanan saat proses *make-up*.
- c. Untuk mempermudah kursi saat dibawa oleh *make-up artist* ke lokasi.

- d. Untuk menyangga beban tubuh pada saat proses *make-up*.

##### 2) Manfaat

- a. Agar peneliti dapat mengem-bangkan penelitian menjadi rancangan yang bermanfaat bagi target pengguna.
- b. Agar hasil penelitian dapat menjadi tambahan dalam referensi dan pengembangan penelitian mengenai rancangan *design Beauty Case* bagi Universitas Mercu Buana.
- c. Agar hasil penelitian dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang ada.

## B. KONSEP PERANCANGAN

### 1. Kajian Sumber Perancangan

Konsep dasar dalam perancangan kursi *portable* ini adalah tentang bagaimana kursi ini dirancang untuk dapat memecahkan permasalahan yang biasanya sering terjadi di lokasi *client* dari *make-up artist* pada saat melakukan proses *make-up*. Dimana biasanya kursi yang digunakan untuk proses *make-up* menggunakan kursi yang ada yang dimiliki oleh *client* di rumahnya, sehingga MUA harus menyesuaikan posisi duduk dengan *client* nya agar posisi *make-up* menjadi lebih nyaman. Terlebih lagi jika hanya ada satu kursi di lokasi yang membuat MUA harus terus berdiri dan membungkuk untuk menyesuaikan posisi dengan wajah *client* selama proses *make-up* berlangsung yang akan mengakibatkan proses *make-up* menjadi tidak nyaman dan memperburuk kesehatan dari

*make-up artist*.

Berangkat dari beberapa permasalahan yang ditemukan, dan beberapa data analisa, juga dari salah seorang *professional make-up artist* dan pengalaman pribadi sebagai *make-up artist*, bahwa seorang *make-up artist* membutuhkan:

- 1) Sebuah rancangan produk yang dapat menyangga beban tubuh nya pada saat proses *make-up*.
- 2) Karena kursi yang dimiliki oleh setiap *client* di rumahnya berbeda, maka dari itu dalam produk rancangan butuh sistematika *adjustable* agar dapat menyesuaikan kursi yang dimiliki oleh *client*.
- 3) Rancangan yang dapat dibawa dengan mudah saat pengguna bekerja ke lokasi *client* nya.

Dalam menyelesaikan permasalahan ini dilakukan dalam beberapa pendekatan dari hasil wawancara narasumber yang berprofesi sebagai *make-up artist* yaitu Khalida Hayatunnisa (Khalida Latief *Make-up*) juga dari pengalaman pribadi yang dirasakan selama menjadi *make-up artist*. Dengan demikian produk yang akan dirancang adalah sebuah kursi *portable* dengan beberapa sistem sebagai media produk yang dapat membantu memecahkan permasalahan target pengguna dalam bekerja ke lokasi *client*.

Produk rancangan ini juga memiliki keunggulan yang diterapkan pada rancangan yaitu memiliki sistem *portable* yang dapat

mempermudah penggunaanya dalam membawa produk ini bersamaan dengan barang bawaan lainnya dengan mudah dan juga memiliki sistem *adjustable* yang dapat menyesuaikan tinggi kursi yang dimiliki oleh *client* di rumahnya agar pengguna nya dapat tetap nyaman menggunakan kursi pada saat proses *make-up*.

## 2. Landasan Perancangan

### 1) *Beauty Case*



Gambar 3. *Beauty Case*  
(Sumber gambar : Global market)

Menurut Listiani dalam buku Kartono tahun (2014) *Beauty Case* adalah kotak untuk menyimpan dan membawa berbagai alat kosmetik yang digunakan untuk merias wajah diri sendiri maupun orang lain. *Beauty Case* yang ada tersedia dalam berbagai ukuran masing-masing dan terdiri dari beberapa layer susun yang biasa menyimpan peralatan *Make-up* dan aksesoris. Dilengkapi dengan *handle* serta *lock* sehingga mudah dibawa aman dan tidak tercecer. Landasan teori dari *beauty case* ini menjadi acuan bagaimana rancangan kursi akan dibawa bersamaan dengan *beauty case*.

## 2) Kursi



Gambar 4. Kursi  
(Sumber gambar : Global Market)

Kursi adalah sebuah perabotan rumah tangga yang biasa digunakan sebagai tempat duduk. Pada umumnya, kursi memiliki 4 kaki yang digunakan untuk menopang berat tubuh di atasnya. Namun ada beberapa jenis kursi lainnya yang memiliki 1 kaki yang terletak di bagian tengah seperti *barstool*, *standing stool* dan lain nya.

## 3) Sistem Pelipatan Kursi



Gambar 5. Sistem pelipatan kursi  
(Sumber gambar : ideastgift)

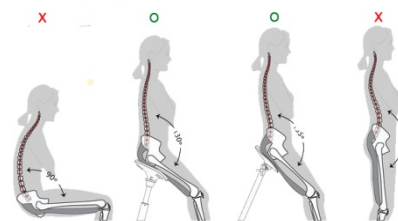
Sistem lipat adalah suatu bentuk pada suatu bidang yang dapat dilipat menjadi 2 bagian atau beberapa bagian. Penerapan sistem dengan metode lipat pada produk perancangan ini di dasari karena salah satu tujuan utama dari penerapan kursi *portable* ini yaitu bagaimana memudahkan pengguna nya

dalam membawa kursi *portable* bersamaan dengan bawaan lain nya ke lokasi *client* nya.

## 4) Posisi yang baik saat duduk

Dalam hal perancangan sebuah kursi, perlu juga mempertimbangkan hal-hal yang dirasa perlu agar hasil rancangan yang dihasilkan lebih maksimal, termasuk posisi yang baik pada saat ketika duduk agar rancangan yang dirancang dapat digunakan dengan nyaman oleh pengguna nya.

Menurut data penelitian yang di dapatkan oleh Ergo Canada menyebutkan bahwa posisi yang baik pada saat duduk yaitu memposisikan kepala di atas tulang belakang, memastikan bahwa punggung dapat memberikan dukungan yang diperlukan tanpa kelelahan. Posisi duduk juga seharusnya dapat mendorong sikap tubuh yang lebih tegak lurus, dengan pengurangan lengkungan leher ke depan. Dan posisi yang dibenarkan oleh penelitian yaitu kursi yang baik adalah  $130^{\circ}$  lebih miring dari kursi biasa pada umum nya agar saat pengguna duduk tubuh dapat tersangga dengan baik.



Gambar 6. Posisi duduk  
(Sumber gambar : Ergo Canada)

Posisi ini tidak hanya posisi yang rileks ini, posisi ini juga lebih sehat dan

mengurangi ketegangan pada otot leher dan punggung atas. Juga mengurangi tekanan pada sendi tungkai bawah. Ini berarti berkurangnya risiko kerusakan pada sendi lutut dan pinggul (yang dapat terjadi ketika sendi-sendi ini tetap berada di bawah tekanan terus-menerus karena berdiri di permukaan yang keras).

Posisi ini juga mengurangi risiko nyeri pada punggung bawah, bagi banyak orang, berdiri dalam posisi statis untuk waktu yang lama dengan kaki rata, dapat menyebabkan nyeri punggung bagian bawah.

Dengan begitu postur tubuh seperti ini lebih baik jika diterapkan dalam rancangan kursi portable ini agar pengguna nya nyaman dalam menggunakan dan juga pada saat proses *make-up*.

### 3. Tema/Ide/Judul

1) Judul "PERANCANGAN KURSI PORTABLE UNTUK MAKE-UP ARTISTS"

#### 2) Interpretasi Judul

Kursi untuk *Make-up Artists* yang dimaksudkan pada judul perancangan ini yaitu kursi yang memiliki sistematika yang dapat dilipat, dapat disesuaikan tingginya dengan kursi yang ada di lokasi *client* dan juga dapat dibawa dengan mudah oleh MUA, dikarenakan saat bekerja ke lokasi MUA akan membawa peralatan cukup banyak. Dan kursi yang dirancang juga

dapat mempermudah proses *make-up* pada *client*, juga meminimalisir dampak buruk bagi kesehatan MUA pada saat proses *make-up*.

### 4. Konsep Pewujudan/Penggarapan

#### 1) Konsep Ukuran

Pemilihan konsep ukuran sendiri sudah mempertimbangkan beberapa tinjauan dari data yang di dapatkan bahwa tinggi kursi rata-rata yang biasa dimiliki oleh *client* adalah yaitu tinggi terendah 45 cm dengan ukuran tertinggi yaitu 60 cm. Dan dari data yang di dapatkan oleh seorang MUA bahwa tinggi kursi yang lebih baik digunakan oleh MUA adalah lebih tinggi sekitar 10cm dari ukuran kursi yang digunakan oleh *client* agar mempermudah MUA menjangkau keseluruhan wajah *client*.

Dengan demikian konsep ukuran yang akan digunakan pada rancangan kursi ini yaitu untuk ukuran tinggi kursi adalah 70 cm sedangkan untuk tinggi kursi terendah dari sistem *adjustable* adalah 55 cm dengan lebar 40 cm, panjang 29 cm.

Dan untuk bobot beban dari kursi rancangan yang akan diterapkan adalah sekitar 3 – 6 kg agar mempermudah saat dibawa dengan cara di sandang juga tidak memperburuk kesehatan punggung dari tubuh pengguna nya. Dan bobot produk rancangan tidak melebihi dari 30 persen kemampuan bobot tubuh pengguna nya. Pertimbangan bobot beban ini juga

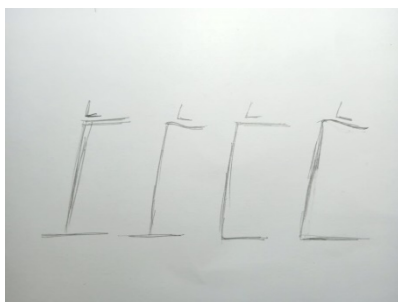
didasari dari data beberapa material yang digunakan yaitu material aluminium *round bar* yang digunakan adalah berbobot 0,06 untuk satu meter dengan ketebalan 3mm, kemudian berat dari hidrolik adalah 1 - 2 kg dan untuk alas tempat duduk sekitar  $\frac{1}{2}$  - 1 kg.

Dan dari data yang di dapat produk ini sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan sudah sesuai dengan proporsi dari target pengguna yaitu seorang wanita yang berprofesi make-up artist. Dimana skala perbandingannya yaitu adalah 1 : 2 dari ukuran produk rancangan dan manusia.

## 2) Konsep Bentuk

Konsep bentuk yang digunakan dalam rancangan produk kursi *portable* ini adalah berbentuk seperti berikut :

### a. Bentuk Kemiringan

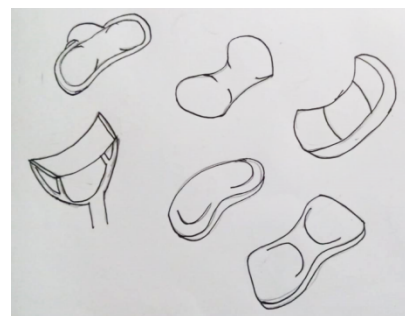


Gambar 7. Konsep Bentuk

Sesuai dengan fungsinya bagaimana saat digunakan kursi rancangan ini dapat menyangga beban pada tubuh agar pada saat proses *make-up*, tubuh dari *Make-up Artist* tetap tegak dan tidak membungkuk dengan begitu konsep bentuk yang digunakan  $130^\circ$  agak miring dari kursi biasanya. Karena

dalam penelitian AS menyebutkan bahwa posisi duduk dengan kondisi seperti ini akan lebih baik bagi kesehatan tubuh penggunanya. Dan dari desain yang didapat juga memiliki kesan tersendiri karena sedikit berbeda dari produk rancangan kursi sebelumnya yaitu memiliki kemiringan  $130^\circ$  dari kursi pada umumnya.

### b. Bentuk Alas Duduk



Gambar 8. Konsep Bentuk

Pemilihan bentuk alas duduk seperti ini karena bentuk seperti ini dirasa cukup nyaman jika digunakan oleh penggunanya, dikarenakan memiliki bentuk yang sesuai dengan *buttocks* penggunanya. Dan dengan data yang didapat dari posisi duduk yang baik maka alas duduk hanya bertumpu pada bagian belakang bokong, dan kaki manapak pada lantai.

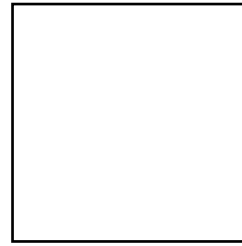
Sedangkan untuk konsep material yang dipilih dan diterapkan pada perancangan ini yaitu menggunakan material utamanya adalah Aluminium. Penggunaan bahan dasar menggunakan material ini dikarenakan materialnya yang sangat ringan, kokoh dan anti karat juga tahan lama yang menjadikan produk



rancangan ini sangat *worth to buy* oleh target pengguna nya. Dan dengan penerapan material dan beberapa sistematika ini diharapkan dapat mempermudah produk rancangan ketika dibawa maupun digunakan oleh pengguna nya. Kemudian untuk tekstur *finishing* yang dipilih juga dengan *finishing doff* yang terkesan sedikit *glossy*, pemilihan *finishing* seperti ini agar desain terlihat lebih menarik saat kesan pertama. Sedangkan untuk struktur sambungan kursi ini tidak menerapkan terlalu banyak sambungan dalam produk rancangan.

### 3) Konsep Warna

Konsep pemilihan warna utama pada rancangan ini yaitu menggunakan warna dasar putih dari bagian atas kursi hingga bagian bawah. Penerapan warna ini diharapkan dapat menggambarkan kesederhaan dalam produk rancangan yang dapat juga dilihat dari segi bentuk namun tetap memiliki fungsi yang penting bagi pengguna nya (Astuti, 2018). Penerapan warna putih juga diharapkan dapat menyampaikan kesan estetis minimalis, bersih namun tetap dengan kualitas *modern*.



Gambar 9. Warna Putih

Pemilihan warna kedua pada rancangan ini menggunakan warna biru namun sedikit lebih gelap yaitu navy yang diterapkan pada bagian alas duduk kursi, penggunaan warna ini sangat universal, karena dengan penerapan warna ini diharapkan dapat membawa rasa ketenangan dan nyaman dalam segi produk.



Gambar 10. Warna Navy

Selanjutnya pemilihan warna hitam digunakan pada bagian beberapa tombol dari kursi rancangan ini agar menunjukkan pesan khusus seperti penyampaian bahwa pada bagian warna hitam ada suatu tombol yang dapat mempengaruhi sistematika produk dari kursi rancangan portable ini.



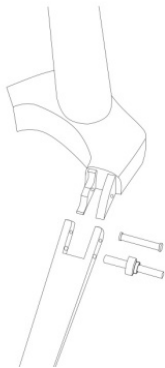
Gambar 11. Warna Hitam

#### 4) Konsep Mekanik

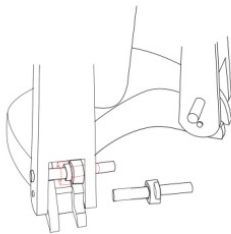
Konsep mekanik pada perancangan kursi portable ini yang pertama terdapat pada :

- a. Bagian lipatan kaki.
- b. Bagian sistem *adjustable*.
- c. Bagian alas tepat duduk

Pada bagian ini teknik lipatan kaki menggunakan pengunci *custo-mize* agar dapat mengunci bagian lipatan kaki saat dibuka atau dilipat. Konsep ini diterapkan agar kursi dapat dibawa dengan mudah (Dinata & Noer 2020).



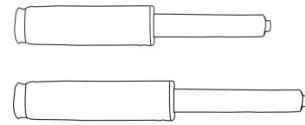
Gambar 12. Konsep Mekanik Kunci



Gambar 13. Konsep Mekanik Kaki

Sedangkan konsep mekanik lainnya

terdapat pada sistem *adjustable* yang dapat disesuaikan tinggi nya sesuai kebutuhan.



Gambar 14. Konsep Mekanik Hidrolik

Dan kemudian konsep yang ketika yaitu pada bagian alas tepat duduk yang dapat di copot/pasang.



Gambar 15. Konsep Mekanik Alas Duduk

Pemikiran yang berkaitan dengan bagaimana mentransformasikan ide menjadi wujud karya seni. Dalam bagian ini dapat dijelaskan bagaimana elemen bentuk dan pendukungnya akan disusun dan diperlakukan sejalan dengan landasan penciptaan dan idenya.

### C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Metode dan tahap-tahap dalam perancangan “Kursi *Portable* untuk *Make-up Artists*” meliputi :

#### 1. Latar Belakang

Latar Belakang dari fenomena yang didapat adalah rutinitas dari profesi *make-up artist* yang bekerja ke berbagai lokasi *client* nya yang membutuhkan kursi khusus untuk saat proses *make-up* berlangsung.

## 2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang akan dibahas adalah mengenai rancangan sistematika kursi *portable* untuk *make-up artists*

## 3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang didapat yaitu dari berbagai sumber sesuai dengan kebutuhan tema dari perancangan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara metode Observasi dan Dokumentasi dan Wawancara

## 4. Analisa Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data, data yang diperoleh adalah belum adanya kursi yang difungsikan khusus untuk *make-up artist*.

## 5. Konsep Desain

Konsep desain yang akan dirancang yaitu kursi *portable* dengan menggunakan material ringan yang dapat dibawa, dilipat dan dapat juga diatur tinggi nya sesuai kebutuhan di lokasi *client*.

## D. ULASAN KARYA



Gambar 16. Gambar Presentasi 3 Dimensi

Visualisasi ketika rancangan kursi digunakan oleh *make-up artist*.



Gambar 17. Gambar Presentasi 3 Dimensi

Visualisasi ketika rancangan kursi digunakan oleh *make-up artist* saat di lokasi *client*.



Gambar 18. Gambar Presentasi 3 Dimensi

Visualisasi ketika rancangan kursi dibawa (cara membawa) oleh *make-up artist* saat ke lokasi *client*.



Gambar 19. Gambar Hasil Akhir

Tampak utuh bagian belakang dari rancangan kursi *portable*.



Gambar 20. Gambar Hasil Akhir

Tampak utuh bagian depan dari

rancangan kursi *portable*.



Gambar 21. Gambar Hasil Akhir Tinggi Rendah

Tampak saat sistem *adjustable* kursi paling rendah hingga paling tinggi.



Gambar 22. Gambar Hasil Akhir Kunci

Tampak saat pelipatan kursi di tekan (tombol).



Gambar 23. Gambar Hasil Akhir Lipatan

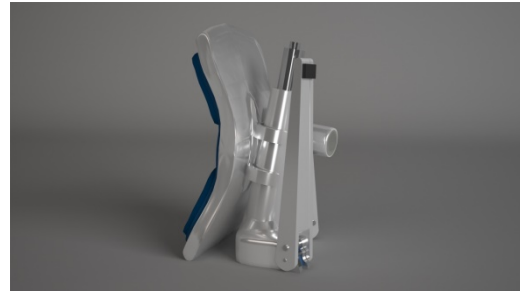
Tampak saat sistem dari bagian kaki kursi di lipat.



Gambar 24. Gambar Teknik Copot/Pasang

Tampak saat sistem alas duduk ketika

di copot/lepas.



Gambar 25. Gambar Hasil Akhir Lipat

Tampak saat kursi *portable* di lipat sempurna.



Gambar 26. Gambar Hasil Akhir Handle

Tampak saat kursi dilipat dan cara mengangkat nya. Bagian ini adalah bagian penambahan masukan dan penyempurnaan dari rancangan kursi dengan ditambahkan nya bagian *handle* dari kursi.

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Dalam proses perancangan ini penulis melihat beberapa permasalahan yang dialami oleh *make-up artist* pada saat bekerja sehingga membutuhkan sebuah media untuk memecahkan permasalahan saat bekerja agar mempermudah proses *make-up*, proses *make-up* menjadi lebih nyaman dan baik untuk kesehatan *make-up artist*. Dari beberapa permasalahan ini penulis menemukan sebuah media yaitu rancangan kursi *portable* untuk

*make-up artist* yang di dapat melalui beberapa data yang sudah di analisa dan proses desain.

Untuk menjawab permasalahan – permasalahan yang ada perancangan mengambil fokus kepada bagaimana agar pengguna kursi nyaman menggunakan kursi rancangan pada saat proses *make-up* dengan posisi bentuk kemiringan kursi yang sesuai dengan kebutuhan, dapat menyesuaikan tinggi – rendah kursi yang ada di lokasi dengan menambahkan sistem *adjustable*, mempermudah saat pengguna menggunakannya dan mudah saat dibawa dengan sistem pelipatan *portable*. Media kursi *portable* ini dirasa cocok untuk target pengguna yang membutuhkan sebuah rancangan untuk permasalahan yang sering terjadi di lokasi.

## 2. Saran

Dalam penulisan ini penulis juga mendapatkan beberapa hal pengetahuan tentang bagaimana proses yang baik dan benar saat membuat sebuah rancangan dan mendapat pengetahuan lebih bagaimana caranya membuat sebuah visual 2D maupun 3D menggunakan program aplikasi yang sangat bermanfaat untuk masa mendatang. Dan untuk kedepannya penulis berharap produk tersebut dapat dikembangkan dan langsung dapat di produksi untuk di gunakan oleh target pengguna nya yaitu *make-up artist*.

## F. DAFTAR PUSTAKA

Armas, A. (2016). Tinjauan Desain pada Mebel Kursi Teras Arm Chair Khas Suku Betawi. *Narada* 3(3), 287-298.  
Astuti, A, D. (2018). Penerapan Warna Pada

Ruang Interior Anak Autis. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 5(1). 35-46.

Chaurina, A. F., & Estiyono, A. (2012). “*Desain Portable Workstation Untuk Perias Berkonsep Khas Indonesia*”. Tugas Akhir. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November.

Dinata, R., & Noer, M. (2020). Tinjauan Konsep Desain Flatpack Pada Rak Susun 5 Tingkat Terbuka Masterspace Holeless. *NARADA Jurnal Desain dan Seni* 7(2). 245-258.

Fristy. (2012). Citra Diri Pada Remaja Putri yang Mengalami Kecenderungan Gangguan *Body Dysmorphic Disorder*. Universitas Gunadarma. [on-line].

Lita, D. E., & Pinasti, I. S. (2017). “*Makna Penggunaan Make-up sebagai Identitas Diri*”. [Studi Mahasiswi] Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta.

Utami, W. T., & Zahrotul, U. (2014). “*Hubungan Antara Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Make up wajah pada Mahasiswi*”. [Naskah Publikasi]. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Palgunadi, Bram. (2007). *Desain Produk*. Bandung: ITB.

Rudy, G. (2015). *Design Development Trolley Bags for The Traveler (Multifunction)*. [Tugas Akhir]. Jakarta: Universitas Mercu Buana.

Rudy Gunawan. (2015). *Design Development Trolley Bags for The Traveler (Multifunction)*. [Tugas Akhir]. Jakarta: Universitas Mercu Buana.

Yunida & Kartiningsih, T. (2017). Perancangan Interior Martha Tilaar Salon Day Spa (Konsep *Modern Heritage*) Tangerang. *Narada* 4(1), 97-103.

Muthi'ah, W., Octavianty, R., & Wahyuni, M. S. N. (2017) Tinjauan Desain Beauty Case di Kalangan Make-up Artist Jakarta. *Narada* 4(3), 335-344.



## **G. UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Bapak Hady Soedarwanto selaku Koordinator. Kepada Ibu Vania Aqmarani Sulaiman selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orangtua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan Desain Produk Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan riset tugas akhir ini.

# SEPATU UNTUK MENCEGAH LUKA PADA KAKI PENDERITA DIABETES

Oleh:

**Muhamad Galih Tri Laksono<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Produk Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercubuana  
[galihtrilaksono@gmail.com](mailto:galihtrilaksono@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Indah Fitriana Hapsari, S.Ds., M.Ikom<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Produk Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercubuana  
[Indah.hapsari@mercubuana.ac.id](mailto:Indah.hapsari@mercubuana.ac.id)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Kaki merupakan salah satu anggota tubuh hewan atau manusia yang digunakan untuk berjalan. Diabetes adalah penyakit yang berlangsung lama atau kronis serta ditandai dengan kadar gula (glukosa) darah yang tinggi atau di atas nilai normal. Glukosa yang menumpuk di dalam darah akibat tidak diserap sel tubuh dengan baik dapat menimbulkan berbagai gangguan organ tubuh. Pada pengidap diabetes kaki adalah bagian tubuh yang rentan terhadap cedera. Ketika seorang pengidap diabetes terdapat luka pada tubuhnya, maka luka itu sulit untuk sembuh. Sehingga butuh penanganan khusus. Setelah melakukan penelitian sebelumnya penulis menemukan beberapa kekurangan-kekurangan yang terdapat pada sepatu-sepatu diabetes yang sudah beredar dipasaran. Dengan demikian penulis membuat sepatu yang dimana sepatu ini dirancang dengan mengedepankan penelitian terhadap aspek-aspek yang kurang dan masih belum ditemukan di sepatu-sepatu diabetes yang sudah beredar dipasaran.

**Kata kunci:** Alas kaki, Diabetes, upper, insole, outsole, neoprene, charcoal memory foam, *Thermo Plastic Rubber*.

## ABSTRACT

*The foot is a part of an animal or human body that is used for walking. Diabetes is a long-lasting or chronic disease characterized by high blood sugar (glucose) levels or above-average values. Glucose, which accumulates in the blood due to not being absorbed by body cells properly, can cause various disorders of the body's organs. In people with diabetes, the leg is a part of the body that is vulnerable to injury. When a person with diabetes has a wound on his body, the damage is difficult to heal. So it needs special handling. After conducting previous research, the author found several deficiencies in diabetic shoes already on the market. Thus the authors make shoes in which these shoes are designed by prioritizing research on aspects that are lacking and still not found in diabetic shoes already on the market.*

**Keywords:** Footwear, Diabetes, upper, insole, outsole, neoprene, charcoal memory foam, *Thermo Plastic Rubber*.

**Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

*Received: September 15<sup>th</sup>, 2020*

*Revised: September 24<sup>th</sup>, 2020*

*Accepted: November 9<sup>th</sup>, 2020*

---

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar belakang

Alas kaki berfungsi sebagai pembuat kaki tetap bersih, melindungi dari cedera sewaktu bekerja, dan sebagai gaya busana. Sebelum memakai alas kaki, orang sering mengenakan kaus kaki atau *stocking* agar kaki lebih nyaman dan tidak lecet. Pemahaman desain alas kaki tidak terpisah dari pemahaman tentang asal mula, bentuk, dan fungsi alas kaki. Asal mula alas kaki dapat dilihat pada buku-buku sejarah alas kaki dan katalog museum alas kaki. Seperti halnya produk kerajinan lainnya, awal mula digunakannya suatu produk banyak terkait dengan fungsi yang dapat membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari. Aspek estetika akan mengikuti perkembangan produk selanjutnya, tepatnya pada saat manusia memerlukan atribut-atribut sosial dalam masyarakat.

Masing-masing kegiatan manusia membutuhkan alas kaki khusus, bahkan beberapa desainer sengaja mendesain alas-alas kaki yang diperuntukan untuk kegiatan-kegiatan tertentu. Alas kaki selain sebagai benda yang dipakai sebagai pelindung kaki, alas kaki juga dapat mempengaruhi kesehatan seseorang. Contohnya pada pengidap diabetes, Kaki pengidap diabetes adalah contoh kaki yang rentan terhadap cedera. Ketika seorang pengidap diabetes terdapat cedera atau luka pada tubuhnya, maka yang terjadi cedera itu sulit untuk sembuh, bahkan kemungkinan untuk terjadi komplikasi

sangat besar. Sehingga butuh penanganan khusus untuk kaki penderita diabetes.

### 2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang mungkin akan terjadi dalam pembuatan sepatu ini:

- 1) Bagaimana desain sepatu yang melindungi luka pada kaki penderita diabetes?
- 2) Bagaimana desain sepatu yang dapat dipakai keluar rumah oleh penderita diabetes?

### 3. Orisinalitas

Pada pembuatan sepatu kali ini, penulis membuat sepatu yang penulis membuat sepatu yang dimana sepatu ini dirancang dengan mengedepankan penelitian terhadap aspek-aspek yang kurang dan masih belum ditemukan di sepatu-sepatu diabetes yang sudah beredar dipasaran.

### 4. Tujuan Dan Manfaat

Tujuan dari pembuatan Sepatu diabetes ini adalah:

- 1) Membuat sepatu yang aman dan nyaman untuk penderita diabetes dengan membuat sepatu yang memiliki sirkulasi udara yang cukup,
- 2) Membuat sepatu yang menggunakan material serta alas sepatu dengan material yang lembut dan tidak melukai kaki.
- 3) Membuat sepatu yang memiliki system bukaan yang tidak berpotensi melukai kaki penderita diabetes.

Manfaat yang diharapkan hadir setelah

produk ini selesai dikerjakan adalah:

- 1) Hadirnya sebuah alas kaki yang dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan alas kaki untuk penderita diabetes yang ada di pasaran, baik dalam sirkulasi udara serta pemilihan material yang sesuai.
- 2) Serta memberikan opsi baru dalam pemilihan sepatu khusus penderita diabetes.
- 3) Menjadi sumber inspirasi bagi masyarakat/ sosial, baik dari segi bentuk, material, dan sistem bukannya.

## B. KONSEP PERANCANGAN

### 1. Kajian Sumber Perancangan

Alas kaki berfungsi sebagai pembuat kaki tetap bersih, melindungi dari cedera sewaktu bekerja, dan sebagai gaya busana. Sebelum memakai alas kaki, orang sering mengenakan kaus kaki atau *stocking* agar kaki lebih nyaman dan tidak lecet.

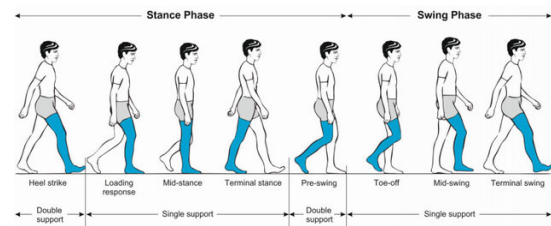
### 2. Landasan Perancangan

Ergonomi adalah ilmu yang mempelajari interaksi manusia dengan sistem, profesi, prinsip, data dan metode dalam merancang sistem agar dapat optimal sesuai dengan keperluan, kekurangan, dan keterampilan manusia. Ergonomi berasal dari bahasa Yunani *ergon* dan *nomos*. *Ergon* artinya kerja, dan *nomos* berarti aturan.

#### 1) Manusia ketika berjalan

Dalam melakukan Gerakan yang disebut berjalan, manusia akan melakukan

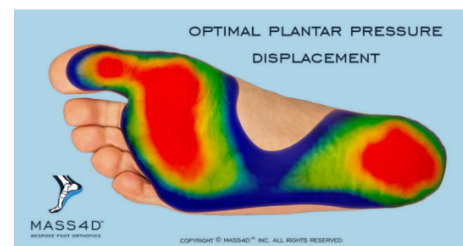
beberapa Gerakan tersendiri yang dapat dilihat pada skema berikut.



Gambar 1 diagram manusia dalam berjalan

#### 2) Distribusi tekanan plantar pada kaki

Ketika berjalan manusia memusatkan semua massa tubuhnya kepada kaki mereka sebagai tumpuannya. Massa tubuh manusia tidak menyebar secara merata di telapak kaki, telapak kaki manusia akan membagi massa tubuh yang di bebankan kepada kaki dalam beberapa area.



Gambar 2 distribusi tekanan plantar pada kaki

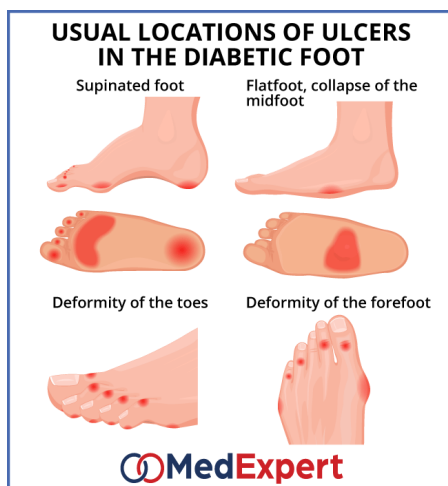
#### 3) Sindrom Kaki Diabetes

Diabetes mellitus menyebabkan kadar glukosa darah menjadi tinggi sehingga seiring waktu dapat menyebabkan kerusakan saraf di kaki dan pembuluh darah perifer. Karena ini beberapa orang mungkin kehilangan sensasi pada kaki, sementara yang lain mungkin mengembangkan bisul, luka dan infeksi. Kondisi ini disebut sindrom kaki diabetik dan merupakan salah satu konsekuensi diabetes mellitus. Gejala kaki diabetik adalah mati rasa, perubahan warna kulit, dan lain-lain. Perawatan

sindrom kaki diabetik bervariasi tergantung pada keparahan gejala dan kondisi keseluruhan pasien.



Gambar 3 Syndrome kaki diabetes



Gambar 4 tempat biasanya terjadi luka pada kaki penderita diabetes

(Sumber: <http://www.medexpert.sg/en/medical-specialities/vascular-surgery/diabetic-foot/>)

### 3. Tema/Ide/Judul

Tema yang dipilih oleh penulis adalah tentang membuat sebuah sepatu yang memiliki penampilan seperti sepatu pantofel pada umumnya namun sepatu ini adalah sepatu yang ramah terhadap penderita diabetes. Sehingga seorang penderita diabetes yang aktif bekerja di kantor, dapat beraktifitas seperti biasa, tanpa mengorbankan Kesehatan mereka.

Judul dari jurna ini sendiri ialah

“Sepatu Untuk Mencegah Luka Pada Kaki Penderita Diabetes” yang dimana judul ini adalah perwujudan hasil riset penulisan sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan bahwa, masing-masing kegiatan manusia membutuhkan alas kaki khusus, bahkan beberapa desainer sengaja mendesain alas-alas kaki yang diperuntukan untuk kegiatan-kegiatan tertentu. Alas kaki selain sebagai benda yang dipakai sebagai pelindung kaki, alas kaki juga dapat mempengaruhi kesehatan seseorang. Contohnya pada pengidap diabetes, kaki pengidap diabetes adalah contoh kaki yang rentan terhadap cedera. Ketika seorang pengidap diabetes terdapat cedera atau luka pada tubuhnya, maka yang terjadi cedera itu sulit untuk sembuh, bahkan kemungkinan untuk terjadi komplikasi sangat besar.

Sehingga butuh penanganan khusus untuk kaki penderita diabetes. Pada kasus ini penulis tertarik untuk merancang sebuah sepatu yang nyaman dan aman digunakan seorang penderita diabetes dengan berdasarkan riset yang telah penulis lakukan sebelumnya, serta pengamatan pada sepatu khusus diabetes yang penulis temukan dipasaran.

### 4. Konsep Pewujudan/Penggarapan

Konsep dasar dari perancangan sepatu ini adalah untuk mengatasi masalah-masalah atau kekurangan-kekurangan yang ada pada sepatu diabetes yang ada di pasaran, yaitu model sepatu diabetes yang ada dipasaran



masih sangat terlihat tidak enak dipandang ketika dipakai beraktifitas diluar rumah. Bukan hanya itu, penulis-pun menemukan bahwa sepatu-sepatu yang ada dipasaran belum melindungi sepenuhnya kaki penderita diabetes. Seharusnya sepatu untuk penderita diabetes memilik material yang empuk dan dapat meminimalisir resiko terjadinya luka pada kaki penderita diabetes. Dan material yang digunakan untuk alas kaki penderita diabetes haruslah material yang lembut dan empuk dan lembut ketika bersentuhan dengan kulit. Atau dapat pula menggunakan material-material anti bakteri seperti serat bambu atau arang bambu pada bagian *upper* sepatu, agar memaksimalkan fungsi pengendalian perkembangan mikrobakteria ada alas kaki penderita diabetes.

Selanjutnya, sirkulasi udara pada alas kaki pengidap diabetes juga bukan sesuatu yg bisa dianggap remeh. Sirkulasi udara dalam alas kaki pengidap diabetes dapat berpengaruh kepada perkembangan mikrobakteria yang berada pada alas kaki yang dikenakan pengidap diabetes. Maka dari itu alas kaki pengidap diabetes harus memiliki sirkulasi yang baik, tidak terlalu ketat supaya jari-jari kaki tidak saling bergesek yang dapat mengakibatkan luka pada jari-jari yang disebabkan ruang sepatu yang cenderung kecil dan ketat. serta bantalan alas kaki yang tidak membuat penderita mengalami luka.

Dalam merancang tampilan luar dari sepatu ini sendiri, penulis merancang dengan

mempertimbangkan banyak aspek, antara lain bahwa kegiatan seorang penderita diabetes tidak hanya pergi ke kantor, kegiatan penderita diabetes tidak hanya berhenti sampai situ, penderita diabetes pun akan ada waktu-waktu tertentu dimana penderita diabetes pergi ke pesta, liburan dan kegiatan-kegiatan lainnya.

Dengan mempertimbangkan aspek tersebut, penulis pembuat sepatu diabetes yang memiliki tampilan semi-formal, agar sepatu ini dapat digunakan selain untuk pergi bekerja, namun dalam kegiatan sehari-hari juga. Bentuk dari sepatu ini sendiri adalah penggabungan antara sepatu pantofel dengan sepatu *sneakers*. yang dimana perpaduan ini penulis anggap dapat memberikan kesan bahwa sepatu ini adalah sepatu yang menghadirkan kesan formal namun tetap *sporty*, atau bisa kita sebut semi-formal.

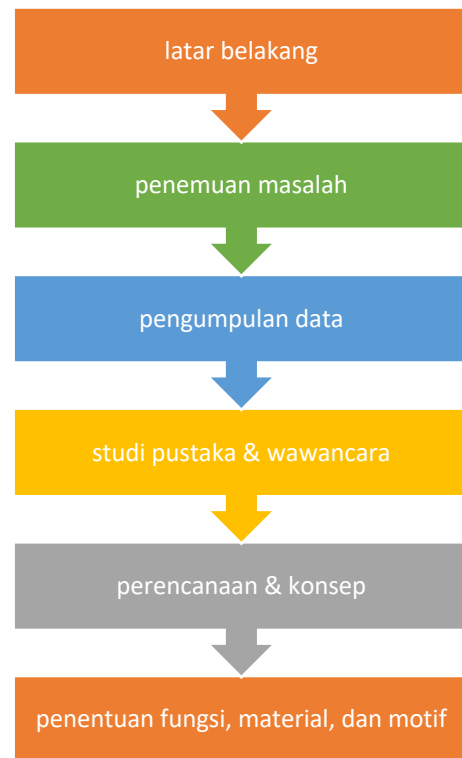
Pada penampakan bagian dalam dari sepatu ini sendiri dapat memberikan perlindungan yang optimal terhadap kaki penderita diabetes yang belum terdapat luka. Sepatu ini hadir sebagai respon terhadap kebutuhan kaki seorang penderita diabetes. Dimana pada kaki penderita diabetes akan mengalami suatu keadaan khusus yang biasa disebut sindrom kaki diabetes. Diabetes mellitus menyebabkan kadar glukosa darah menjadi tinggi sehingga seiring waktu dapat menyebabkan kerusakan saraf di kaki dan pembuluh darah perifer. Karena ini beberapa orang mungkin kehilangan sensasi pada kaki,

sementara yang lain mungkin mengembangkan bisul, luka dan infeksi. Kondisi ini disebut sindrom kaki diabetik dan merupakan salah satu konsekuensi diabetes mellitus. Gejala kaki diabetik adalah mati rasa, perubahan warna kulit, dan lain-lain. Perawatan sindrom kaki diabetik bervariasi tergantung pada keparahan gejala dan kondisi keseluruhan penderita.

Menyikapi hal ini, penulis membuat penyesuaian dalam perancangan sepatu yang penulis buat. Pada bagian alas sepatu dibuat rata atau datar, dan pada bagian samping kanan dan kiri sepatu ini dibuat sedikit melebar, hal ini dilakukan mengingat kaki manusia itu ada dua jenis yaitu, kaki normal dan kaki datar. Sehingga menjadikan penulis membuat alas sepatu yang datar agar memberikan sensasi nyaman ketika menggunakan sepatu serta sepatu ini dapat digunakan oleh pemilik kaki normal dan kaki datar.

Pada bagaian bawah sepatu penulis membuat sebuah sistem sirkulasi udara yang berada pada bagian depan, kanan, kiri, belakang dan dibelakang. Sirkulais udara bermanfaat untuk menekan kelembapan di dalam sepatu agar bakteri tidak mudah berkembang biak.

### C. METODE/ PROSES PERANCANGAN



Gambar 5 skema proses perancangan

#### 1) Latar belakang

Pada tahap awal, penulis membuat latar belakang mengenai apa saja permasalahan yang muncul pada sepatu diabetes yang ada dipasaran.

#### 2) Pengumpulan data

Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi:

##### a. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun berbagai informasi yang relevan terkait dengan “objek penelitian” yang didapatkan melalui buku, jurnal penelitian, artikel, dan website. Dengan menggunakan teknik ini

peneliti diharapkan dapat menguasai teori dan konsep yang berkaitan dengan penelitian secara sah dan teruji data-datanya.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara dapat pula dilakukan melalui media-media tertentu, misalnya telepon, email, atau skype.

3) Perancangan dan konsep

Setelah penulis melakukan pengumpulan data, maka hal yang selanjutnya dilakukan penulis adalah perancangan desain sepatu diabetes. Adapun dalam perancangannya penulis mempertimbangkan 3 hal, yaitu:

a. Menentukan fungsi sepatu

Bagi penulis menentukan fungsi sepatu adalah langkah awal yang diperlukan dalam perancangan sebuah desain benda. Pada bagian ini penulis memakai fungsi utama sepatu yang adalah sebagai alas kaki.

b. Menentukan Material Sepatu.

Pemilihan material sepatu akan berpengaruh pada bentuk, kenyamanan pemakai (penderita diabetes). Maka dari itu penulis

melakukan riset tentang material apa yang tepat untuk sepatu diabetes.

c. Menentukan motif sepatu

Selanjutnya penulis lakukan adalah menentukan motif yang akan menjadi unsur keindahan sepatu

4) Skema Proses Produksi



Gambar 6 Skema Proses Produksi

a. Sketsa desain

Adalah sebuah proses, dimana penulis membuat rancangan sepatu diabetes versi penulis, yang dimana rancangan ini, menggunakan kekurangan-kekurangan yang ada pada sepatu-sepatu terdahulusebagai bahan pertimbangan dalam mendesain untuk membuat sepatu yang lebih baik.

## b. Desain alternative

Dalam membuat desain sepatu, penulis tidak hanya membuat satu desain, namun membuat banyak desain sebagai desain alternatif, yang bersumber dari hasil penelitian penulis. Kurang lebih penulis membuat 5 desain alternative.

## c. Sketsa final

Dari desain-desain alternative yang penulis buat, maka akan dipilih satu desain yang akan menjadi desain final yang akan menjadi rancangan dari sepatu yang akan dibuat.

## d. Produksi

Setelah menentukan desain final, maka penulis melanjutkan prosesnya ke tahap produksi. Dalam tahap ini, penulis memulai untuk menuangkan desain yang penulis buat ke dalam benda yang sebenarnya. Biasanya penulis akan menggunakan jasa orang-orang profesional dalam bidangnya.

## e. Karya desain

Setelah selesai menjalani proses produksi, maka sepatu yang penulis rancang dapat digunakan oleh orang-orang penderita diabetes.

## D. ULASAN KARYA

### 1. Desain Final

Setelah membuat beberapa sketsa alternatif, maka terpilihlah satu sketsa yang kemudian dijadikan modeling awal dari sepatu ini. Beberapa proses pembuatan sketsa berikut ini hasil proses digitalisasi sketsa konsep yang

telah terpilih yang telah di digitalisasi:



Gambar 7 tampak depan dan belakang



Gambar 8 tampak atas dan bawah



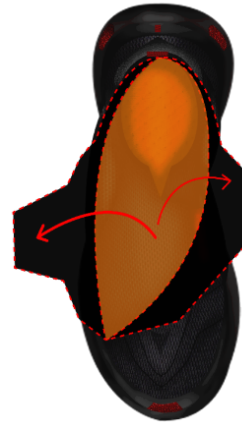
Gambar 9 tampak samping



Gambar 10 sepatu dari berbagai macam tampak



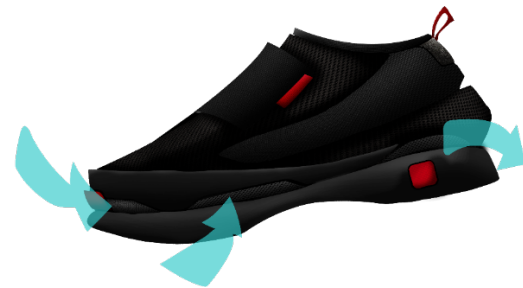
Gambar 11 render 3d



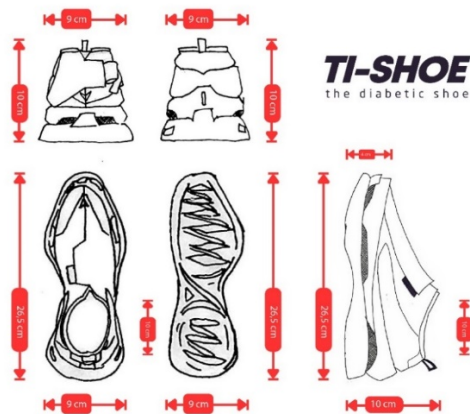
Gambar 6 bukaan pada sepatu



Gambar 12 gambar exploded



Gambar 7 sirkulasi udara pada sepatu

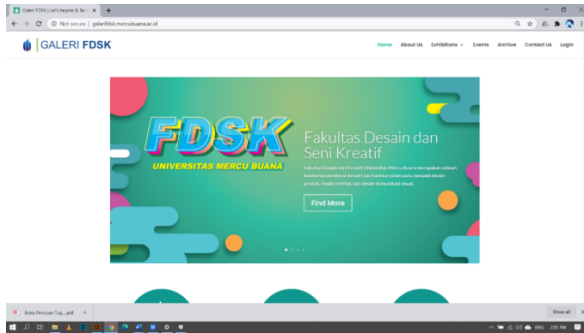


Gambar 13 gambar Teknik

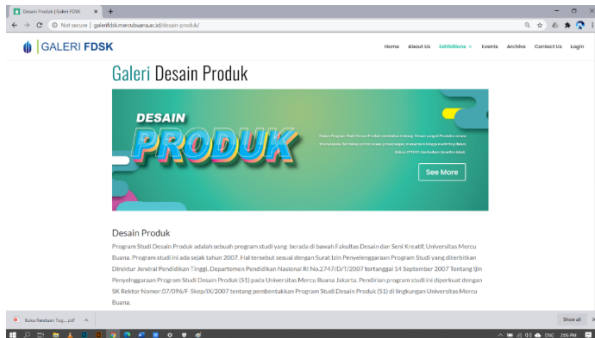
## 2. Konsep Pameran

Konsep pameran pada tahun ini berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang menyerang dunia, yang memaksa semua orang untuk bekerja, belajar dan beribadah dari rumah. Tidak terlepas kegiatan pameran tahun ini pun terkena imbasnya, dengan adanya larangan untuk berkumpul dan tidak keluar rumah jika tidak mendesak, maka pameran tugas akhir tahun ini dilaksanakan secara online melalui website [galerifdsk.mercubuana.ac.id](http://galerifdsk.mercubuana.ac.id). berikut beberapa tampilan pameran melalui website [galerifdsk.mercubuana.ac.id](http://galerifdsk.mercubuana.ac.id)

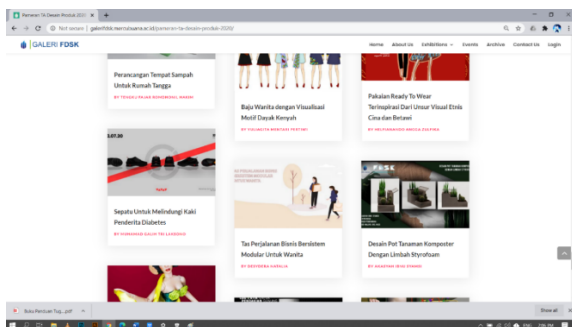




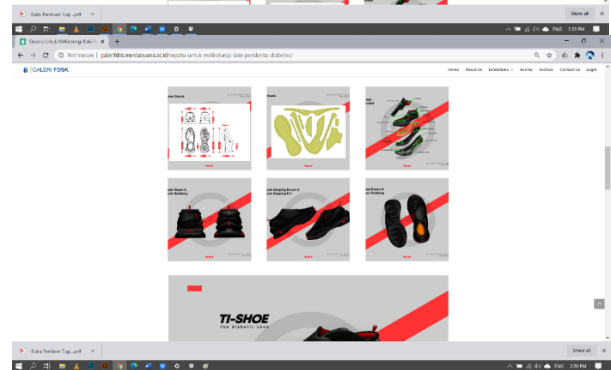
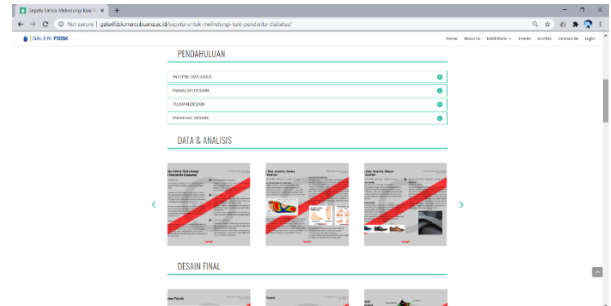
Gambar 14 tampilan awal website  
(Sumber: <http://galerifdsk.mercubuana.ac.id/>)



Gambar 15 tampilan awal pameran tugas akhir prodi desain produk  
(Sumber: <http://galerifdsk.mercubuana.ac.id/>)

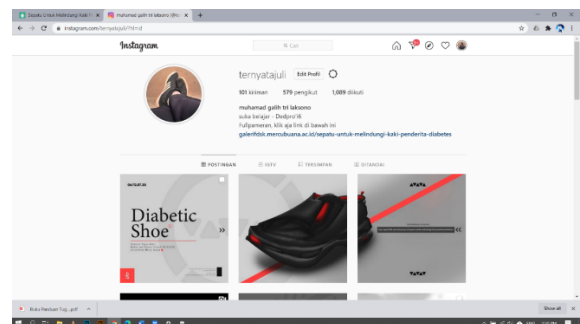


Gambar 16 tampilan awal pameran tugas akhir prodi desain produk  
(Sumber: <http://galerifdsk.mercubuana.ac.id/>)



Gambar 17 tampilan pameran tugas akhir penulis  
(Sumber: <http://galerifdsk.mercubuana.ac.id/>)

Adapun website [galerifdsk.mercubuana.ac.id](http://galerifdsk.mercubuana.ac.id) terhubung dengan platform lain, contohnya dengan Instagram. Sehingga pameran dilakukan lewat beberapa platform. berikut beberapa tampilan pameran melalui Instagram penulis.

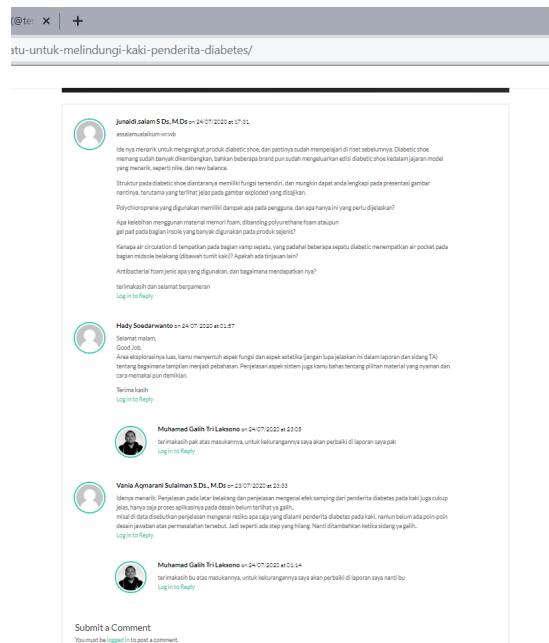


Gambar 18 tampilan pameran tugas akhir penulis diinstagram  
(Sumber: <https://www.instagram.com/ternyatajuli/?hl=id>)

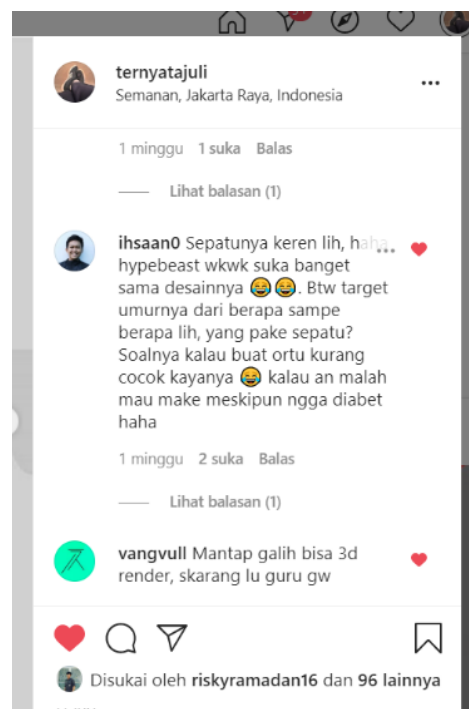
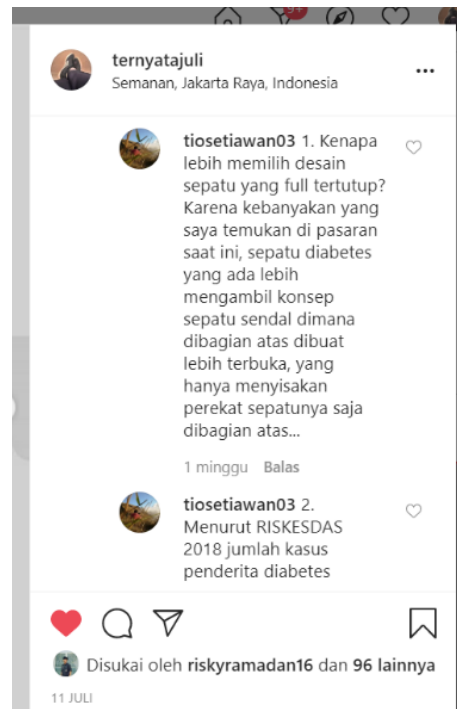
### 3. Respon Pengunjung

Walaupun pameran dilakukan secara online, namun para pengunjung pun masih dapat memberikan komentar terhadap produk yang penulis buat melalui kolom komentar,

berikut beberapa komentar dari beberapa dosen dan beberapa pengunjung pameran secara online melalui website galerifdsk.mercubuana.ac.id dan Instagram penulis.



Gambar 19 komentar dari beberapa dosen (Sumber: <http://galerifdsk.mercubuana.ac.id/sepatu-untuk-melindungi-kaki-penderita-diabetes/>)



Gambar 20 komentar dari pengunjung di Instagram (Sumber: <https://www.instagram.com/p/CCe5NDosGoA/>)

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Setelah melakukan perancangan ini, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yaitu, Kaki penderita bukanlah sebuah kaki seperti

manusia normal lainnya, namun yang membedakan ialah penurunan hormone insulin yang berdampak pada sistem sirkulasi tubuh manusia terhambat, sehingga mengakibatkan tubuh manusia yang menderita diabetes menjadi kekurangan nutrisi serta lambat dalam merespon impuls-impuls yang terjadi kepada tubuhnya.

Perancangan sepatu untuk penderita diabetes seharusnya memiliki material yang empuk dan dapat meminimalisir resiko terjadinya luka pada kaki penderita diabetes. Dan material yang digunakan untuk alas kaki penderita diabetes haruslah material yang lembut dan empuk seperti *Neuprene fabric*, *Charcoal Memory Foam*, *Thermo Plastic Rubber*, dan *Webbing nylon*.

Dalam merancang tampilan luar dari sepatu ini sendiri, penulis merancang dengan mempertimbangkan banyak aspek, anatara lain bahwa kegiatan seorang penderita diabetes tidak hanya pergi ke kantor, kegiatan penderita diabetes tidak hanya berhenti sampai situ, penderita diabetes pun akan ada waktu-waktu tertentu dimana penderita diabetes pergi ke pesta, liburan dan kegiatan-kegiatan lainnya.

## F. DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, A. P. (2020). “*Bagaimana Menemukan Alas Kaki yang Ideal untuk Kesehatan?*”. KOMPAS.COM, 4 Juni 2018. Diambil dari: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/06/04/213000120/bagaimana-menemukan-alas-kaki-yang-ideal-untuk-kesehatan-?page=all>

Asmaulroiqoh. (2015). *Pengertian Sepatu Kulit*. Wordpress, 14 Januari 2015. Diambil dari: <https://amanahsues.wordpress.com/2015/01/14/pengertian-sepatu-kulit/>

Emblem, A., & Emblem, H. (2012). *Plastics Properties For Packaging Materials*. United Kingdom: Woodhead Publishing Limited.

Klikdokter. Mencegah Luka Pada Pasien Diabetes. (31 Januari 2014). Diambil dari: <https://www.klikdokter.com/info-sehat/read/2859949/mencegah-luka-pada-pasien-diabetes>

Laksana, D. A. W. “Desain Produk Lanjut. Desain Produk, Pengertian Dan Ruang Lingkupnya” [repository] diambil dari: [https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/materi\\_1\\_DESAIN\\_PRODUK.pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/materi_1_DESAIN_PRODUK.pdf).

Marianti, D. (2018). *Diabetes*. Alodokter. Diambil dari: <https://www.alodokter.com/diabetes>

MASS4D®Prescription Orthotics. (2017). The Importance Of Optimal Plantar Pressure Displacement. MASS4D®, 1 Februari 2017. Diambil dari: <https://mass4d.com/blogs/clinicians-blog/the-importance-of-optimal-plantar-pressure-displacement>

MedExpert. (2019). *Diabetic Foot Syndrome*. Diambil dari: <http://www.medexpert.sg/en/medical-specialities/vascular-surgery/diabetic-foot/>

Noname. (2020). “*Memory foam*”. Wikimedia foundation. Diambil dari: [https://en.wikipedia.org/wiki/Memory\\_foam](https://en.wikipedia.org/wiki/Memory_foam)

Putri, T. O. “*Pentingnya Analisa Telapak Kaki*”. APKI. Diambil dari:

<https://www.apki.or.id/pentingnya-analisa-telapak-kaki/>

Strapworks. (2020). *Nylon Webbing*. Diambil dari: strapworks.com.

Simplifi-Fabric. (2010). “*Bamboo Charcoal*”. Diambil dari: <https://www.simplififabric.com/pages/bamboo-charcoal>

Seputar-Pengetahuan. “*Mekanisme adalah : 10 Pengertian Menurut Para Ahli*”. (2020, Maret). Diambil dari: <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/03/mekanisme-adalah.html>

Ulya. (2017). “*Pengertian Diabetes Mellitus Menurut Para Ahli*”. Ulya days handmade, 31 Maret 2017. Diambil dari: <https://ulyadays.com/pengertian-diabetes-mellitus/>

## **G. UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Bapak Hady Soedarwanto selaku Koordinator. Kepada Ibu Indah Fitriana Hapsari selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orangtua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan Desain Produk Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan riset tugas akhir ini.





# PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK “CERITA DARI”

Oleh:

**Hendra Saputra<sup>1</sup>,**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[need.hens@gmail.com](mailto:need.hens@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Nandang Wahyu A. B, S.Sn., M.Ikom<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[nandangwahyu@gmail.com](mailto:nandangwahyu@gmail.com)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

"Cerita Dari" adalah kampanye digital yang mengupayakan dalam pelestarian cerita rakyat Indonesia. Dalam Kampanye digital ini meliputi rancangan desain diberbagai platform social media seperti instagram, twitter, dan youtube. Rancangan desainnya sendiri pun dibuat sesuai strategi yang cocok untuk diterapkan dalam masing-masing platform sosial media, selain itu walaupun masing-masing platform memiliki startegi yang berbeda namun masing-masing platform ini masih berkesinambungan antara satu sama dengan yang lainnya yaitu mengkomunikasikan kampanye "Cerita Dari".

Perancangan ini akan mengikuti alur fase kampanye yang telah ditentukan, dari fase pertama yaitu "Campaign Introduction" menjelaskan pembuatan kampanye ini dari awal seperti logo, font, ornament, dan warna. Selanjutnya fase kedua yaitu "Communication Phase" fase dimana pengkomunikasian awal dari kampanye ini akan seperti apa dan memakai media apa saja. Terakhir fase "Maintaining Phase" fase dimana me-maintain komunikasi yang telah dibuat dengan melakukan suatu media utama yang dapat menarik perhatian audiens selama dalam periode waktu tertentu.

**Kata Kunci:** Kampanye, Cerita Rakyat, Digital, Ilustrasi.

## ABSTRACT

"Cerita Dari" is a digital campaign that strives to preserve Indonesian folklore. This digital campaign includes designs on various social media platforms such as Instagram, Twitter, and YouTube. The design of the structure itself is made according to a strategy that is suitable to be applied in each social media platform. Besides that, although each platform has a different plan, each of these platforms is still continuous with one another, namely communicating the "Cerita Dari" campaign.

This design will follow the flow of the campaign phase that has been determined, from the first phase, namely "Campaign Introduction," which explains the creation of this campaign from the beginning, such as logos, fonts, ornament, and colors. Then the second phase is the "Communication Phase" phase, where the initial communication of this campaign will be like and using any media. The last phase is the "Maintaining Phase," the phase where you maintain the communication made by doing the main media that can attract the audience's attention for a certain period.

**Keywords:** Campaign, Folklores, Digital, Illustration.

**Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

*Received: August 29<sup>th</sup>, 2020*

*Revised: October 29<sup>th</sup>, 2020*

*Accepted: November 4<sup>th</sup>, 2020*

---

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Indonesia memiliki keberagaman budaya dari Sabang sampai Merauke. Ragam budaya yang terdiri itu sendiri seperti lagu daerah, baju adat daerah, dan salah satunya lagi yaitu cerita rakyat. Anne Veronica H (2018:1) menyatakan bahwa seiring berkembangnya zaman, cerita rakyat tidak lagi banyak dikenal pada kalangan masyarakat terutama anak-anak di zaman modern ini, orang tua tidak lagi menceritakan cerita rakyat kepada anak-anak layaknya yang dilakukan oleh nenek moyang secara turun temurun ataupun membelikannya buku cerita rakyat dan membacakannya kepada sang anak.

Dilihat seiring perkembangan zaman, generasi Z dan A sendiri akan menjadi generasi yang akan sangat terbiasa dalam hal yang berbau teknologi dibandingkan generasi X dikarenakan perkembangan teknologi telah jauh lebih canggih bagi generasi Z dan A pada masa pertumbuhannya dibandingkan generasi X dan generasi sebelumnya yang justru bertumbuh seiring berkembangnya teknologi itu sendiri.

Laporan perancangan ini diberikan judul “Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Digital Pelestarian Cerita Rakyat Indonesia Pada Anak “Cerita Dari”, karena seperti yang diketahui bahwa cerita rakyat Indonesia sudah banyak dilupakan dan tidak diketahui oleh orang-orang terutama anak-

anak dari generasi saat ini. Dalam perancangan ini perancang menggunakan metode kampanye digital sebagaimana diketahui bahwa sebagian besar anak-anak dan masyarakat generasi saat ini sangat dekat dengan dunia internet.

### 2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana desain yang baik yang dapat diterapkan dalam kampanye digital ini?
- 2) Bagaimana alur penyampaian komunikasi kampanye digital dapat diadaptasikan dengan baik?
- 3) Bagaimana memilih fitur yang tepat dari berbagai *social media* yang ada?

### 3. Orisinilitas

Animasi yang dibuat dalam usaha kampanye pelestarian Cerita Rakyat Indonesia ini ditujukan kepada anak-anak generasi saat ini maupun anak-anak pada generasi yang akan ada selanjutnya. Fokus utama pesan yang ingin disampaikan dalam animasi ini adalah menginformasikan tentang cerita rakyat Indonesia kepada anak-anak generasi saat ini dan mengingatkan kembali tentang banyaknya cerita rakyat Indonesia kepada orang-orang pada generasi sebelumnya sehingga keberadaan cerita rakyat Indonesia dapat terus terlestarikan disetiap generasinya.

Penyampaian ini digunakan dengan cara pembuatan sebuah video *series* dalam *channel Youtube* yang berisikan sebuah penceritaan kembali suatu cerita rakyat Indonesia dengan teknik animasi *illustrasi*

dari cerita rakyat Indonesia yang dipadukan dengan sebuah *Voice Over*. Dalam proses mempertahankan *awereness* dari *series* yang akan dirancang, perancangan akan membuat sebuah konten di *social media Instagram* dan *Twitter*.

#### 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Tujuan dari perancangan ini yaitu dapat melestarikan cerita rakyat Indonesia kepada setiap generasi yang akan muncul terus menerus, selain itu dapat mengingatkan kembali orang-orang dari generasi sebelumnya akan cerita rakyat Indonesia.
- 2) Manfaat dari perancangan ini yaitu sebagai media penghantar orang-orang generasi saat ini maupun sebelumnya untuk memiliki rasa ingin tahu terhadap cerita-cerita rakyat yang ada di Indonesia.

### B. KONSEP PERANCANGAN

#### 1. Kajian Sumber Perancangan

Menurut Pew Research pada tahun 1995, ketika generasi Z yang pertama dilahirkan, hanya 14% orang dewasa di AS yang mempunyai akses terhadap internet. Pada tahun 2014 angka itu berubah menjadi 87%. Dengan mengetahui kedekatan gadget dengan anak-anak dari generasi saat ini sejak dini maka mereka akan menjadi pribadi yang pemikirannya akan jauh lebih luas dari pada umur mereka. Dikarenakan banyaknya informasi yang telah mereka temukan dari ataupun selain dari adanya gadget, maka dari

itu penulis menyimpulkan bahwa pemikiran informasi yang luas akan sangat mudah dijangkau dan dipahami oleh anak-anak generasi Z dan A.

#### 2. Landasan Perancangan

Setiap perancangannya suatu karya tidak akan pernah lepas dari peran penting komunikasi yang akan disampaikan oleh perancang tersebut, terutama pada proses kampanye yang dirancang dalam perancangan ini. Dalam kajianpustaka.com (2019) dapat diketahui bahwa kampanye merupakan suatu kegiatan penyampaian informasi yang sudah terencana dan bertujuan untuk mendidik, meyakinkan, mempengaruhi suatu individu atau golongan masyarakat untuk memenuhi target dalam satuan waktu tertentu.

Media sosial ada sesuatu yang tidak asing lagi didengar oleh banyak orang-orang yang hidup pada jaman sekarang. *Channel* media sosial saat ini dapat dikelola dengan baik sampai berbagai kiat untuk mencari uang atau menggunakan *channel* ini sebagai pendukung kegiatan *digital marketing*. Pada *website* getcraft.com (2018) dijelaskan bahwa dalam penggunaan media sosial ada beberapa hal yang penting diperhatikan pengguna terkait *channel* media sosial apa yang akan digunakan:

- 1) Identifikasi secara jelas, siapa audiens yang dituju, dan apakah mereka seorang pengguna aktif dalam hal media sosial yang dipilih.

- 2) Mengetahui *behaviour* mereka pada *channel* tersebut, apakah mereka suka berkomentar, atau lebih suka membagikan konten tertentu.
- 3) Tentukan apa yang ingin dicapai dari aktifitas pemasaran yang dilakukan pada media sosial tersebut dan apa tolak ukur dari titik pencapaian tersebut. Hal ini berguna untuk mengetahui efektivitas dari penggunaan media sosial ini.

Animasi dua dimensi (2D) adalah teknik pembuatan animasi dengan menggunakan gambar bersumbu (*axis*) dua yaitu X dan Y. Semua *frame* dalam animasi digambar satu per satu, diawali dengan membuat *key drawing* lalu menyisipkan gambar *inbetween* masih berupa sketsa kasar. tahapan selanjutnya adalah melakukan *clean up*, dengan cara menggambar ulang untuk menjadikannya hasil gambaran akhir yang akan dapat bergerak.

Gambar ilustrasi adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan yang ada. Menurut Alan Male (2007:19), ilustrasi mempengaruhi cara kita menginformasikan apa yang kita beli dan bagaimana kita dibujuk untuk melakukan suatu hal. Hal tersebut memberikan pendapat dan komentar. Ilustrasi memberikan kami hiburan dan menceritakan kisah-kisah. Ilustrasi merupakan suatu gambaran pada sebuah

kehidupan dalam bentuk lukisan, gambaran, kartun, ukiran.

Menurut Cullinan yang terdapat dalam jurnal Ambarwati (2015), dikemukakan bahwa klasifikasi buku cerita bergambar didasarkan pada formatnya, yakni cerita bergambar menghadirkan cerita melalui kombinasi unik antara teks dan ilustrasi sehingga makna yang disampaikan dalam teks diperluas oleh ilustrasi. Seiring perkembangan usia dan kemampuan kognitif, sosial dan moral anak-anak. Mereka mulai melihat keluarga, teman-teman, sekolah dan lingkungan sekitar menjadi bagian integral dari relasi timbal balik dari kehidupan mereka sendiri.

### 3. Tema/ide

Pada dasarnya perancangan komunikasi visual kampanye digital “Cerita Dari” ini termasuk lingkungan non-fisik, yaitu sebagai media pelestarian dari cerita rakyat Indonesia yang ada. Cara pelestariannya sendiri pun dengan membuat konten informasi di media sosial yang berisikan tentang informasi cerita rakyat Indonesia. Penerapan ini dilakukan sehingga perancangan yang dibuat dapat dekat dengan kebiasaan dari target audiens yang sangat dekat dengan teknologi.

### 4. Konsep Perwujudann

Kampanye digital “Cerita Dari” ini menyediakan beberapa media informasi tentang cerita rakyat Indonesia sesuai dengan *platform social media* yang diitujukan. Penyampaiannya sendiri dapat langsung

diakses dengan mudah oleh audiens dikarenakan *platform* ini sudah sangat *mainstream* digunakan oleh kalangan masyarakat generasi saat ini dari anak-anak sampai orang dewasa pun tahu tentang *platform social media* ini. Dalam pelaksanaannya konten kampanye digital ini dapat dibaca, dilihat, maupun dijadikan interaksi secara langsung oleh audiens.

### C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Kampanye digital “Cerita Dari” adalah kampanye digital yang dibuat dengan tujuan melestarikan salah satu kebudayaan asli Indonesia yaitu cerita rakyat Indonesia. “Cerita Dari” ini adalah sebuah *key message* yang digunakan dalam kampanye ini dan kemudian dijadikan logo dalam kampanye ini juga.



Gambar 1. Logo Kampanye Digital “Cerita Dari”

Perancangan kampanye digital ini akan mengikuti alur fase kampanye yang telah ditentukan, fase pertama yaitu “*Campaign Introduction*” menjelaskan pembuatan

kampanye ini dari awal seperti logo, tipografi, ornamen, dan warna. Selanjutnya fase kedua yaitu “*Communication Phase*” fase pengkomunikasian awal dari kampanye digital ini akan seperti apa dan memakai media apa saja. Terakhir fase “*Maintaining Phase*” fase dimana bagaimana cara mempertahankan komunikasi yang telah dibuat dengan melakukan suatu media utama yang dapat menarik perhatian audiens selama dalam periode waktu tertentu.



Gambar 2. Hasil Desain pada *Platform Instagram*

Dalam kampanye digital “Cerita Dari” ini cara penyebarannya, media yang dipilih adalah media konten yang diunggah ke berbagai *platform* digital yang telah dipilih. *Platform* pertama yang dipilih yaitu *Instagram* dimana target audiens akan disuguhkan dengan konten informasi tentang cerita rakyat Indonesia. Konten tersebut ini sendiri terbagi menjadi:

- 1) Konten “Cerita dari”

Konten yang membahas tentang asal dari mana suatu cerita rakyat itu berada.

- 2) Konten *Engagement*

Konten yang dibuat dengan tujuan adanya interaksi dengan audiens



melalui fitur komentar ataupun membagikan.

### 3) Konten *General*

Konten yang dibuat berupa sebuah bukti untuk memberikan awereness seperti penginformasian moral yang terdapat dari suatu cerita rakyat Indonesia.

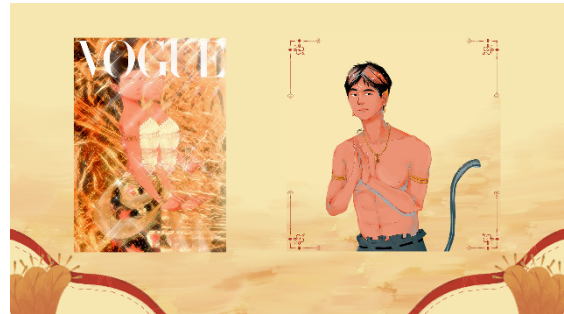
Selain konten informasi sendiri dalam *platform Instagram* kampanye digital ini memanfaatkan fitur dari *Instagram* sendiri yaitu *Instagram Filter*. Fitur ini digunakan untuk dengan cara merekam diri sendiri dengan *filter* buatan dari kampanye digital “Cerita Dari”, yang kemudian bisa dibagikan melalui fitur *Instagram Story*.



Gambar 3. Hasil Desain filter pada *Platform Instagram*

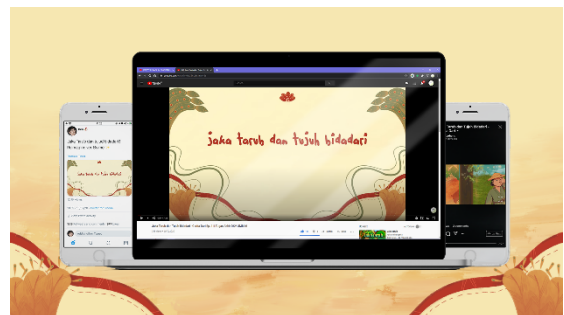
Pembuatan *Instagram Filter* dilakukan dengan konsep quiz tebak-tebakan yang bertujuan agar audiens mengingat kembali cerita rakyat apa saja menjadi jawaban dari karakter cerita rakyat yang disebutkan dalam pertanyaan. Dalam hal desainnya *Instagram Filter* dibuat dengan mengikuti ornamen dari objek-objek kebudayaan asli Indonesia. Pembuatan *Instagram Filter ini* sendiri dilakukan dengan pemanfaatan metode

*Augmented Reality* yang didukung pada aplikasi buatan *Facebook* yaitu *Spark AR*.



Gambar 4. Hasil Desain pada *Platform Twitter*

Selanjutnya *platform* kedua yang digunakan yaitu *Twitter* yang digunakan sebagai media komunikasi tambahan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Konten yang ada di *Twitter* sendiri berupa konten *Trendjacking*, yaitu konten yang memanfaatkan isi konten dipadukan dengan *trend* yang sedang populer di *platform* tersebut.



Gambar 5. Hasil Desain pada *Platform Youtube*

*Platform* terakhir yang digunakan yaitu *Youtube*. Penggunaan *Youtube* digunakan dalam menggunggah media utama dalam mempertahankan komunikasi yang dibuat. Sehingga akan ada animasi dari suatu cerita rakyat yang akan ditampilkan setiap bulannya. Animasi pertama yang akan ditampilkan dan menjadi perdana dalam mempertahankan komunikasi ini yaitu animasi dari cerita rakyat

yang berasal dari Jawa Tengah yaitu Jaka Tarub dan Tujuh Bidadari.

Animasi Jaka Tarub dan Tujuh Bidadari ini dibuat dengan skala 16:9 atau setara dengan 1920px x 1080px. Animasi ini dibuat dengan format video Mp4 dengan gaya ilustrasi yang sama dengan ilustrasi yang digunakan dalam kampanye digital “Cerita Dari” ini. Animasi ini juga dilengkapi dengan menggunakan *voice over* dengan naskah cerita dari Jaka Tarub dan Tujuh Bidadari. Selain itu terdapat *background* yang khas dari lantunan-lantunan musik tradisional khas Indonesia.

Konsep proteksi karya pada kampanye digital “Cerita Dari” ini dengan memberikan logo dalam desain konten instagram, untuk media lainnya proteksi memanfaatkan ciri khas dari desain kampanye digital ini seperti warna, tipografi, dan gaya ilustrasi yang telah dipakai.

#### D. ULASAN KARYA DESAIN



Gambar 6. Hasil Desain Kampanye Digital “Cerita Dari”

Kampanye digital “Cerita Dari” adalah kampanye digital yang dibuat dengan tujuan melestarikan salah satu kebudayaan asli Indonesia yaitu cerita rakyat Indonesia. Perancangan kampanye digital ini akan mengikuti alur fase kampanye yang telah

ditentukan, fase pertama yaitu “*Campaign Introduction*” menjelaskan pembuatan kampanye ini dari awal seperti logo, tipografi, ornamen, dan warna. Selanjutnya fase kedua yaitu “*Communication Phase*” fase pengkomunikasian awal dari kampanye digital ini akan seperti apa dan memakai media apa saja. Terakhir fase “*Maintaining Phase*” fase dimana bagaimana cara mempertahankan komunikasi yang telah dibuat dengan melakukan suatu media utama yang dapat menarik perhatian audiens selama dalam periode waktu tertentu.

Dalam kampanye digital “Cerita Dari” ini media yang dipilih adalah media konten yang diunggah ke berbagai *platform* digital yang telah dipilih. *Platform* pertama yang dipilih yaitu *Instagram* dimana target audiens akan disuguhkan dengan konten informasi tentang cerita rakyat Indonesia.

Selanjutnya *platform* kedua yang digunakan yaitu *Twitter* yang digunakan sebagai media komunikasi tambahan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Konten yang ada di *Twitter* sendiri berupa konten *Trendjacking*, yaitu konten yang memanfaatkan isi konten dipadukan dengan *trend* yang sedang populer di *platform* tersebut.

*Platform* terakhir yang digunakan yaitu *Youtube* dimana akan ada animasi cerita rakyat yang diunggah selama setiap bulannya untuk mempertahankan komunikasi yang dibuat dalam kampanye digital “Cerita Dari” ini. Ketiga *platform* ini dapat dipahami oleh

audiens dikarenakan penyampaiannya yang *fleksible* di berbagai *platform* yang biasa dibuka atau digunakan oleh audiens yang dituju.

Kegiatan uji desain sebagai upaya pendekatan kepada audiens dilaksanakan melalui publikasi karya pameran tugas akhir yang dilakukan daring di *website galerifdsk.mercubuana.ac.id*. Pameran daring ini dilaksanakan bersama-sama oleh seluruh mahasiswa Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK) UMB. Untuk mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) sendiri terdapat tema pameran tersendiri yang bernama "Jumpa Maya.". Kegiatan pameran daring mahasiswa DKV ini dilaksanakan dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 7. Poster Pameran Karya

Tema atau nama dari pameran daring ini ialah "Jumpa Maya." Yang dilaksanakan pada hari Selasa – Senin, 14 – 20 Juli 2020 pada *website*:  
"galerifdsk.mercubuana.ac.id/pameran-ta-desain-komunikasi-visual-2020".

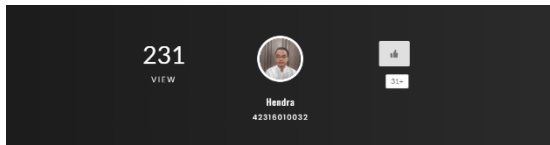
Pameran daring "Jumpa Maya." Ini memiliki makna Jumpa suatu pertemuan maya hanya tampaknya ada, tetapi nyatanya tidak ada; hanya ada dalam angan-angan. Nama ini terinspirasi dari bagaimana cara pelaksanaan pameran tugas akhir ini secara daring dengan mempertemukan hasil karya-karya mahasiswa DKV UMB dengan para audiensnya berbasis daring. Selain itu pameran daring juga dilakukan dengan mengunggah masing masing karya ke halaman *Instagram* maupun *platform* media sosial lainnya yang telah dibuat masing-masing dari mahasiswa DKV UMB.



Gambar 8. Screenshot laman *website* pameran

Gambar yang tertera di atas merupakan hasil *website* yang digunakan sebagai *platform* pameran daring ini yang dibuat oleh pihak UMB. *Website* ini sendiri dapat diakses oleh semua orang yang mempunyai link ataupun mencari lewat *search engine* seperti *Google*. Untuk penampilannya sendiri masing-masing mahasiswa memiliki halamannya sendiri dengan tampilan yang didesain sesuai keinginan dari mahasiswa tersebut. Untuk mengapresiasi karya sendiri, seluruh mahasiswa pameran daring DKV ini menyediakan sebuah *link form feedback* yang

dapat diakses di akhir halaman *website* masing-masing mahasiswa pameran. Dalam halamannya sendiri pun mahasiswa dapat melihat berapa orang yang telah melihat halaman pameran mereka dan berapa jumlah *Likes* yang telah mereka dapat.



Gambar 9. *Website Insight*

## E. KESIMPULAN

### 1. Kesimpulan

Hasil perancangan dari kampanye digital “Cerita Dari” ini dapat diketahui bahwa hasil perancangan mendapatkan respon yang sangat baik terhadap niad dan tujuan dari kampanye ini yaitu melestarikan kebudayaan asli Indonesia yaitu cerita rakyat. Responnya sendiri dari anak-anak suka dengan animasi dari cerita rakyat yang disediakan, selain itu orang yang mengurus atau ibu dari anak itu menganggap memang cerita rakyat itu penting bagi anak untuk mengetahui nilai-nilai moral kehidupan yang ada. Dari masyarakat generasi Y ataupun Z yang notabennya berstatus remaja dan orang dewasa merasa bahwa mereka lupa tentang banyaknya cerita rakyat yang ada di Indonesia, ketika melihat (Mengetahui) adanya kampanye ini merasa dapat mencari tahu lebih lanjut tentang cerita rakyat lainnya yang ada di Indonesia.

Dalam segi desain sendiri seperti warna, tipografi, maupun ornamen yang dipakai diketahui sangat cocok untuk

diterapkan dalam kampanye digital “Cerita Dari” ini, walaupun dalam segi irama desain secara keseluruhan masih bisa diperbaiki lagi dan dibuat secara harmonis lagi. Pada bagian animasi sendiri dari segi ilustrasi dan animasi diketahui banyak audiens yang sudah menyukainya, namun ada beberapa audiens yang menganggap bahwa untuk animasinya sendiri dapat dibuat lebih menarik dan interaktif lagi sehingga lebih disukai lagi oleh banyak orang.

### 2. Saran

Saran dari perancang untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut terkait cerita dari cerita-cerita rakyat di Indonesia agar kebudayaan yang ada dapat lebih ditonjolkan, kemudian penggunaan animasi yang lebih kompleks dapat diterapkan supaya lebih menarik perhatian audiens lebih lagi.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Aswan, R. (2018). Kajian Strategi Visual Pada Media Promosi Motion Graphic Stasiun Penyedia Listrik Umum (SPLU). *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 5(2). 249-273
- Ayuningrum, F. (2012). “Pengembangan Media Video Pembelajaran Untuk Siswa Kelas X pada Kompetensi Mengolah Soup Kontinental di SMKN 2 Godean”. [Skripsi] Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Feist, J., & Gregory, J. Feist. (2010). *Teori Kepribadian*. Jakarta: Selemba.
- Hadi, P, A. (2018). Perancangan Aplikasi Informasi Multimedia Tanaman Buah Kebun Bogor Dengan Augmented Reality. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 5(3). 443-458
- Hafied, C. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Hartini, A. S., Sasmiati, & Riswandi. (2016). Hubungan Penggunaan Media Pembelajaran Dengan Aktivitas Bereksplorasi Pada Anak Usia Dini di PAUD Permata Bunda Lampung Tengah. *Jurnal Pendidikan Anak* 2(1).
- Muanty, Y. P. (2011). Perancangan Buku Cerita Bergambar “Penyesalan Pak Toha” dalam Upaya Menumbuhkan Kesadaran Pelestarian Hutan bagi Anak-Anak. [Skripsi] Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Musnur, I & Amelia, V (2020). Analisis Kebutuhan Strategi Komunikasi Visual Kampanye Pelestarian Kesenian Ondel-Ondel Betawi. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 7(2). 189-204.
- Rizallun, F., Ahdi, S., & Pebriyeni, E. (2018). Perancangan Buku Cerita Bergambar Anggun Nan Tongga (Cerita Rakyat Pariaman). *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1).
- Stillman, D. & Stillman, J. (2017). Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumardianta, J. & Wahyu, K. A.W. (2018). *Mendidik Generasi Z dan A*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jogjakarta: Jalasutra.
2. Pak Nandang Wahyu A.B, S. Sn, M. Ikom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penulisan laporan ini,
  3. Band DAY6 yang selalu memberikan *support* moral dengan lagu-lagunya,
  4. Grup “Nug-nug” yaitu Reyhan dan Oi yang selalu menghibur ketika sedang pusing memikirkan perancangan.
  5. Grup “Calon Sarjana” yaitu Arby, Ilham, Intan, Imam, Wilna, Ari dan Tsabit yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan laporan perancangannya masing-masing,
  6. Rekan kerja dari PT. Bounce Indonesia terutama Ci Dina dan Ci Fena yang telah banyak memberikan kritik maupun saran terhadap proses perancangan ini,
  7. Teman daring say di Twitter yang sering menyemangati saya ketika sedang pusing mengerjakan perancangan ini,
  8. Serta teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkansatu persatu.

## G. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhana wa Ta’ala karena dengan izinnya Laporan Perancangan ini dapat terselesaikan dengan lancar. Selain ituterdapat pihak yang membantu penulis dalam penyelesaian Laporan Perancangan ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua serta keluarga yang selalu mendukung saya baik materil maupun non-materil,



# PERANCANGAN VISUAL ILUSTRASI PADA BUKU NOVEL “MAHAKURAWA 1: CAKRA MANGGILINGAN”

Oleh:

**Mohammad Algie Eka Saputra<sup>1</sup>**

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[algiesaputra@gmail.com](mailto:algiesaputra@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Wilsa Pratiwi, M.Sn<sup>2</sup>**

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[wilsapратиwi@gmail.com](mailto:wilsapратиwi@gmail.com)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Mahakurawa adalah novel yang menceritakan epos Mahabharata melalui sudut pandang Kurawa. Mahakurawa mempertanyakan apa yang baik dan apa yang jahat dan siapa sejatinya pemenang Bharatayuda. Mahabharata mengajarkan banyak sekali nilai – nilai kemanusiaan di dalamnya. Nilai-nilai yang terkandung dalam kisah Mahabharata sedikitnya cukup untuk dipelajari dan dipahami. Permasalahan modern yang relevan dengan hal ini adalah kurangnya minat baca remaja Indonesia. Upaya dalam peningkatan minat baca pada generasi muda adalah diperlukannya suatu media yang dapat menggambarkan konsep fisik secara visual. Tujuan utama perancangan visual ilustrasi novel “Mahakurawa: Cakra Manggilingan” ini adalah sebagai media komunikasi yang dikemas dengan cara memvisualisasikan narasi cerita yang terkandung dalam buku novel tersebut agar dapat memperjelas isi dan pemaknaan cerita. Diharapkannya karya visual ilustrasi yang melengkapi buku novel “Mahakurawa: Cakra Manggilingan” dapat memudahkan para pembaca untuk memahami dan mempelajari nilai-nilai cerita dan budaya yang terkandung dalam novel tersebut.

**Kata Kunci:** mahabharata, novel, ilustrasi, ilustrasi novel

## ABSTRACT

*Mahakurawa is a novel that tells the epic of Mahabharata through Kurawa's perspective. Mahakurawa questioned what is right and what is evil and who is the real winner of Bharatayuda. Mahabharata teaches a lot of human values in it. The values contained in the Mahabharata story are at least sufficient to be learned and understood. A modern problem relevant to this is the lack of interest in reading Indonesian youth. Efforts to increase reading interest in the younger generation are the need for a medium that can visualize physical concepts. The main purpose of visual illustration design for the novel "Mahakurawa: Cakra Malingingan" is as a communication medium that is packaged by visualizing the narrative of the story contained in the novel in order to clarify the content and meaning of the story. It is hoped that the visual illustration works that complement the novel "Mahakurawa: Cakra Manggilingan" can make it easier for readers to understand and learn the values of stories and culture contained in the novel's book.*

**Keywords:** mahabharata, novel, illustration, novel illustration

**Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

*Received: August 26<sup>th</sup>, 2020*

*Revised: October 30<sup>th</sup>, 2020*

*Accepted: November 9<sup>th</sup>, 2020*

---

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Mahabharata berasal dari kata Maha yang berarti “Besar” dan kata Bharata yang berarti “Bangsa Bharata”. Pujangga Panini menyebut mahabharata sebagai “Kisah Pertempuran Besar Bangsa Bharata” (Nyoman S. 2003. ). Mahabharata, epos terbesar sepanjang masa, sering kali dipahami sebagai cerita tentang kebaikan (Pandawa) melawan kejahatan (Kurawa). Di India, terdapat 1.260 versi Mahabharata. Di jagat pewayangan, ceritanya pun sangat beragam. Kisah pewayangan yang dipercaya sebagai dramatisasi kejadian nyata, tentu mengalami banyak perubahan ketika diadopsi oleh Wali Sembilan sebagai alat dakwah hingga sekarang, yang menjadi kekayaan budaya sekaligus komoditas hiburan masyarakat di tangan para dalang (wayang kulit) atau sutradara (wayang wong). Disini ditemukan kaitan antara kebudayaan antara India dan juga Indonesia. Meskipun demikian, ada satu hal yang tidak berubah: tokoh protagonis dan antagonisnya, siapa pahlawan dan siapa penjahatnya. Pada Mahabharata, Kurawa adalah simbol kebengisan, antitesis dari Pandawa yang merupakan pembawa kebajikan.

Mahabharata telah banyak diangkat melalui beragam media termasuk sinema/film dan juga buku novel dengan mengangkat salah satu atau gabungan dari beberapa versi. Salah satu buku novel yang

mengangkat kisah Mahabharata adalah novel Mahakurawa. Novel yang ditulis oleh Anand Neelakantan ini menceritakan epos Mahabharata melalui sudut pandang Kurawa, sudut pandang tokoh-tokoh yang dianggap jahat seperti Duryudana, Aswatama, dan Sengkuni, pun yang tertindas dan terlunta seperti Ekalaya, Karna, dan Jara. Mahakurawa mempertanyakan apa yang baik dan apa yang jahat dan siapa sejatinya pemenang Bharatayuda. Seperti yang disebutkan penulis dalam pengantar Mahakurawa, sekelompok masyarakat di salah satu wilayah di India justru membuat perayaan tersendiri bagi salah satu tokoh utama yang selama ini terkenal jahat dan bengis yakni Duryudana dan telah berlangsung berabad-abad lamanya. Mahakurawa sebagaimana epos Mahabharata, mengajarkan banyak sekali nilai – nilai kemanusiaan di dalamnya, demikian juga mengajarkan arti kejujuran, kebijaksanaan dan tanggung jawab.

Nilai-nilai yang terkandung dalam kisah Mahabharata terutama dalam novel Mahakurawa, sedikitnya cukup menarik untuk dipelajari dan dipahami terutama oleh generasi muda. Epos yang memiliki kaitan erat dengan kebudayaan lokal ini perlahan terlupakan seiring dengan berkembangnya zaman. Berdasarkan hal tersebut, permasalahan modern yang relevan dengan ini adalah rendahnya minat baca kalangan muda Indonesia. Berdasarkan riset yang

dilakukan oleh Central Connecticut State University pada Maret 2016 lalu, Indonesia dinyatakan menduduki peringkat ke-60 dari 61 negara perihal minat membaca. Upaya dalam meningkatkan minat baca pada generasi muda salah satunya adalah diperlukannya suatu media yang dapat menggambarkan konsep fisik secara visual. Sebagaimana menurut Artini Kusmiati R (1999:85-86) Visualisasi adalah cara atau sarana yang paling tepat untuk membuat sesuatu yang abstrak menjadi lebih jelas. Penampilan secara visual selalu mampu menarik emosi pembaca dan dapat menolong seseorang untuk menganalisa, merencanakan dan memutuskan suatu problema, kemudian mengkhayalkannya pada kejadian sebenarnya.

## 2. Rumusan Masalah

Novel memiliki beberapa elemen penunjang yang menjadikannya menarik dan lebih mudah untuk dipahami pembaca. Penggunaan ilustrasi dalam karya sastra terutama dalam hal ini novel, dapat dikatakan adalah sebagai gabungan dari format yang akhir-akhir ini cukup dikenal oleh masyarakat. Ilustrasi dalam buku novel berperan untuk memperjelas suatu teks atau narasi cerita yang terdapat didalam beberapa halaman kedalam bentuk visual. Sebagaimana menurut pendapat Sofyan (2017:232) Seni ilustrasi untuk karya sastra harus mengacu pada teks yang didampinginya. Epos Mahabharata dalam novel Mahakurawa

memiliki volume tulisan yang cukup tinggi. Volume tulisan ini selayaknya dapat ditampung dengan lebih efektif menggunakan media visual ilustrasi, dikarenakan novel adalah media yang cukup memberatkan ketergantungan pada teks, diharapkan visualisasi juga menjadi salah satu unsur penunjang bahan bacaan yang penting dan dapat memengaruhi keefektifan komunikasi.

Penggunaan media visual, terutama ilustrasi ini diharapkan dapat mengemas atau merepresentasikan setiap bagian cerita pada novel Mahakurawa (kisah Mahabharata dari sudut pandang Kurawa) agar lebih menarik dimata masyarakat terutama generasi muda. Dengan demikian, minat untuk mempelajari nilai-nilai yang terkandung dalam kisah tersebut dapat lebih ditingkatkan dan juga dapat dipahami dengan baik oleh para pembaca

## 3. Orisinilitas

Perancangan visual ilustrasi buku novel ini memiliki acuan penilaian komunikasi pada penggunaan seni ilustrasi terhadap karya sastra yang tercantum dalam buku Seni Ilustrasi karya Sofyan Salam (2017). Penggunaan gaya ilustrasi yang disesuaikan dengan target pasar yakni generasi muda cenderung terkesan tidak kaku dan bersifat subyektif-imajinatif. Tujuan ilustrasi disini adalah sebagai pendamping teks dan juga sebagai penunjang keefektifan komunikasi yang terdapat pada teks cerita atau narasi

sehingga dapat mempermudah pemahaman bagi para pembaca.

Dalam merancang ide visual, terdapat beberapa buku yang menjadi referensi penulis dalam proses perancangan visual ilustrasi, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Perancangan Buku Ilustrasi Bung Tomo DKV Binus



Gambar 1. Perancangan Buku Ilustrasi Bung Tomo DKV Binus  
(Sumber :  
<https://dkv.binus.ac.id/2016/07/20/tugas-akhir-perancangan-desain-komunikasi-visual-publikasi-buku-ilustrasi-bung-tomo-soerabaja-di-tahun-45/>)

- 2) Novel Bajak Laut dan Mahapatih



Gambar 2. Novel Bajak Laut dan Mahapatih

Dari kedua buku diatas, penulis mendapat beberapa referensi mengenai bagaimana penggambaran ilustrasi buku novel yang akan melalui proses perancangan. Dengan visual ilustrasi menarik yang tetap berkesesuaian dengan narasi cerita dan targer pasar diharapkan dapat mempermudah pemahaman dan juga dapat diterima dengan baik oleh para pembaca.

#### 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Tujuan utama perancangan visual ilustrasi novel “Mahakurawa: Cakra Manggilingan” ini adalah sebagai media komunikasi yang dikemas dengan cara memvisualisasikan narasi cerita dalam buku novel tersebut agar dapat memperjelas isi dan pemaknaan cerita.
- 2) Manfaat dari proses perancangan ini adalah diharapkan karya visual ilustrasi yang melengkapi buku novel “Mahakurawa: Cakra Manggilingan” dapat memudahkan para pembaca untuk memahami dan mempelajari nilai-nilai cerita dan budaya yang terkandung dalam novel tersebut.

### B. KONSEP PERANCANGAN

#### 1. Kajian Sumber Perancangan

Adapun proses kajian pengumpulan data sebagai sumber perancangan yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi

Penulis melakukan observasi pada objek yakni buku novel Mahakurawa : Cakra Manggilingan untuk memilah bagian cerita yang penting untuk selanjutnya diproses ke dalam bentuk visual yang disesuaikan dengan targetnya yakni kalangan muda.

- 2) Studi Pustaka

Mempelajari berbagai sumber referensi untuk mendapatkan informasi dan landasan teori mengenai topik penelitian. Sumber-sumber ini

diperoleh dari buku, jurnal, artikel, serta literatur lain yang berkaitan dengan topik penelitian yang dibahas.

3) Wawancara

Merupakan proses wawancara umum melalui survei. Survei ini bertujuan untuk memperoleh data terkait yang nantinya digunakan untuk menunjang efektifitas perancangan karya.

2. Landasan Perancangan

1) Aspek Komunikasi Karya

Seni ilustrasi untuk karya sastra berhubungan dengan subyek yang bersifat subyektif-imajinatif seperti puisi dan prosa (cerpen, novel, esai). Seni ilustrasi untuk karya sastra harus mengacu pada teks yang didampinginya. Dengan demikian, peran seni ilustrasi untuk karya sastra adalah sebagai pendamping dalam wujud karya yang artistik, untuk memaknai teks sastra yang didampinginya sekaligus memperkuat sentuhan teks tersebut. Informasi tentang sejauh mana sebuah karya seni ilustrasi untuk karya sastra telah mengemban fungsinya sebagai pendamping yang artistik dalam memaknai dan memperkuat sentuhan teks sastra yang didampinginya. Hal ini diperoleh melalui pendekatan pengukuran yang bersifat kualitatif yang menurut Waterman (dalam

Sofyan, 2017:233) ‘tidak ada standar baku’ yang dapat digunakan.

2) Aspek Teknis

Dalam melakukan proses perancangan visual ilustrasi untuk novel “Mahakurawa 1: Cakra Manggilingan” dibutuhkan beberapa media atau alat yang dipergunakan, diantaranya adalah laptop, pen tablet, software (Adobe Photoshop), dan juga scanner.

3) Aspek Estetika

a) Ilustrasi

Seni ilustrasi untuk karya sastra berhubungan dengan subyek yang bersifat subyektif-imajinatif seperti puisi dan prosa (cerpen, novel, esai). Seni ilustrasi untuk karya sastra harus mengacu pada teks yang didampinginya (Sofyan, 2017:232). Dengan demikian, peran seni ilustrasi untuk karya sastra adalah sebagai pendamping dalam wujud karya yang artistik, untuk memaknai teks sastra yang didampinginya sekaligus memperkuat sentuhan teks tersebut.

b) Warna

Menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto (2009:11) Warna dapat didefinisikan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Secara objektif atau fisik, warna dapat diperikan oleh panjang gelombang.



Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetik. Secara subjektif / psikologis penampilan warna dapat di perikan ke dalam *hue* (rona warna atau corak warna), *value* (kualitas terang gelap warna), *chroma* (intensitas/kekuatan warna). Sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan, warna merupakan pantulan cahaya dari sesuatu yang tampak yang disebut dengan pigmen atau warna bahan yang lazimnya terdapat pada benda-benda.

#### c) Layout

Secara umum, *layout* merupakan tata letak ruang atau bidang. *Layout* dapat kita lihat pada majalah, website, iklan televisi, bahkan susunan furnitur di salah satu ruangan di rumah kita. Dalam komunikasi visual, *layout* merupakan salah satu hal yang utama. Sebuah desain yang baik harus mempunyai *layout* yang terpadu. (Lia Anggraini & Kirana Nathalia, 2014:74).

#### d) Tipografi

Tipografi bekerja sebagai ilmu atau strategi yang melibatkan metode kerja penataan layout, bentuk, dan ukuran, dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu. Terutama estetika. Dari sini kemudian ruang kerja tipografi hanya menjadi bagian dari

proses kerja besar desain komunikasi visual. Selanjutnya, disebutlah tipografi dalam hal ini sebagai “visual language”, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. (Lia Anggraini & Kirana Nathalia , 2014:52).

#### 3. Tema/Ide/Judul

Tema dan ide yang ditentukan dalam perancangan ini selain sebagai media komunikasi visual juga merupakan suatu gagasan yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca masyarakat khususnya kalangan muda. Oleh karenanya penulis memilih penggambaran ilustrasi dengan gaya semi-realis untuk menyesuaikan dengan target penggunaannya yakni kalangan muda. Proses meliputi sketsa kasar pada buku yang telah discan, ekspolrasi pengggayaan hingga digitalisasi. Ilustrasi nantinya akan di layout dengan adaptasi desain minimalis untuk memanfaatkan ruang pada kertas dan juga teks, agar terlihat lebih elegan dan juga menarik. Adapun hasil perancangan akan diberi judul “Perancangan Visual Ilustrasi Buku Novel Mahakurawa 1 : Cakra Manggilingan”.

#### 4. Konsep Perwujudan/Penggarapan

##### 1) Ilustrasi

Ilustrasi dalam buku ini menggunakan ilustrasi dengan teknik cross hatching untuk mendapatkan kesan penggambaran klasik namun tetap dramatis dengan mengutamakan permainan pada unsur garis, bidang

dan juga ruang dan juga penerapan komposisi yang disesuaikan dengan penggunaan gaya ilustrasi semi realis.



Gambar 3. Pengayaan Ilustrasi, Hasil Digital dan Sketsa

## 2) Karakter

Epos Mahabharata sejatinya berasal dari India namun memiliki keterkaitan yang erat dengan budaya Jawa terutama epos Mahabharata versi wayang kulit yang merupakan asli ciptaan Indonesia. Oleh karenanya penggambaran tiap tokoh cerita diadaptasi dari tampilan wayang kulit Purwa. Wayang Purwa sendiri biasanya digunakan dalam pementasan wayang yang menceritakan kisah Ramayana dan juga Mahabharata, serta memiliki ragam rias dan gaya yang diadopsi dari berbagai jenis wayang di tanah Jawa.



Gambar 4. Penggambaran Ragam Hias Karakter

## 3) Warna

Warna yang digunakan dalam desain sampul buku ini menggunakan warna-warna yang terkesan *soft* yang disesuaikan dengan bentuk atau objek yang mendekati realita (semi realis) terutama pada penggambaran tokoh yang terdapat pada sampul buku. Dengan penggunaan dominasi kontras warna kuning emas dan juga hitam diharapkan dapat menimbulkan kesan elegan dan juga menarik perhatian mata.



Gambar 5. Color Pallete Sampul

## 4) Tipografi

Buku novel ini menggunakan tiga huruf/*font* jenis *roman/serif*. Penggunaan *font* jenis roman ini dipilih karena memiliki *countersroke* (sirip) yang membuat jenis huruf *roman* lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks, khususnya teks yang digunakan pada bahan bacaan yang perlu dibaca terus menerus ataupun secara cepat seperti koran, novel, buku sejarah, dll. Gambar di atas adalah pengaplikasian salah satu font yakni *font* Cinzel yang digunakan sebagai judul pada sampul buku. Penggunaan *font* jenis *roman* pada judul

diharapkan dapat menimbulkan kesan klasik dan juga elegan.

## MAHAKURAWA

Gambar 6. Tipografi Mahakurawa

Berikut adalah tiga jenis *font* yang digunakan pada perancangan visual ilustrasi buku novel “Mahakurawa: Cakra Manggilingan”, diantaranya :

a) Cinzel

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Gambar 7. Font Cinzel

b) DM Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 8. Font DM Serif

c) Minion Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 9. Font Minion Pro

### C. METODE/PROSES PERANCANGAN

1) Menentukan Tema

Proses penentuan tema dan ide ilustrasi yang berkenaan dengan topik tugas akhir yang dipilih.

2) Mengumpulkan Data

Proses pengumpulan data terkait tema ilustrasi, dalam hal ini referensi/*moodboard* dan pengayaan ilustrasi.

3) Eksplorasi Tema

Melakukan eksplorasi terkait tema dengan membangun *mind mapping* untuk menentukan konsep visual yang akan digunakan.

4) Pengamatan Narasi Cerita

Proses pengamatan setiap bagian cerita yang akan divisualisasikan melalui ilustrasi.

5) Eksekusi Ilustrasi

Proses penggarapan karya ilustrasi yang mencakup sketsa, digitalisasi, dan pewarnaan.

6) Uji Kelayakan

Pada tahap ini, perancang melakukan quality control dan juga perbaikan yang perlu dilakukan.

7) Proses Percetakan/Pengaplikasian

Proses cetak mencetak karya ilustrasi yang telah dibuat dan diimplementasikan.

8) *Finishing* dan *Display* Karya

### D. ULASAN KARYA DESAIN

1) Deskripsi Karya



Gambar 10. Uji Desain

Mahakurawa: Cakra Manggilingan ialah novel karya Anand Neelakantan yang berisi kisah Mahabharata dari sudut pandang

tokoh-tokoh kurawa, para tokoh yang selama ini kita anggap jahat dan juga kalah. Novel ini memiliki lebih dari 400 halaman dan terbagi dalam beberapa bab. Visual ilustrasi yang digunakan diimplementasikan pada bagian sampul buku dan juga isi buku sebagai pendamping teks narasi cerita yang terbagi pada setiap bab dengan penggambaran tiap tokoh yang diadaptasi dari wayang kulit Purwa.

## 2) Kegiatan Uji Desain

Kegiatan uji desain dilakukan dengan cara mempublikasi karya melalui pameran virtual/daring pada website Galeri FDSK yang pada saat ini digunakan sebagai suatu wadah untuk menunjang pengkaryaan tugas akhir mahasiswa FDSK ditengah situasi genting yang terjadi akhir-akhir ini.

Nama Acara : Jumpa Maya

Hari/Tanggal : Selasa 14 Juli 2020

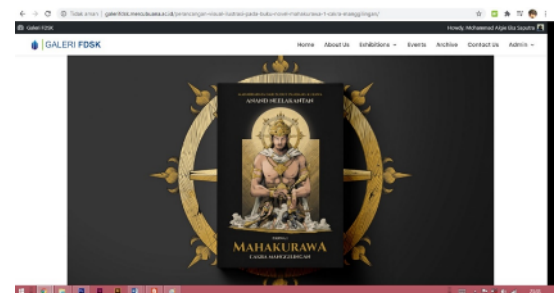
Tempat :

[galerifdsk.mercubuana.ac.id](http://galerifdsk.mercubuana.ac.id)

Dalam pelaksanaan pameran yang dilakukan secara virtual/daring, pameran memamerkan karya tugas akhirnya dengan cara mengupload karya pada masing-masing halaman yang telah disediakan pada website Galeri FSDK dengan cara login terlebih dahulu. Target yang dituju adalah masyarakat umum terutama pengguna media sosial. Pameran juga

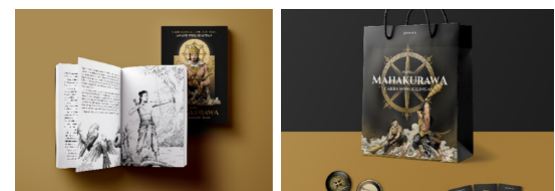
menyediakan form apresiasi karya untuk menampung respon pengunjung.

Berikut tampilan utama header laman karya Perancangan Ilustrasi Novel “Mahakurawa 1: Cakra Manggilingan” pada website Galeri FDSK.



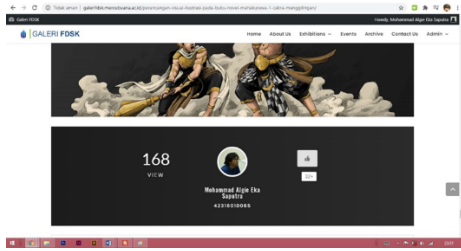
Gambar 11. Tampilan Header Pada Laman Karya

Media mockup sebagai alternatif pendukung tampilan karya dalam pameran yang dilakukan secara virtual.



Gambar 12. Tampilan Mockup Karya

Berikut adalah tampilan jumlah view audiens yang telah mengunjungi laman karya Perancangan Ilustrasi Novel “Mahakurawa 1: Cakra Manggilingan” pada website Galeri FDSK.



Gambar 13. Jumlah View

### 3) Hasil Uji Desain

Berdasarkan uji desain yang telah dilakukan melalui pameran virtual Jumpa Maya pada website Galeri FDSK, respon pengunjung yang didapat adalah sebagai berikut :

#### a) Respon Karya

Pengunjung memberikan tanggapan, kritik, dan juga saran seputar karya melalui form apresiasi karya yang sudah disediakan pada bagian bawah laman. Dari beberapa respon, kebanyakan dari pengunjung memberikan tanggapan yang positif terkait karya, salah satunya menilai bahwa ilustrasi yang disajikan sangat menarik dan sesuai dengan tema buku yang diambil, serta sesuai dengan targetnya yakni kalangan muda.

b) Sebagian respon yang memberikan kritik dan juga saran salah satunya menuliskan bahwa ilustrasi yang terdapat pada isi novel baiknya diberi pewarnaan yang sama dengan bagian sampul buku, audiens yang membaca teks panjang hitam putih akan terasa lebih fresh dengan tambahan ilustrasinya yang berwarna.

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Mahabharata telah banyak diangkat melalui berbagai macam media, termasuk buku novel. Salah satu buku novel yang mengangkat kisah ini adalah novel Mahakurawa, novel yang menceritakan kisah Mahabharata dari sudut pandang Kurawa. Kurangnya minat baca dan juga ketertarikan kalangan muda untuk mempelajari nilai-nilai kebudayaan dari kisah ini memerlukan adanya suatu media berupa fisik/visual yang dapat menunjang keefektifan komunikasi dari sebuah buku novel.

Sebagaimana buku novel, Mahakurawa pun memiliki volume tulisan yang cukup besar. Oleh karenanya, dengan penggunaan media visual ilustrasi karya sastra (novel), perancangan ini diharapkan dapat mengemas atau merepresentasikan setiap bagian cerita pada novel Mahakurawa (kisah Mahabharata dari sudut pandang Kurawa) agar lebih menarik dimata masyarakat terutama generasi muda. Dengan demikian, minat untuk mempelajari nilai-nilai yang terkandung dalam kisah tersebut dapat lebih ditingkatkan dan juga dapat dipahami dengan baik oleh para pembaca.

### 2. Saran

Dengan keterbatasan kemampuan untuk mengolah narasi menjadi suatu ide ilustrasi yang baik, saran yang disampaikan ini berkaitan dengan pengembangan perancangan selanjutnya yang mana

diharapkan dapat lebih memperdalam bagaimana kemampuan mengolah suatu narasi menjadi suatu bentuk visual dan juga mengembalikan fungsi asli seni ilustrasi disamping kegunaannya sebagai penghias dan pendamping teks, yakni sebagai penjelas suatu narasi ataupun paparan teks untuk mempermudah pemahaman dan juga sebagai penunjang keefektifan komunikasi khususnya dalam hal ilustrasi karya sastra berbentuk novel.

## F. DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anggraini, L., & Kirana, N. (2014). *Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Hico. (2016). "10 Arti Warna dalam Psikologi Warna, Terpopuler Menurut para Ahli!". GOODMINDS.ID, 9 November 2016. Diperoleh dari: <https://goodminds.id/arti-warna/>
- Kurniawan, R. (2017). Antara Sejarah Dan Sastra: Novel Sejarah Sebagai Bahan Ajar Pembelajaran Sejarah. *Sejarah Dan Budaya*, 11(1), 55-70. Diperoleh dari: <http://journal2.um.ac.id/index.php/sejarah-danbudaya/article/view/1510>
- Noname. (2018). "Warna Dari Teori Brewster". MudanFive, 11 Agustus 2018. Diperoleh dari: <https://mudanfiveblog.blogspot.com/2018/08/warna-dari-teoribrewster.html>
- Salam, S. (2017). *Seni Ilustrasi: Esensi, Sang Ilustrator, Lintasan, Penilaian*. Makassar: Badan Penerbit UNM
- Sanyoto, E. S. (2009). *Nirmana Elemen-Elemen Seni Dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *HUMANIORA*, 3(2), 659667. Diperoleh dari: <http://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/issue/view/201>

Warna Dari Teori Brewster. (2018, Agustus 11). Diperoleh dari: <https://mudanfiveblog.blogspot.com/2018/08/warna-dari-teoribrewster.html>

Setiawan, A. (2011). "Perspektif Dalam Dunia Seni Rupa". Blogger, 25 November 2011. Diperoleh dari: <http://alixbumiartyou.blogspot.com/2011/11/perspektif-dalam-duniaseni-rupa.html>

## G. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas nikmat yang telah Allah SWT berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan proses berancangan dan juga laporan karya ini dengan baik dan lancar. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas dukungan dari beberapa pihak baik dari orang tua, ibu Rika Hindraruminggar selaku koordinator, ibu Wilsa Pratiwi selaku dosen pembimbing hingga teman-teman seperjuangan. Dengan segala kekurangan yang ada penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat. Terima kasih.





# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK.COM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN INDONESIA

Oleh:

**Muhamad Imam Zahrowi<sup>1</sup>,**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana, Jakarta*  
[imamzahrowi@gmail.com](mailto:imamzahrowi@gmail.com)<sup>1</sup>

**Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.DsCs<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana, Jakarta*  
[ariani.wardhani@mercubuana.ac.id](mailto:ariani.wardhani@mercubuana.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Peran visual dalam promosi sangatlah dibutuhkan dalam segala bidang di kehidupan. Visual dalam promosi berpengaruh oleh suatu bentuk yang menggambarkan dan mendiferensiasikan suatu brand. Mendiferensiasikan brand atau membedakan satu brand dari brand kompetitor lainnya, sehingga dapat terlihat dan dirasakan menonjol perbandingnya agar bisa diingat oleh masyarakat. Portal berita media digital untuk perempuan menggunakan promosi-promosi yang sudah di mulai dari media digital serta merambah kepada media sosial yang mudah untuk dijangkau seluruh masyarakat Indonesia. Tujuan perancangan ini dilakukan untuk memberikan visual baru yang nantinya bisa digunakan untuk mempromosikan portal berita perempuan Womantalk.com agar bisa lebih dinikmati oleh pembaca dalam berbagai kalangan di media sosial. Untuk itu metode yang digunakan dalam perancangan ini yaitu membuat promosi dalam media sosial instagram dengan ilustrasi sebagai media penjelas dalam penyampaian informasi yang disampaikan.

**Kata Kunci:** Promosi, media sosial, Instagram

## ABSTRACT

*The visual role in promotion is needed in all fields of life. Visuals in promotion influence by a form that describes and differentiates a brand. Differentiate brands or differentiate one brand from other competitors' brands so that the comparison can be seen and felt prominently in order to be remembered by the public. Digital media news portals for women use promotions that have been started from digital media and spread to social media that is easy to reach for all Indonesian people. The purpose of this design is to provide a new visual that can later be used to promote the women's news portal Womantalk.com so that it can be more enjoyed by readers in various circles on social media. For this reason, the method used in this design is to make promotions on social media Instagram with illustrations as explanatory media in the delivery of information delivered.*

**Keywords:** Advertising, Promotion, Social media.

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: August 29<sup>th</sup>, 2020

Revised: October 30<sup>th</sup>, 2020

Accepted: November 4<sup>th</sup>, 2020

---

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak macam media dengan kategori yang beragam, demi mendapatkan konsumen lebih setiap media memiliki perannya masing masing dalam memberikan sebuah berita. Dilansir dari romeltea.com, Media online (online media) adalah **media atau saluran komunikasi yang tersaji** secara online di situs web (website) internet. Istilah media online (online media) menggabungkan dua kata: media dan online. Secara bahasa (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media juga berarti perantara atau penghubung. Online dalam bahasa Indonesia disebut daring, karenanya media online disebut juga media daring. “Daring” artinya “dalam jaringan”, yakni terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya.

Banyak media massa khususnya di era digital saat ini beralih ke platform online tentunya dengan tujuan menjangkau masyarakat untuk bisa mengakses portal berita tersebut, salah satu cara menjangkau pasar yang lebih luar adalah dengan Advertising (promosi). Promosi adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar (Sutisna, 2001:266). Untuk platform jejaring sosial

yang paling tinggi di Indonesia dipegang oleh Youtube, media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dengan range usia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah WhatsApps sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram 79% dilansir dari Databoks.co.id. Jika dilihat dari banyaknya presentase Youtube, audio visual disini sangat mempengaruhi audience dalam menyerap informasi yang disampaikan.

Womantalk adalah bagian dari PT. GVM Networks (Global Visi Media), salah satu brand perusahaan digital media yang menghadirkan berita, cerita, tips, dan hiburan untuk jutaan pembaca di seluruh Indonesia. Womantalk.com juga memberikan informasi yang edukatif, seperti lifestyle, tips and trick, entertainment, fashion and beauty, family, relationship untuk para wanita yang juga menarik untuk dibagikan ke teman dan keluarga tentunya dengan konsep ‘self love’, Womantalk mengingatkan untuk jangan takut dan insecure terhadap apa yang kamu miliki, karena dengan apa yang sudah kamu miliki kehidupan yang sudah ada akan terasa lebih nyaman dan lebih berwarna.

Platform pendukung untuk merealisasikan dari promosi ini adalah media sosial Instagram dengan fitur tambahan *sponsored/Ads*, kemudian Twitter dengan fitur tambahan *promoted/ads* yang dimilikinya,

Instagram Feed untuk konten promosi dari segi informasi dan Youtube Ads. Usaha penyampaian informasi ini ditujukan untuk perempuan dengan range umur 17-30 tahun membuat mereka tahu bahwa adanya portal berita dengan konsep self love yang dimana semua orang harus memilikinya.

Strategi promosi yang digunakan dalam perancangan ini dengan memilih media utama Youtube Ads dengan iklan 26 detik yang dikemas dengan visual yang menarik untuk mengajak audience membrowsing apa itu Womantalk. Kemudian Instagram dan Twitter Ads adalah fitur penyampaian informasi yang akan menyatu dengan timeline media sosial kita tanpa kita sadari setelah kita membrowsing informasi seputar perempuan atau hal seputar perempuan pada gadget kita. Media pendukung pada perancangan ini tentu saja dengan dihidirkannya Billboard Ads di transportasi umum seperti Subway/MRT di Indonesia, kemudian desain informasi yang lebih menarik dalam bentuk postingan di berbagai fitur Instagram.

## 2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana proses pembuatan Ads untuk mempromosikan suatu portal berita perempuan kepada publik ?
- 2) Apa saja media yang cocok untuk digunakan dalam mempromosikan dalam era digital saat ini?

3) Bagaimana menentukan visualisasi yang tepat dari konten konten Womantalk.com?

## 3. Orisinilitas

Proses yang dibuat dalam perancangan media promosi Womantalk sebagai media informasi perempuan Indonesia ini dirancang untuk perempuan yang saat ini berusia 17-40 tahun. Dengan memperjelas pesan *self love* dalam memberikan informasi yang disertai visual menarik dan menggambarkan visual yang sesuai oleh konten seperti *self love, lifestyle, skincare, friendship, healthy, movie, entertainment* dan *family* sehingga informasi dan peran dari *self love* yang termasuk konsep dari *brand* Womantalk tetap terlihat.

## 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Membuat media promosi untuk instagram Womantalk.com dengan visual yang sesuai dengan konten yang ada, sehingga bisa menarik perhatian para pengguna platform media sosial.
- 2) Manfaat untuk masyarakat terutama untuk wanita dengan *range* umur 17-40 tahun agar meningkatkan kesadaran untuk membuka portal berita perempuan dalam media instagram, agar mudah untuk mengerti akan informasi yang disampaikan lewat visual yang disajikan dalam media digital instagram.

## B. KONSEP PERANCANGAN

### 1. Metode

Penulis menggunakan metodologi kualitatif dengan pengambilan data secara kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai alat ukurnya. Sehingga Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperoleh jawaban dari target audience.

### 2. Data

#### 1) Data Aspek Komunikasi Karya

##### a. *Motion Graphic* sebagai media promosi

Promosi didefinisikan sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. (Alexander, 2007) Salah satu sarana untuk melakukan promosi adalah periklanan (advertising). Periklanan digunakan untuk menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media promosi seperti media cetak, billboard, spanduk, atau media elektronik seperti film, televisi, internet, dan animasi. (Kasmir, 2006).

##### b. Teori Warna

Warna dapat didefinisikan secara obyektif / fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif / psikologis merupakan bagian dari pengalaman indera penglihatan. Menurut teori warna Brewster pertama kali

dikemukakan pada tahun 1831. Dalam buku *Color Basic* (Dameria, 2004), secara umum warna-warna tertentu dapat menimbulkan kesan. Berdasarkan pembagian warna dalam lingkaran warna (Color Wheel), **klasifikasi** warna secara sederhana terdiri dari tiga bagian yaitu Primer, Sekunder, dan **Tersier**.

##### c. Teori Ilustrasi

Secara etimologi, ilustrasi berasal dari bahasa Latin "Illustrare" yang berarti menjelaskan atau menerangkan. Menurut Rohidi (1984:87) yang berpendapat bahwa pengertian gambar ilustrasi berkaitan dengan seni rupa adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan, menjelaskan atau pula memerindah sebuah teks, agar pembacanya dapat ikut merasakan secara langsung melalui sifat-sifat gerak, dan kesan dari cerita yang disajikan. Ilustrasi merupakan bentuk visual dari teks ataupun kalimat. Tidak hanya itu, ilustrasi juga berfungsi dalam menarik pembaca agar tertarik untuk membaca.

##### d. Teori Tipografi

Dalam merancang sebuah desain ada baiknya memiliki pemahaman untuk memilih jenis font untuk tujuan perancangan. Tipografi menjadi pilihan berat untuk para perancang untuk menyesuaikan sebuah desain, dikarenakan harus adanya kesesuaian tipografi dengan ilustrasi, kesesuaian tipografi dan warna,

dan tentunya karakter dari font tersebut harus sesuai dengan target audience yang dituju.

Desain termasuk juga tipografi yang dinamis dan terus mengalami perkembangan di masyarakat. Teknologi, perubahan pola pikir, trend, sangat mempengaruhi bidang ini. Karena usianya sudah cukup tua dan sudah sangat umum digunakan, bukan tidak mungkin ada beberapa istilah yang mengalami perluasan atau bahkan perubahan arti.

#### e. Teori Layout

Tata letak/layout adalah pengaturan yang dilakukan dalam mempromosikan seluruh elemen desain untuk menghasilkan bentuk grafis yang diinginkan. Menurut Smith (1985) dalam Sutoppo (2010:174) mengatakan bahwa proses mengatur hal atau pembuatan tata letak adalah merangkaikan unsur tertentu menjadi susunan yang baik, sehingga mencapai tujuan. Prinsip tata letak dapat dibagi menjadi 5 prinsip, Proporsi, Keseimbangan, Kontras, Irama, Kesatuan.

### 2) Konsep Visual

#### a. Warna

Warna yang digunakan adalah warna paster atau warna warna tersier. Perempuan cenderung lebih menyukai warna warna pastel dan warm karena efeknya yang lembut dan membuat nyaman.

#### b. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan di dalam penggunaan motion graphic ini adalah Lato font family, dengan bold. Lato font merupakan jenis font sans serif yang tidak memiliki ekor. Jenis font ini dapat digunakan dan mudah di baca oleh audience. Sunday Morning merupakan jenis huruf Sans Serif. Digunakan agar target sasaran dapat mudah untuk membaca dan melihat pesan tulisan yang ada.



Gambar 1. Lato Font  
(Sumber: google)

#### c. Ilustrasi

Visualisasi karakter yang akan muncul pada motion graphic yang dipilih adalah foto real, dengan menggunakan colour tone yang cerah dan memiliki karakter masing masing yang berbeda. Mulai dari gerakan, pakaian dan posisi. Ketiga karakter ini menjadi pusat perhatian utama dari motion ini dalam mengenal Womantalk.com.





Gambar 2. Aset photo Womantalk.com  
(Sumber: Womantalk.com)

### 3) Konsep Material

Media yang dipakai untuk memuat motion graphic adalah video dengan ukuran 1980 x 1080 dengan fps 25 dengan output mp4. Memiliki durasi 26 dan 15 detik untuk versi mdia sosial instagram story.

### 4) Konsep Proteksi Karya

Pada konsep proteksi karya ini adalah penulis memiliki logo yang bisa dijadikan acuan untuk mengenal brand yang akan di publikasikan ke media sosial dan tetap menggunakan guideline serta ide dari penulis untuk memberikan kepada Womantalk.com

## C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

### 1. Tahap ide

#### 1) *Story Line*

Tujuan visual yang ingin diperlihatkan adalah menyampaikan dan menaikkan trafik dari Womantalk.com. Menyuguhkan konsep cerita yang simple dan mudah dimengerti target market adalah tujuan dari penulis. Dimana elemen grafis bisa menjadi sebuah poin besar untuk mendapatkan hati dari masyarakat. Berikut merupakan storyline

yang dibuat dalam pembuatan motion graphic ini.

Berawal dari kolom website dari sebuah browser kemudian mendirect ke dunia Womantalk yang indah dengan munculnya elemen grafis dan foto dari karakter yang sudah di tentukan. Kemudian perjalanan memberitahukan bahwa Womantalk memiliki website yang menyuguhkan artikel, kemudian memperkenalkan konten youtube, lalu berakhir pada instagram mereka sendiri.

Ide ini ingin menunjukkan bahwa portal berita juga menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat khususnya yang tertarik di bidang lifestyle, entertainment dan relationship.

### 2) Refrensi Visual

Tabel 1. Reverensi visual  
REFERENSI VISUAL

<p>Motion</p>	<p>3D motion</p>
<p>Karakter wanita bahagia, penuh ingin tau, cherfull</p>	<p>2 karakter wanita yang suka membaca</p>
<p>Referensi layout</p>	<p>Referensi layout Tokopedia promo</p>

Tokopedia promo	gratis ongkir
-----------------	---------------

### 3) Story Board

Storyboard mengawali proses pra produksi ini, untuk menggambar sebuah storyboard memerlukan beberapa sketsa scene yang didalamnya untuk memilah storyboard sebelum karya di buat kedalam motion graphic.

## 2. Tahap perancangan

### 1) Edit Foto

Tahap pertama adalah membuat ketiga karakter utama lebih cerah colour tonenya dan gradeint pink agar sesuai kedalam baground dengan bantuan *Adobe Photoshop*.



Gambar 3. Colour correction

2) Desain Elemen Grafis dan Background  
Tahap berikutnya dari bagian produksi ini yaitu membuat asset ornament dan desain latar (background) yang berguna untuk mendukung dan menguatkan warna dan mood dari si *Womantalk* sendiri.



Gambar 4. Sketsa bertahap



Gambar 5. Elemen grafis

### 3) Proses Animasi

Proses animasi menggunakan *adobe after effect* untuk membuat jalan cerita yang memudahkan pencarian dari *Womantalk* kemudian hasil akhir di *render* dan di *export* ke *Adobe Premier* untuk digabungkan bersama *backsound* dan *effect sound*.

### 4) Proses Editing

Proses editing yakni menyatukan *compositon scene video* dari *After Effect*.

*Precompose* animasi perscene yang sudah di edit dan menggabungkan antara video animasi dengan *sound effect* dan musik.



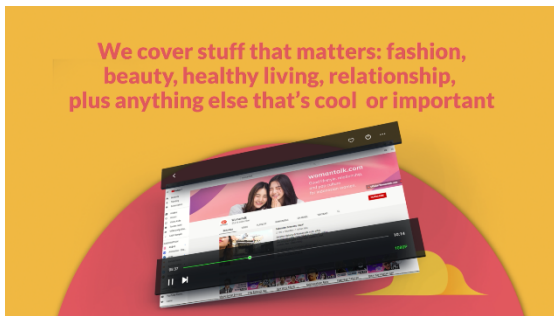
Gambar 6. Scene 1



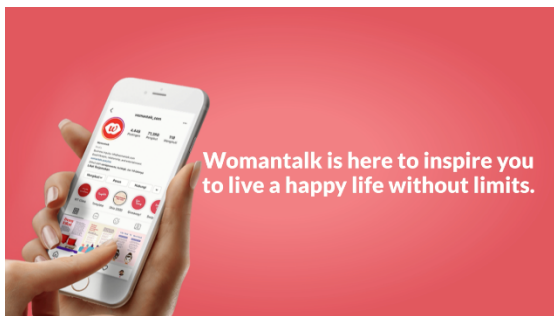
Gambar 7. Scene 2



Gambar 8. Scene 3



Gambar 9. Scene 4



Gambar 10. Scene 5

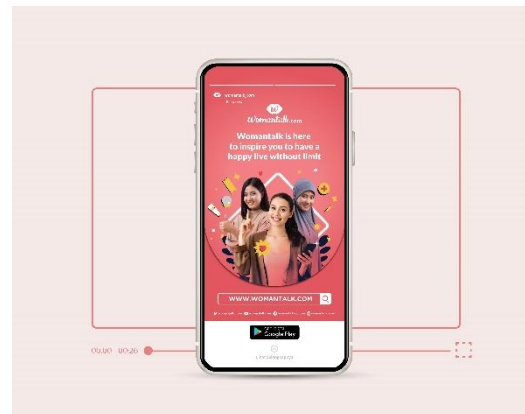


Gambar 11. Scene 6

### 3. Publikasi

#### 1) Media Utama

Motion graphic ini adalah media utama dan bagian dari promosi untuk Womantalk.com. Motion graphic ini juga menjadi acuan guideline dimasa mendatang untuk portal berita tersebut untuk bisa mengajak masyarakat mengenal dan mulai tertarik untuk membaca dan menonton konten-konten dari Womantalk.com. Memuat informasi yang singkat mengenai womantalk menggunakan visualisasi dari elemen grafis dan foto yang mewakili perempuan Indonesia bisa lebih terlihat nyata dan menarik. Video ini nantinya akan didistribusikan melalui media digital seperti social media. Diharapkan akan mengenai target sasaran konsumen yaitu pria wanita usia 17-40 tahun, berdomisili di Indonesia,, pengguna gadget dan perempuan yang tertarik membaca artikel dan menyukai konten seputar perempuan.

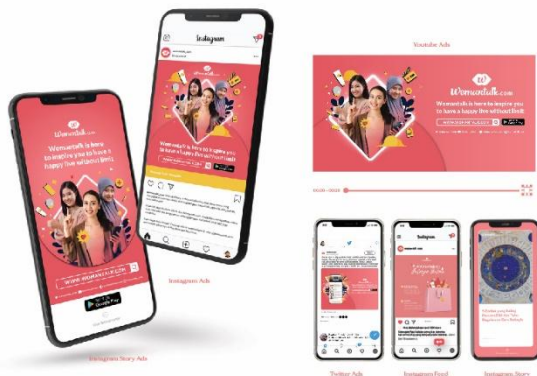


Gambar 12. Media pendukung

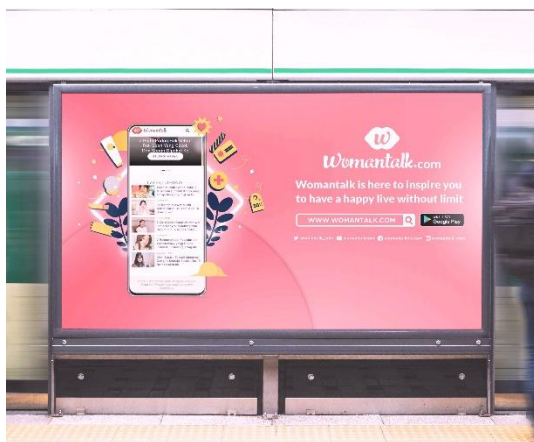
#### 2) Media Pendukung

Pelaksanaan pameran tahun ini dilakukan dengan online. Dengan mewujudkan karya yang maksimal media pendukung hadir guna melengkapi promosi media utama dengan visualisasi yang tetap membantu menaikkan

engagement Womantalk itu sendiri. Kemudian mock up adalah salah satu alternatif ketika pameran online ini terlaksana.



Gambar 13. Media Pendukung digital



Gambar 14. Promosi banner digital

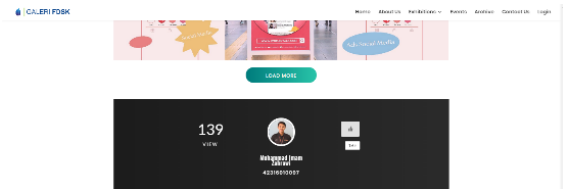
#### D. ULASAN KARYA DESAIN



Gambar 15. Pameran Galeri FDSK

Pameran yang digunakan adalah publikasi karya dimana penulis memperkenalkan suatu karya yang telah dibuat melalui pameran tugas akhir yang dilakukan secara digital dikarenakan masa

pandemic 2020. Dengan adanya pameran ini, bisa diambil positif untuk membuat pameran dengan mudah melalui digital dan dengan engagement yang luas.



Gambar 16. Pameran Galeri FDSK

Adapun ulasan terdapat 48 responden melalui google form yang dibagikan di laman Galeri FDSK. Dapat dilihat bahwa target market menyukai visualisasi dari media promosi yang telah disuguhkan, dengan menggunakan motion graphic dibantu dengan media pendukung adalah hasil yang maksimal untuk membuat promosi terlihat lebih profesional. Warna warna yang menggambarkan perempuan bisa dilihat dan sangat nyaman bagi para target audience yang telah mengunjungi pameran tersebut. Namun terdapat beberapa saran karena masih banyak yang bisa di explore seperti typografi, typo dalam huruf, kemudian elemn grafis yang masih bisa dikembangkan penulis.

#### E. KESIMPULAN

##### 1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai media promosi dari Womantalk dapat disimpulkan bahwa media yang digunakan untuk menjangkau masyarakat yang tepat berupa digital ads youtube dan ads media sosial dengan dibantu mere-visualisasi konten Instagram Womantalk sebagai media kedua yang dimana mdia utama mereka



adalah website. Media promosi tersebut sudah cukup mempromosikan Womantalk karena pesan dan informasi yang ingin disampaikan oleh perancang dapat tersampaikan dengan visualisasi yang sudah dibuat. Kekurangan dari Womantalk terdahulu yaitu kurangnya mempromosikan brand mereka sendiri pada masyarakat. Visualisasi yang sudah berisikan informasi media sosial yang bisa dijangkau, informasi apa itu Womantalk dan visualisasi konten yang ada dalam media sosial Womantalk. Sehingga masyarakat yang menjadi target market akan tertarik untuk membrowsing atau mencari tahu adanya media informasi Womantalk.

Penelitian ini dapat berguna untuk mencari media promosi yang sesuai, pesan dan visualisasi yang ada dalam media promosi Womantalk. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memilih media Womantalk karena media yang dihasilkan berasal dari sampling consumer journey yaitu, banner, transportasi dan media sosial, karena media ini sesuai dengan sampling dari consumer journey target market perempuan dengan range umur 17-40 tahun maka media yang sesuai dengan gaya hidup mereka adalah media yang terlampir diatas. Perancangan media promosi ini dapat menonjolkan tagline dari brand Womantalk untuk memberikan pesan pada target market. Visualisasi ilustrasi 2D untuk menggambarkan konten dari Womantalk dan menginformasikan media

sosial yang bisa diakses dalam satu genggam.

## 2. Saran

Berdasarkan perancangan media promosi untuk Womantalk.com disimpulkan saran yaitu :

- 1) Womantalk.com memperhatikan bagaimana membuat promosi yang lebih effort untuk digunakan guna menggait audience mulai dari media promosi digital melalui sosial media maupun event. Kemudian tetap menyuguhkan konten visualisasi dalam media sosial dan dikemas semenarik mungkin agar masyarakat khususnya perempuan bisa tahu apa itu Womantalk dan konten seperti apa sih yang mereka punya dan berbeda dibanding portal berita lain..
- 2) Bagi perancangan lain yang akan merancang sebuah promosi apapun, sebelum merancang persiapkan mental, masalah yang akan dicari, ide sebelum membuat visualisasi dan data yang valid sehingga dapat membuat kita waspada dan peka terhadap apa yang sedang kita teliti.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Bastman, N, A. (2019). Promosi. Perancangan Promosi Jamu Tradisional “Hekeukun” di Kota Bandung. Diperoleh dari: <http://repository.unpas.ac.id/43309/3/BAB%20II.pdf>
- Databooks.co.id 10 Sosial media palaing banyak digunakan. Diproleh dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial->

- [yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia](#)
- Flew, (2008:2). Pengertian media digital. Diperoleh dari: <https://media.neliti.com/media/publications/204931-none.pdf>
- Fuad dkk (2000:130) Pengertian dan fungsi promosi. Diperoleh dari: [etheses.uin-malang.ac.id > 11510057](http://etheses.uin-malang.ac.id/11510057)
- Getcraft.com (2020). Pengertian Engagement di Media Sosial dan Cara Mengukurnya. Diperoleh dari: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/pengertian-engagement-di-media-sosial-dan-cara-mengukurnya>
- Hasni, F, Y. (2020). Kajian Elemen Visual Iklan GO-Jek Versi Karangan Bunga, *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 7(1). 85-96.
- Hasni, F, Y & Yustikasari, N, A. (2019). Analisis Visual Karakter Utama Dan Sistem Keterbacaan Pada Buku Infografis Statis Sebagai Sarana Edukasi Bagi Anak Sekolah Dasar (SD). *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 6(1). 173-186
- Ibiz Fernandez McGraw- Hill/Osborn, California, (2002). *Macromedia Flash Animation & Cartooning: A creative Guide*. Diperoleh dari: <https://docplayer.info/69761370-Menurut-ibiz-fernandes-dalam-bukunya-macromedia-flash-animation-cartooning-a-creative-guide-animasi-definisikan-sebagai-berikut.html>
- Nugraha, D (2015). *Perempuan, Wanita atau Betina?*. Diperoleh dari: [https://www.researchgate.net/publication/275034845\\_Perempuan\\_Wanita\\_atau\\_Betina](https://www.researchgate.net/publication/275034845_Perempuan_Wanita_atau_Betina)
- Romeltea.com. Media Online: Pengertian dan Karakteristik. Diperoleh dari: <https://romeltea.com/media-online-pengertian-dan-karakteristik>
- Rohidi (1984). Pengertian Ilustrasi: Teori Ilustrasi. Diperoleh dari: <http://repository.unpas.ac.id/40727/4/BAB>
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Diperoleh dari: <https://media.neliti.com/media/publications/31419-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-membangun-brand-image-pada-media-sosial-twit.pdf>
- Tjiptono (2001:219). Strategi Pemasaran Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset. Diperoleh dari: <https://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/strategi-promosi-penjualan-definisi.html>
- Wardhani, A (2015). Readiness Study Of Indonesian Women With Respect To The Transition From Printed To Digital Magazine. *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 5(1) January 2015. Diperoleh dari <http://www.ijssh.org/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=51&id=736>
- Wardhani, A (2017). Identitas Dan Visualisasi Perempuan Urban Indonesia Dalam Komunikasi Melalui Majalah Femina. *Dimensi DKV*, Vol.2(1) April 2017. Diperoleh dari <https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/seni/article/download/1881/1613>

## G. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberi rahmat dan karunia yang senantiasa telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dalam keadaan sehat jasmani dan rohani. Maka dari itu penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Media Promosi Womantalk.com sebagai Media Informasi Perempuan Jakarta” hingga waktu yang sudah ditentukan. Laporan tugas akhir ini menjadi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1). Laporan tugas akhir ini dapat



selesai karena dukungan dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Keluarga yang tidak kenal lelah membantu selama melangsungkan pendidikan, Ibu Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds, Cs selaku dosen pembimbing yang telah banyak berkontribusi dalam menyelesaikan tugas akhir, Grup Orang Media yang masih aktif berinteraksi untuk menyelesaikan proker-proker baru untuk masa depan Orange Media, Teman magang yang ceria, teman-teman Orange Media yang sangat menyibukan hingga menghibur dan teman kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Saya sadar bahwa dalam penulisan laporan perancangan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, untuk itu saya ingin lebih mendapat kritik maupun masukan untuk membuat perancangan ini bisa lebih sempurna. Kemudian saya berharap laporan ini bisa berguna untuk generasi Desain Komunikasi Visual selanjutnya dan berguna juga bagi masyarakat umum.

# PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK KAMPANYE ALAT MUSIK TRADISIONAL DARI BAMBU DI JAWA BARAT

Oleh:

**Cindy Amzal Dara Rizkita<sup>1</sup>**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[cindyamzal@gmail.com](mailto:cindyamzal@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Edwar Juanda, S.Ds, M.Ikom<sup>2</sup>**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[edha.edwar@gmail.com](mailto:edha.edwar@gmail.com)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Banyak budaya yang ada di Indonesia, yang salah satunya adalah alat musik tradisional. Namun seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman, serta era globalisasi, banyak budaya-budaya luar yang masuk ke negara Indonesia. Masyarakat lebih tertarik dengan budaya luar. Padahal ada banyak alat musik tradisional yang belum diketahui salah satunya berasal dari Jawa Barat, yaitu Karinding dan Celempung. Kedua alat musik tersebut sama-sama terbuat dari bahandasar yang sama yaitu bambu. Oleh karena itu, penulis merancang video *motion graphic* tentang alat musik tradisional dari bambu di Jawa Barat, yaitu Karinding dan Celempung sebagai media yang memberikan informasi kepada masyarakat terutama anak-anak. Dengan adanya video ini, anak-anak dapat mengetahui tentang Karinding dan Celempung, serta dengan harapan agar Karinding dan Celempung tidak dilupakan sampai mereka tumbuh dewasa dan turut melestarikan budaya Indonesia.

**Kata Kunci:** *Motion graphic, Alat Musik Tradisional, Pelestarian*

## ABSTRACT

*There is many cultures in Indonesia, one of which is a traditional musical instrument. But along with the progress and development of the times, and the era of globalization, many foreign cultures entered Indonesia. People are more interested in outside cultures. Even though there are many traditional musical instruments that are not yet known, one of them comes from West Java, namely Karinding and Celempung. Both instruments are made of the same basic material, bamboo. Therefore, the authors designed a motion graphic video about traditional musical instruments from bamboo in West Java, namely Karinding and Celempung as a medium that provides information to the public, especially children. With this video, children can find out about Karinding and Celempung, and with the hope that Karinding and Celempung will not be forgotten until they grow up and help preserve Indonesian culture*

**Keywords:** *Motion graphic, Traditional Musical Instruments, Cultural Preservation.*

**Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

*Received: August 14<sup>th</sup>, 2020*

*Revised: -*

*Accepted: November 4<sup>th</sup>, 2020*

---

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Alat musik tradisional adalah salah satu budaya kesenian yang ada di Indonesia. Salah satu bahan untuk membuat alat musik tersebut adalah bambu. Bambu memiliki nilai fisik yang sangat berguna, nilai filosofis yang dalam, nilai magis, dan memiliki daya pikat serta ikat sehingga banyak dijadikan lambang atau simbol-simbol kehidupan. (Herlinawati, 2009). Selain angklung dan suling yang sudah mendunia, ada juga alat musik unik yang terbuat dari bambu di Jawa Barat ini yaitu Karinding dan Celempung. Kedua alat musik ini masih cukup jarang yang mengetahuinya, apa lagi di era seperti ini.

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak budaya luar yang masuk ke negara Indonesia. Banyak yang lebih tertarik pada alat musik modern atau alat musik dari luar negeri. Sedangkan unsur-unsur budaya cenderung ditinggalkan karena dianggap kuno dan ketinggalan zaman. Sebagai generasi penerus bangsa sudah semestinya melestarikan dan mempertahankan alat musik tradisional, karena merupakan salah satu budaya bangsa yang perlu dilestarikan. Sebagian besar masyarakat membutuhkan informasi untuk menunjang pengetahuan. Informasi tentang alat musik tradisional dapat disajikan dalam bentuk infografis.

Melalui infografis, suatu informasi lebih mudah disampaikan. Kemudian dilihat

dari kecenderungan generasi muda yang banyak mengkonsumsi internet dan media sosial, serta berdasarkan data yang didapat dari websindo.com, konten yang sering dilihat saat membuka media sosial berupa audio visual, maka infografis bergerak menjadi daya tarik lebih bagi generasi muda. Infografis bergerak atau *motion graphic* ini dapat menciptakan ekspresi yang berbeda dari seni visual dan informasi yang ingin disampaikan dapat lebih mudah dimengerti. Oleh karena itu, penulis merancang *motion graphic* untuk penyampaian informasi tentang alat musik tradisional yang terbuat dari bambu di daerah Jawa Barat yaitu Karinding dan Cilempung.

### 2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *motion graphic* untuk kampanye alat musik tradisional dari bambu di Jawa Barat?

### 3. Orisinalitas

Dalam pembuatannya, terdapat beberapa karya yang menjadi referensi dan inspirasi penulis untuk membuat perancangan karya sebagai berikut.

Karya dari Perancangan Perancangan Video Edukasi Kesenian Jawa Karawitan Dalam Bentuk Animasi Bagi Anak Usia 5 - 6 Tahun oleh Joshua Xavier tahun 2017. Dalam *motion graphic* tersebut sama-sama berisi tentang pengetahuan atau informasi tentang alat musik tradisional. Terdapat juga satu karakter yang berperan untuk menjelaskan informasi dari masing-masing

alat musik tersebut. Dengan adanya karakter, target seakan memiliki teman untuk mengetahui alat musik tradisional lebih lanjut. Pada bagian alat musik tradisional berbunyi pun, terdapat visual yang mendukung. Pada karya ini penulis juga terinspirasi dari warna yang disajikan.

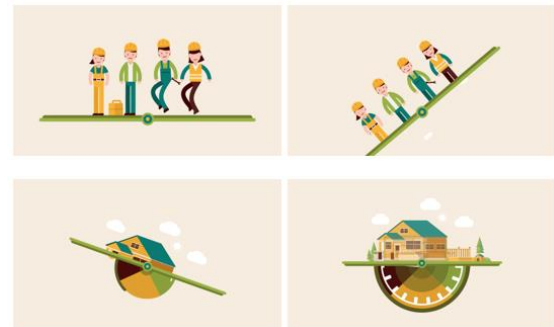


Gambar 1. Penjelasan Sebelum Menjelaskan Alat Musik  
Sumber: Youtube.com



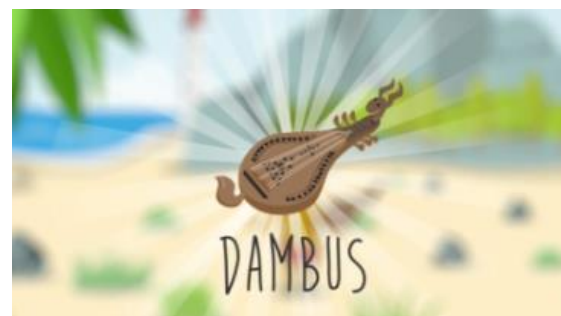
Gambar 2. Menjelaskan Alat Musik  
Sumber: Youtube.com

Kemudian karya dari Karsa Design – Animation & Explainer Video Company yang berjudul *Wood Naturally – Wood Wise* (Infographic Animation Production) tahun 2016. Pergerakan dari karya di atas bisa dijadikan referensi dalam penerapan karya. Transisi pergantian objeknya tidak monoton, disertai dengan adanya perubahan kondisi pada gambar, serta penggunaan visualnya pun dibuat menarik.



Gambar 3. Potongan dari beberapa *scene* Karsa Design – Animation & Explainer Video Company yang berjudul *Wood Naturally – Wood Wise*  
Sumber: Infographic Animation Production

Kemudian karya dari Perancangan Video Animasi *Motion graphic* Dambus Bangka Belitung oleh Akbar Yanuardi Adieta tahun 2016. Pada karya ini penulis melihat bahwa penggunaan font sanserif baik dalam perancangan *motion graphic* ini. Karena target untuk anak-anak jadi terlihat santai dan tidak terlalu tegas.



Gambar 4. *Motion graphic* Dambus  
Sumber: Youtube.com

#### 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Tujuan dari perancangan *motion graphic* ini adalah menciptakan karya yang memberikan informasi atau pengetahuan tentang Karinding dan Celempung yang berasal dari Jawa Barat serta melestarikan kedua alat musik tersebut dalam bentuk *motion graphic*.

- 2) Manfaat perancangannya adalah:
- Bagi Peneliti  
Peneliti dapat menambah wawasan tentang pembuatan *motion graphic* yang baik dan menarik agar yang dikomunikasikan sampai kepada target.
  - Bagi Institusi  
Dapat menjadi bahan literatur dan pustaka bagi mahasiswa yang terkait dan membutuhkannya.
  - Bagi Pengetahuan  
Dapat menjadi bahan pembelajaran, pedoman, dan pengembangan dalam ilmu komunikasi visual.
  - Bagi Masyarakat Desain  
Dapat menjadi bahan penambahan wawasan dan pengetahuan kepada mahasiswa desain tentang pembuatan *motion graphic* yang baik dan menarik visual, dan penerapan unsur serta elemen-elemen desain, agar pesan dari kampanye sosial dapat sampai kepada targetnya.

## B. KONSEP PERANCANGAN

Pada proses ini dibagi menjadi 3 tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

### 1. Pra produksi

#### a. *Storyline*

*Opening*: Gelap, ada dentuman dari suara Karinding dan Celempung.

Perkenalan: Bambam muncul dari sudut kiri bawah sambil bertanya apa mengetahui suara yang baru saja terdengar, kemudian

memperkenalkan diri dan memberi tau nama alat musik tersebut, lalu keluar judul *KARINDING*. Terdapat suara karinding dan Bambam menjelaskan daerah asalnya. Menjelaskan sejarah singkat karinding dan fungsinya. Menjelaskan cara memainkan dan suaranya.

Menjelaskan bahan pembuatnya.

#### *CELEMPUNG*

Menjelaskan sejarah singkat karinding dan fungsinya. Menjelaskan cara memainkan dan suaranya. Menjelaskan bahan pembuatnya  
*Ending*: Bambam muncul lagi dan mengingatkan untuk melestarikan budaya, kemudian berpamitan.

#### b. Reverensi Visual

Sebelum pembuatan *storyboard* diperlukan adanya referensi visual untuk memberikan gambaran terhadap gambaran terhadap ilustrasi yang dibuat.



Gambar 5. Referensi Visual  
Sumber: Google

#### c. *Storyboard* dan naskah *script voice over*

Pembuatan *storyboard* pertama-tama dilakukan dengan sketsa manual, kemudian ke tahap digital. Untuk pembuatan naskah *script voice over* diperlukan tabel yang di dalamnya terdapat naskah dan gambar. Naskah yang

dibuat disesuaikan dengan gambarnya dan *storyline*.



Gambar 6. Sketsa manual *Storyboard*







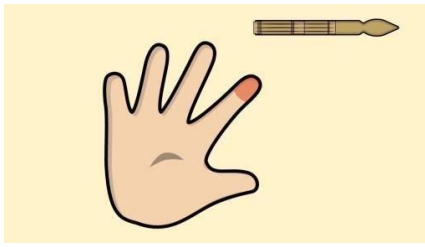

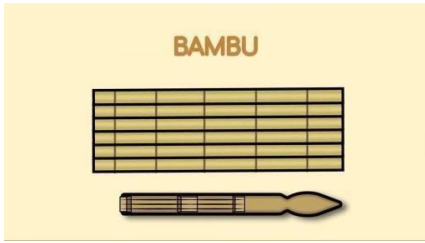
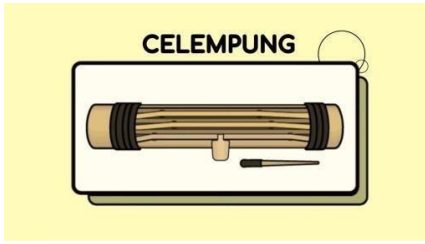

Gambar 7. Digital Storyboard

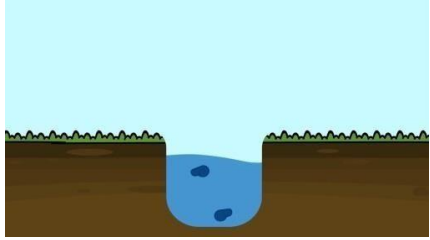
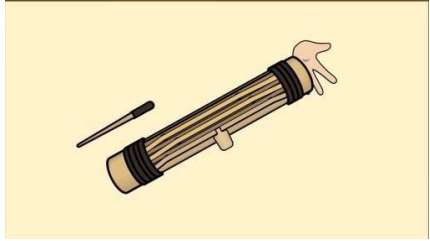

Tabel 1. *Storyboard* dan *Script Voice Over*

DESKRIPSI	STORYBOARD	SCRIPT VOICE OVER
<p>Awal mulanya ada efek dentuman efek dari suara alat musik. Lalu muncul Bambam</p> <p><b>Scene</b> : 1 <b>Shot</b> : 1</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Still</i></p> <p><b>Durasi</b> :</p> <p>00:00:00 – 00:00:05</p>		<p>“Kalian tahu nggak itu suara apa?”</p>
<p>Bendera muncul seakan melayang</p> <p><b>Scene</b> : 2 <b>Shot</b> : 1</p> <p><b>Kamera</b> : <i>Pen down</i></p> <p><b>Durasi</b> :</p> <p>00:00:05 – 00:00:08</p>		<p>“Itu adalah suara alat musik tradisional...”</p>
<p>Bendera melayang menuju peta Indoensia dan masuk ke daerah Jawa Barat</p> <p><b>Scene</b> : 2 <b>Shot</b> : 2</p>		<p>“...Indonesia tepatnya dari....”</p>



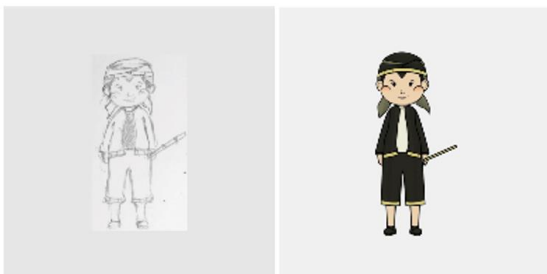
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:00:08 – 00:00:10		
Jawa Barat membesar ke arah luar.		<p>“....Jawa Barat.”</p>
<b>Scene :</b> 2 <b>Shot :</b> 3		
<b>Kamera :</b> <i>Pen Right</i>		
<b>Durasi :</b> 00:00:10 – 00:00:12		
Visual alat musik dan judul muncul.		<p>“Namanya Karinding dan Celempung. Sebelumnya perkenalkan, namaku Bambam.”</p>
<b>Scene :</b> 2 <b>Shot :</b> 4		
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:00:12 – 00:00:21		
Penjelasan kapan Karinding ditemukan.		<p>“Nah ini adalah alat musik yang bernama Karinding. Karinding muncul pada abad ke 14.”</p>
<b>Scene :</b> 3 <b>Shot :</b> 1		
<b>Kamera :</b> <i>Zoom in</i>		
<b>Durasi :</b> 00:00:21 – 00:00:30		
Sejarah singkat kegunaan Karinding zaman dulu.		<p>“Dahulu, Karinding ini sering digunakan oleh banyak orang tua atau petani sebagai alat untuk mengusir hama di sawah.”</p>
<b>Scene :</b> 4 <b>Shot :</b> 1		
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:00:30 – 00:00:37		
Kegunaan Karinding zaman sekarang.		<p>“Namun sekarang, Karinding lebih berperan sebagai hiburan.”</p>
<b>Scene :</b> 4 <b>Shot :</b> 2		
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:00:37 – 00:00:42		

Penjelasan cara bermain Karinding.		<p>“Cara memainkannya dengan jari telunjuk.”</p>
<p><b>Scene :</b> 5 <b>Shot :</b> 1</p>		
<p><b>Kamera :</b> <i>Still</i></p>		
<p><b>Durasi :</b> 00:00:42 – 00:00:45</p>		
Penjelasan cara bermain Karinding.		<p>“Ruas tengahnya diletakkan di mulut dan telunjuk memukul ujung Karinding.”</p>
<p><b>Scene :</b> 5 <b>Shot :</b> 2</p>		
<p><b>Kamera :</b> <i>Still</i></p>		
<p><b>Durasi :</b> 00:00:45 – 00:00:50</p>		
Penjelasan bahan untuk membuat Karinding.	<p style="text-align: center;"><b>BAMBU</b></p> 	<p>“Karinding ini terbuat dari pelepah aren yang panjang 10 – 20 cm, namun pelepah aren semakin langka. Kemudian bambu menjadi bahan utama Karinding.”</p>
<p><b>Scene :</b> 6 <b>Shot :</b> 1</p>		
<p><b>Kamera :</b> <i>Still</i></p>		
<p><b>Durasi :</b> 00:00:50 – 00:01:02</p>		
Celempong muncul.	<p style="text-align: center;"><b>CELEMPUNG</b></p> 	<p>“Selain Karinding ada juga Celempong.”</p>
<p><b>Scene :</b> 7 <b>Shot :</b> 1</p>		
<p><b>Kamera :</b> <i>Still</i></p>		
<p><b>Durasi :</b> 00:01:02 – 00:01:05</p>		
Tidak diketahui kapan awal mula Celempong tercipta.		<p>“Namun tidak diketahui kapan diciptakannya.”</p>
<p><b>Scene :</b> 7 <b>Shot :</b> 1</p>		
<p><b>Kamera :</b> <i>Still</i></p>		
<p><b>Durasi :</b> 00:01:05 – 00:01:10</p>		
Sejarah singkat asal mula		<p>“Dahulu anak kecil suku</p>

Celempong.		<p>Sunda bermain dengan membuat lubang di tanah lalu diisi air. Ketika sebuah benda dijatuhkan ke dalam lubang itu, erdengar bunyi Celempong.”</p>
<b>Scene :</b> 9 <b>Shot :</b> 1		
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:01:10 – 00:01:20		
Penjelasan singkat bahan pembuatan Celempong dan cara bermain Celempong.		<p>“Celempong terbuat dari bambu yang pada ujung pemukulnya diberi kain tipis. Cara memainkannya dengan tangan memukul ujung Celempong dan pemukul memukul pada badan Celempong.”</p>
<b>Scene :</b> 10 <b>Shot :</b> 1		
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:01:20 – 00:01:33		
Penutup.		<p>“Unik bukan alat musik tradisional Indonesia? Jadi udah tertarik belum untuk mainin alat musik ini.”</p>
<b>Scene :</b> 11 <b>Shot :</b> 1		
<b>Kamera :</b> <i>Still</i>		
<b>Durasi :</b> 00:01:33 – 00:01:44		

## 2. Produksi

### a. Desain Karakter

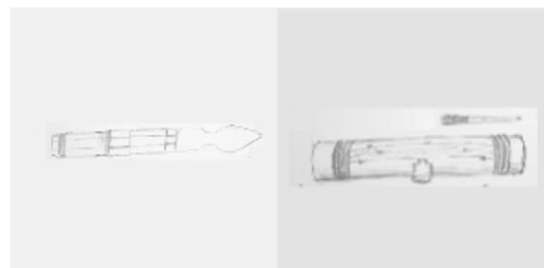


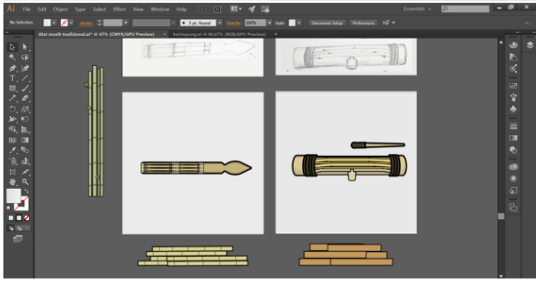
Gambar 8. Sketsa dan Digital Karakter

Kemudian sketsa ini dibuat dalam bentuk digital dengan menggunakan *Adobe Illustrator*. Desain karakter ini dirancang dengan memisahkan beberapa bagian tubuh agar lebih mudah untuk nantinya digerakkan dalam pembuatan *motion graphic*.

### b. Desain Alat Musik Tradisional

Selain bentuk alat musik tradisionalnya, dibuat juga ilustrasi dari bahan pembuatan alat musik tradisional itu sendiri yaitu bambu. Bambu yang dijadikan ilustrasi juga berbagai macam, dari bambu yang masih berwarna hijau dan ada daunnya atau pun bambu yang coklat.

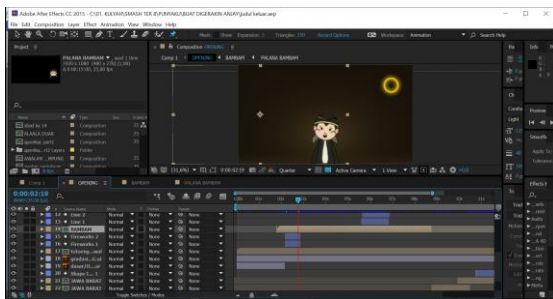




Gambar 9 Sketsa Manual dan Digital Alat Musik

### c. Proses Animasi

Setelah ilustrasi dibuat, tahap selanjutnya dilakukan proses animasi. Pada proses animasi ini dilakukan dengan menggunakan *Adobe After Effect* dengan input prpjek dari *Adobe Illustrator* yang sudah dibuat sebelumnya.



Gambar 10. Proses Animasi Per-Compotition

### d. *Dubbing Voice Over*

Merupakan proses pengambilan suara *dubbing* yang dilakukan dengan mengikuti naskah *Voice Over* yang telah dibuat.

## 3. Pasca produksi

### a. Tahap Editing

Menyatukan *compotition scene* video dari *After Effect*, kemudian menuju *Adobe Premiere* dilakukan proses editing dan juga menggabungkan suara *Voice Over* dengan scene video yang telah dirangkai.

### b. *Rendering*

Merupakan tahap menjadikan potongan – potongan video menjadi video berukuran

utuh. *Rendering* dilakukan dua kali pertama pada *Adobe After Effect*, kemudian setelah proses editing dan audio *render* dilakukan pada *Adobe Premier*. *Output* yang digunakan adalah *mp4* dengan resolusi  $1980px \times 1080px$ ,  $25fps$ .

### c. *Preview*

Tahap *preview* karya kepada target sasaran konsumen dengan melakukan pameran online pada Website resmi FDSK dan media sosial serta pada *platform* digital lainnya

## C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Metode penelitian dilakukan dengan cara kualitatif, mengumpulkan datanya melalui studi literatur dan observasi lewat buku-buku, artikel, *youtube*, dan juga *website* tentang alat musik tradisional, dikumpulkan data-data yang relevan dengan dengan alat musik tradisional, serta studi referensi dari beberapa karya serupa yang sudah dibuat sebelumnya.

Data - data yang dikumpulkan adalah tentang sejarah singkat Karinding dan Celempung, bahan pembuatannya, cara memainkan Karinding dan Celempung, serta suara dari kedua alat musik tersebut.

### 1. Data

Informasi tentang alat musik tradisional tersebut akan dikemas dalam bentuk infografis bergerak atau *motion graphic*. Melihat kecenderungan target di era digital saat ini, dan berdasarkan data yang dilihat dari *websindo.com* bahwa pengguna

internet saat ini lebih sering melihat konten berupa audio visual.

a. Infografik

Merupakan representasi visual yang grafis informasi, data yang atau pengetahuan dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas.

b. *Motion graphic*

Dilihat dari jurnal Azizar (2018), tentang *motion graphic*, pentingnya informasi akan menentukan elemen mana yang akan ditonjolkan dan bagaimana informasi tersebut akan dituliskan dalam suatu desain.

2. Konsep Visual

a. Prinsip Animasi

Terdapat 12 prinsip animasi yang berguna dalam perancangan yang dilakukan, prinsipnya antara lain ada *Squash and stretch*, *Anticipation*, *Staging*, *Straight Ahead Action and Pose to Pose*, *Follow Through and Overlapping Action*, *Slow In and Slow Out*, *Arcs*, *Arcs*, *Secondary Action*, *Timing*, *Exaggeration*, *Solid Drawing*, *Appeal*

b. Ilustrasi

Menurut Adi Kusrianto (2007: 111) dalam jurnal (Dwi, 2018), ilustrasi dapat membantu orang yang melihat untuk mengimajinasikan sebuah tulisan yang terkandung di dalamnya. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah ilustrasi 2 dimensi

c. Tipografi

Dalam hal ini, tipografi bekerja sebagai ilmu atau strategi yang melibatkan metode

kerja penataan, bentuk, ukuran, dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu. Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah *sans serif* yang bernama Comfortaa.



Gambar 11. Proses Animasi Penggabungan *Compositions*

d. Warna

Warna dapat didefinisikan secara objek/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagaian dari pengalaman indra penglihatan. Berikut adalah warna-warna yang digunakan dalam



Gambar 12. Palet warna yang digunakan

**D. ULASAN KARYA DESAIN**

KARIMPUNG merupakan judul video *motion graphic* yang berasal dari singkatan Karinding dan Celempug. Karinding dan Celempug ini sendiri adalah alat musik

tradisional Indonesia yang tepatnya dari Jawa Barat. Alat musik ini juga terbuat dari bambu. Kedua alat musik ini masih belum banyak diketahui oleh orang-orang terutama anak-anak.



Gambar 13 Pameran Online Galeri FDSK

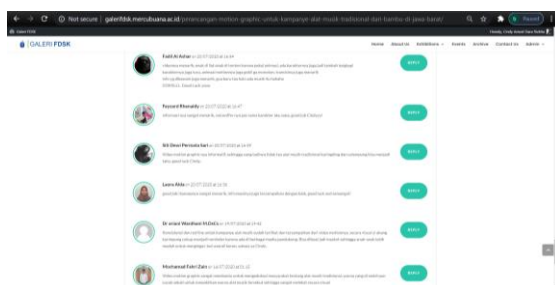
Kegiatan uji desain ini dilakukan dengan melakukan pameran *online* pameran virtual pada sebuah wadah untuk menunjang tugas akhir mahasiswa/i FDSK ditengah situasi genting pandemi saat ini yaitu *website* Galeri FDSK.

Nama Acara : Jumpa Maya

Hari/Tanggal : Sabtu, 14 Juli 2020

Di galerifdsk.mercubuana.ac.id

Terdapat juga beberapa respon dari audiens terhadap karya pada pameran virtual ini.



Gambar 14. Respon Audiens

## E. KESIMPULAN

### 1. Kesimpulan

Melalui data-data yang di dapat, ternyata pengenalan dan pemberian alat musik tradisional khususnya Karinding dan

Celempung ini masih sangat kurang, yang menyebabkan berkurangnya pelestarian atau yang mengetahui tentang alat musik tersebut. Dilihat juga dari data bahwa anak-anak sekarang sering menggunakan media sosial dan sering membuka konten audio visual. Maka pembuatan *motion graphic* ini menjadi pilihan perancangan untuk media penyampaian informasi dan untuk meningkatkan pelestarian budaya, khususnya melestarikan Karinding dan Celempung.

### 2. Saran

Dari hasil pameran banyak yang memberi saran mengenai video *motion graphic* ini. Semoga dengan adanya video ini dapat membantu arget dalam pengenalan alat musik tradisional khususnya Karinding dan Celempung.

## F. DAFTAR PUSTAKA

Adinegoro, A., Prahara, G. A., & Wirasari, I. (Agustus, 2015). Perancangan Kampanye Gerakan Sejuta Data Budaya Di Kota Bandung, *e-Proceeding of Art & Design*, Vol 2 (2). 312 – 318.

Dutaningtyas, V. (2016). “Pengembangan Ensiklopedia Alat Musik Tradisional Pulau Jawa”. [Skripsi]. Yogyakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Ilmu Pendidikan, Universitas Santa Dharma Yogyakarta.

Kasra Design. (2016, Januari 19). Wood Naturally - Wood Wise (Infographics Animation Production). Diambil dari: [https://www.youtube.com/watch?v=X\\_93H\\_60PIs](https://www.youtube.com/watch?v=X_93H_60PIs)

Rachmat, T. M. (2014). “Kampanye Manfaat Permainan Tradisional Sunda”. [Disertasi Doktor]. Bandung: Universitas Widyatama.



Ruang kolaborasi. (2016, 9 April). Motion Graphic Video of Wonderful Indonesia. Diambil dari: <https://www.youtube.com/watch?v=UGfptUhQ4II>

Tedjasendja, G. A., & Dharmadi, S. (2015). Kajian Pelestarian Alat Musik Angklung dalam Bentuk Kampanye Sosial. *Jurnal Rupa Rupa Vol.4* (1), 109-117.

Xavier, J. (2018, 2 Juni). Belajar Mengenal Karawitan (Animasi 2D untuk anak-anak). Diambil dari: <https://www.youtube.com/watch?v=mVVfsiczLac>

### G. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tugas akhir dan menyusun laporan tugas akhir ini dengan baik, serta tepat pada waktunya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua belah pihak atas bantuan yang telah diberikan selama penyusunan tugas akhir ini selesai. Secara khusus rasa terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala kemurahan dan kasih-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan lancar dan penuh rasa syukur.
2. Kepada Enyak dan Ayah dari penulis, terimakasih atas segala dukungan, kasih sayang, jerih payah dan doa yang selalu menyertai penulis sejak awal

menempuh pendidikan sampai akhirnya dimasa akhir pendidikan.

3. Kepada Ibu **Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn** selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Koordinator Tugas Akhir.
4. Kepada Bapak **Edwar Juanda, S.Ds., M.Ikom** sebagai dosen pembimbing penulis yang selalu memberi arahan positif kepada penulis sehingga penulis layak untuk menyelesaikan perancangan dan laporan tugas akhir.
5. Kepada Tim Track Record Subang yang telah mengizinkan instrumen suara alat musik tradisionalnya digunakan.
6. Kepada teman-teman DKV 2015 terkhusus untuk kak Christin dan kak Ria dan teman-teman 2016, dan kak Feyzard Rhenaldy yang bersedia menjadi voice over.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar pada laporan ini, oleh karena itu penulis memberikan ruang kepada pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang dapat membangun penulis. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, yang dapat meningkatkan pengetahuan pembaca dan bagi pengembangan dunia pendidikan dan desain pada umumnya.

# Author Guidelines

## **Panduan Penulis**

Penulis wajib menyerahkan makalah pada ANGGADA Jurnal Desain dan Seni berupa makalah yang telah dikoreksi dan disesuaikan dengan format. Naskah diterima dengan pengertian bahwa naskah tersebut adalah versi asli atau versi tambahan dari makalah yang diterbitkan sebelumnya dalam konferensi dan atau jurnal lain atau dengan kata lain telah dirilis untuk publikasi terbuka (*on-line*). Sebelum penyerahan pastikan bahwa makalah Anda telah disiapkan dengan menggunakan Template Artikel.

Penulis harus mengacu pada ketentuan (format) dan gaya selingkung dari ANGGADA: Jurnal Desain dan Seni yang terdapat pada [Template Artikel](#). Hal ini akan memastikan bahwa kesesuaian tersebut akan mengacu ke proses selanjutnya menuju tahap publikasi.

Makalah yang tidak memenuhi persyaratan sesuai pedoman tidak akan diproses dalam artian hanya menjadi isi dari bank data dari ANGGADA Jurnal Desain dan Seni.

Untuk memastikan keaslian artikel, penulis didorong untuk menggunakan perangkat lunak Anti-Plagiasi dan harus mengirimkan Pernyataan Keaslian sebagai file tambahan di bawah kiriman mereka.

## **SISTEMATIKA KHUSUS PENULISAN JURNAL ANGGADA**

### **ABSTRAK**

Berisi intisari dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, berupa penjelasan singkat, lengkap dan jelas tentang tujuan perancangan, metodologi, dan hasil karya desain sesuai dengan topik perancangan masing-masing.

Abstrak disusun dalam kalimat yang efektif dan efisien, terdiri dari maksimal 3 alinea, diketik 1 spasi, maksimal 300 kata atau  $\frac{3}{4}$  halaman. Tambahkan kata-kata kunci (**keywords**) pada baris terakhir.

### **A. PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang**

Pada bagian Latar Belakang diawali dengan penjelasan judul agar pembaca memahami istilah-istilah asing. Selanjutnya uraian tentang hal-hal spesifik yang mendorong atau menjadi alasan terciptanya ide/ inspirasi. Penjelasan penting dari ide yang akan diwujudkan.

#### **2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah mempertanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan suatu penelitian, dimana nantinya jawaban dari pertanyaan inilah yang akan menjadi hasil penelitian itu.

#### **3. Orisinalitas**

Orisinalitas bisa dirunut berdasarkan subjek/tema, materi subjek, ide, bentuk/konsep/cara ungkapan, dan media/teknik. Dalam pemaparan orisinalitas belum cukup hanya diberikan penjelasan bersifat subjektif/ internal, seperti pengakuan penulis bahwa ia tidak meniru karya siapapun, tetapi perlu membuat komparasi dengan karya-karya terdahulu/ seniman lainnya yang menggarap subjek tema/ ide serupa, atau dengan gaya serupa.

#### **4. Tujuan dan Manfaat**

- 1) Tujuan, berisi pemikiran yang berkaitan langsung dengan karya seni yang akan diciptakan (ide dan bentuk/wujudnya), permasalahan bidang ilmu/cabang seni. Contoh: Menciptakan karya lukisan yang mengungkapkan kontradiksi budaya tradisional dan modern dengan gaya surealistik menggunakan cat minyak diatas kanvas.
- 2) Manfaat, jika tujuan tercapai apa manfaat bagi diri sendiri, masyarakat, bidang ilmu/ cabang seni, lembaga.

## **B. KONSEP PERANCANGAN**

### **1. Kajian Sumber Perancangan**

Kajian Sumber Perancangan, diawali dengan definisi/ pengertian subjek kajian dan lingkungannya. Disini dilakukan kajian terhadap berbagai sumber yang memberi inspirasi dan menunjang gagasan dan perwujudannya, bisa bersumber dari alam, lingkungan sosial, lingkungan budaya, dan karya-karya seni. Bahan-bahan bisa didapat dari hasil observasi, data pustaka, rekaman (foto, CD, VCD, diskografi), dan yang lain-lainnya.

Fakta-fakta yang dikemukakan diusahakan diambil dari sumber aslinya, karena nilai validitasnya tinggi. Setiap sumber yang dikaji harus disebutkan nama pengarang/ penciptanya dan tahun terbitan/ terciptanya.

### **2. Landasan Perancangan**

Landasan Perancangan, penjelasan singkat tentang paradigma, landasan teori atau faham yang dipilih yang menjadi dasar yang kuat dalam penciptaan karya seni. Contoh: Teori bermain anak, realisme, surealisme, simbolik dan abstrak. Bagian ini berkaitan erat dengan ide/ tujuan dan kajian sumber.

Bagian ini sama dengan landasan teori yang digunakan untuk menyusun kerangka berpikir sebelum dilakukan pendekatan dan analisis terhadap subjek penelitian atau pengkajian seni.

### **3. Tema/Ide/Judul**

Penjelasan singkat tentang tema, ide, dan judul karya seni.

### **4. Konsep Perwujudan/ penggarapan**

Pemikiran yang berkaitan dengan bagaimana mentransformasikan ide menjadi wujud karya seni. Dalam bagian ini dapat dijelaskan bagaimana elemen bentuk dan pendukungnya akan disusun dan diperlakukan sejalan dengan landasan penciptaan dan idenya.

## **C. METODE/ PROSES PERANCANGAN**

Dalam garis besar proses penciptaan desain/ karya seni dapat terdiri dari tiga tahap penting: tahap ide, tahap perancangan, dan tahap pelaksanaan. Walaupun demikian

tahap-tahap tersebut dapat lebih dielaborasi sebagaimana dua model di bawah ini. Metode penciptaan diketahui sebagai cara mewujudkan karya seni secara sistematis. Salah satu contoh metode dan tahap-tahap dalam penciptaan seni (tari) yang diacu dari pandangan Hawkins (1991) adalah meliputi:

- 1) Eksplorasi: (a) penetapan tema, ide, dan judul karya; (b) berfikir, berimajinasi, merasakan, menanggapi dan menafsirkan tema terpilih.
- 2) Improvisasi/Eksperimentasi: (a) memilih, membedakan, mempertimbangkan, menciptakan harmonisasi dan kontras-kontras tertentu, (b) menemukan integritas dan kesatuan dalam berbagai percobaan.
- 3) Pembentukan/pewujudan: (a) menentukan bentuk ciptaan dengan menggabungkan simbol-simbol yang dihasilkan dari berbagai percobaan yang telah dilakukan, (b) menentukan kesatuan dan parameter yang lain, seperti gerak dan iringan, busana, dan warna, (c) pemberian bobot seni, dramatisasi, dan bobot spiritualitas.

Contoh/model yang lain sebagaimana yang ditawarkan oleh Konsorsium Seni, meliputi:

- 1) Persiapan, berupa pengamatan, pengumpulan informasi dan gagasan
- 2) Elaborasi, untuk menetapkan gagasan pokok melalui analisis, integrasi, abstraksi, generalisasi, dan transmudasi
- 3) Sintesis, untuk mewujudkan konsepsi karya seni
- 4) Realisasi konsep ke dalam berbagai media seni, dan
- 5) Penyelesaian, ke dalam bentuk akhir karya seni.

Mengingat keunikan masing-masing cabang desain dan seni, maka materi kegiatan dan uraiannya disesuaikan dengan minat utama yang dipilih mahasiswa. Selain itu, dalam kenyataannya tahap-tahap itu tidak selalu berurutan bahkan kadangkala saling tumpang tindih, dan hasil akhirnya tidak sama sebangun dengan rancangannya, mengingat ada ciptaan yang sangat terencana (misal bidang Desain), dan ada

yang sangat improvisatif.

#### **D. ULASAN KARYA**

Bagian ini menyajikan ulasan tentang Desain/ karya seni yang telah diciptakan dan telah disajikan dalam pameran atau pertunjukan. Penampilannya bisa dalam bentuk foto, tabel, grafik atau partitur disertai deskripsi yang melengkapi ulasan yang dikemukakan. Dalam hal ini, foto-foto dokumentasi yang merekam suasana pameran atau bagian-bagian adegan pertunjukan perlu ditampilkan. Mahasiswa di samping mengulas aspek-aspek wujud karya dan penggarapannya yang tampak (visual maupun visible), juga mengulas yang tak tampak dan tak terlihat (intangible dan invisible) dari karya seni yang diciptakannya, kendala, kemungkinan teknis dan inovatif yang bisa diproyeksikan. Setelah memperoleh masukan atau kritik dari para pengunjung/penonton pameran/pertunjukan, khususnya dari dewan penguji, dengan sendirinya ada penambahan dan penyempurnaan dalam ulasan atau hasil evaluasi dalam laporan atau pertanggungjawaban tertulis karya seninya.

#### **E. PENUTUP**

##### **1. Kesimpulan**

Uraian singkat dalam garis besar, yaitu: (a) Kesimpulan umum apakah karya seni yang diciptakan telah sesuai benar dengan tujuan penciptaan, atau ada hal-hal tak terduga; (b) Adakah ide-ide atau masalah baru yang muncul (c) Hal-hal apa saja yang menunjang proses penciptaan; dan d) Hal-hal yang menghambat/ mengganggu proses penciptaan.

##### **2. Saran-saran**

Saran-saran ini ditujukan bagi diri sendiri maupun pembaca, yaitu bagaimana mengantisipasi ke depan sehubungan dengan masalah/ide-ide baru yang muncul dan bagaimana menghindarkan atau memperkecil hambatan yang mungkin muncul.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

Susunlah daftar berdasar abjad nama atau nomor pengarang dari semua pustaka yang

dirujuk dalam naskah. Penulisan Daftar Pustaka menggunakan aturan umum yang berlaku yakni: nama pengarang (nama belakang plus inisial nama depan); judul makalah (atau buku); nama jurnal (jangan disingkat bila Anda tidak yakin akan sistem yang benar) atau nama penerbit; tahun publikasi; nomor terbitan (untuk jurnal); halaman pertama-halaman akhir artikel atau bagian (bab) buku yang dirujuk. Ketentuannya yaitu:

1) Daftar referensi disusun alfabetik sesuai dengan nama penulis atau nama institusi.

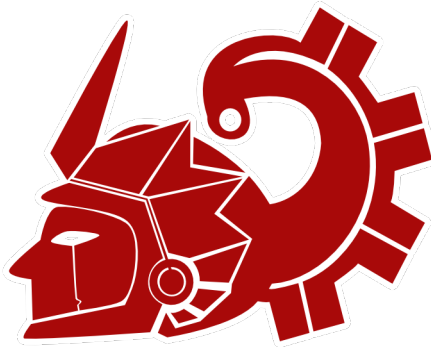
2) Mengacu pada sistem penulisan referensi APA (American Psychological Association) Edisi 6 yang telah di-Indonesiakan.

3) Seluruh list dalam Daftar Pustaka menggunakan spasi 1. Antara urutan pertama dengan berikutnya dalam Daftar Pustaka .

#### **G. UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih pada penulisan artikel jurnal dapat ditujukan bagi penyandang dana, institusi yang memfasilitasi penelitian/ penulisan jurnal, atau narasumber.





# an gg g a d a

Jurnal Karya Mahasiswa Desain

PERANCANGAN INTERIOR SALON & SPA MARTHA TILAAAR  
DI JAKARTA

*Universitas Mercu Buana*  
Novia Ambarwati dan Zulfiska Nadaa

PERANCANGAN ULANG INTERIOR HOTEL BUSINESS  
GRAND CEMPAKA DI JAKARTA

*Universitas Mercu Buana*  
Rozzy Kerta Atmaja dan Emilius Heri H

PERANCANGAN INTERIOR SAPHIRE BLUE SKY LOUNGE  
PADA BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU

*Universitas Mercu Buana*  
Mega Gumelar dan Rr. Chandrarezky Permatasari

DESAIN ALTERNATIF ALAT PENJEMUR PAKAIAN  
YANG ADA DI PASARAN

*Universitas Mercu Buana*  
Ika Nuning Kumalasari dan Edy Muladi

PERANCANGAN KURSI PORTABLE UNTUK MAKE-UP ARTISTS

*Universitas Mercu Buana*  
Nurhazizah dan Vania Aqmarani Sulaiman

SEPATU UNTUK MELINDUNGI KAKI PENDERITA DIABETES

*Universitas Mercu Buana*  
Muhamad Galih Tri Laksono dan Indah Fitriana Hapsari

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL PELESTARIAN  
CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK "CERITA DARI"

*Universitas Mercu Buana*  
Hendra Saputra dan Nandang Wahyu A.B

PERANCANGAN VISUAL ILUSTRASI PADA BUKU NOVEL  
"MAHAKURAWA 1 : CAKRA MANGGILINGAN"

*Universitas Mercu Buana*  
Mohammad Algie Eka Saputra dan Wilsa Pratiwi

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK.COM SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI PEREMPUAN INDONESIA

*Universitas Mercu Buana*  
Muhamad Imam Zahrowi dan Ariani Kusumo Wardhani

PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK KAMPANYE ALAT MUSIK  
TRADISIONAL DARI BAMBUI DI JAWA BARAT

*Universitas Mercu Buana*  
Cindy Amzal Dara Rizkita dan Edwar Juanda

