

p-ISSN : 2477-5134

e-ISSN : 2621-5233

JURNAL DESAIN & SENI

narada

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA (UMB)

Volume 7 Edisi 3 | Desember 2020

**REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA
DALAM ANIMASI BINEKON**

Universitas Mercu Buana
Rinkapati Swatriani

**TINJAUAN PROSES PEMBUATAN ALAT
MUSIK GESEK BETAWI KONGAHYAN**

Universitas Mercu Buana
Imam Firmansyah
Faisal Ibrahim
Irgi Maulana Alfahrezy

**TINJAUAN PROSES KREATIF MAHASISWA
DESAIN PRODUK PADA PROSES DESAIN
TUGAS AKHIR**

**(STUDI KASUS: TUGAS AKHIR DESAIN
PRODUK MAINAN)**

Universitas Mercu Buana
Hady Soedarwanto

**PERANCANGAN SIGNSYSTEM PADA DESA
SADE LOMBOK TENGAH**

Universitas Bumigora
Alfryan Tribuana P Repi
Sandi Justitia Putra
Danang Adi Wiratama

**PERANCANG FURNITURE RUANG TAMU
TERINSPIRASI DARI HUTAN BAMBUI
SUKOLOLO**

Universitas Surabaya
Salsabila Priongo
Wyna Herdiana

**ANALISA IDENTITAS
"BRANDING KOPI DULU"**

Universitas Mercu Buana
Dwi Ramayanti

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM
WAYANG POTEHI JOMBANG SEBAGAI UPAYA
KONSERVASI BUDAYA**

Universitas Ma Chung
Sultan Arif Rahmadianto
Kevin Wibowo

**KAJIAN ELEMEN ESTETIK PADA RUANG
TUNGGU GEDUNG DOKTORAL
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Universitas Mercu Buana
Anggi Dwi Astuti

**STRATEGI BRANDING KOTA SURABAYA
SEBAGAI KOTA SEJARAH, BUDAYA, DAN
PERDAGANGAN**

UPN Veteran Jawa Timur
Aryo Bayu Wibisono, Andrian Ferdi
Ramdhani, Muhamad Baliya B M, Oknisa
Qadrin Saraswati, Natasya Sisca E P, Robby K

DESAIN GANTUNGAN PAKAIAN SUSUN

Universitas Mercu Buana
Andrian Eka Nurstyia

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jl. Meruya Selatan No.1, Kembangan Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11650

T : 021 584 084 0816

F : 021 587 0727

<http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada>



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI - A

PENANGGUNG JAWAB

Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.DsCs

PIMPINAN REDAKSI

Ali Ramadhan, S.Sn., M.Ds

DEWAN REDAKSI

Edy Muladi, Ir., M.Si

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

Rr Chandrarezky Permatasari, S.Sn., M.Ds

Rika Hindraruminggar, S.Sn., M.Sn

Waridah Muthi'ah, S.Ds., M.Ds

ADMINISTRASI

Nukke Sylvia, S.Sn., M.Ds

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

PENINJAU (REVIEWER)

Dr. Elda Franzia Jasjfi, S.Sn., M.Ds

Dr. Lala Palupi Santyaputri S.Sn. M.Si

Dr. Ir Yuke Ardhiati, MT., IAI

Hady Soedarwanto, ST., M.Ds

Nina Maftukha, S.Pd., M.Sn

Prof. Dr. Nanang Rizali, MSD

Tunjung Armadi S P, Drs., 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.narada@mercubuana.ac.id
Publikasi online:
<http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada>

ARTIKEL JURNAL

NARADA adalah jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta. Jurnal ini sebagai wadah untuk mempublikasikan tulisan ilmiah: hasil penelitian, hasil pemikiran (gagasan konseptual), hasil perancangan karya desain, referensi buku bidang desain dan seni; dalam cakupan bidang: desain interior, desain produk, desain grafis, desain multimedia, desain komunikasi visual, fotografi desain fashion, seni terapan, HAKI Desain, Hak Cipta Desain serta bidang-bidang perluasan dari peminatan seni lainnya.

Jurnal NARADA terbit 3 kali setahun setiap bulan April, September, dan Desember.

Redaksi menerima artikel yang membahas isu-isu dalam dunia desain dan seni, tinjauan dan kritik teori, serta hasil perancangan karya. Artikel dikirimkan secara online melalui website Jurnal Narada, dengan alamat <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada>. Artikel yang masuk akan melalui proses seleksi, review, dan penyuntingan oleh Dewan Redaksi dan Reviewer.

Abstrak maksimal 150 kata dalam bahasa Inggris maupun artikel berbahasa Indonesia. Semua catatan, gambar, tabel, kutipan, serta parafrase dalam artikel tersusun rapi dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.

Penulis artikel harap menulis identitas diri seperti nama lengkap, asal institusi/organisasi, alamat e-mail, serta nomor telepon/fax. Artikel tidak boleh merupakan karya plagiasi atau pernah dimuat di publikasi karya ilmiah lain, yang dibuktikan dengan melampirkan Surat Pernyataan Keabsahan Karya Ilmiah.

DAFTAR ISI

- 287 REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA DALAM ANIMASI BINEKON
Rinkapati Swatriani
Universitas Mercu Buana
- 307 TINJAUAN PROSES KREATIF MAHASISWA DESAIN PRODUK PADA
PROSES DESAIN TUGAS AKHIR (STUDI KASUS: TUGAS AKHIR DESAIN
PROUK MAINAN)
Hady Soedarwanto
Universitas Mercu Buana
- 327 PERANCANGAN FURNITURE RUANG TAMU TERINSPIRASI DARI HUTAN
BAMBU SUKOLILO
Salsabila Prionggo dan Wyna Herdiana
Universitas Surabaya
- 343 PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM WAYANG POTEHI JOMBANG
SEBAGAI UPAYA KONSERVASI BUDAYA
Sultan Arif Rahmadiano dan Kevin Wibowo
Universitas Ma Chung
- 357 STRATEGI BRANDING KOTA SURABAYA SEBAGAI KOTA SEJARAH,
BUDAYA, DAN PERDAGANGAN
Aryo Bayu Wibisono, Andrian Ferdi Ramdani, Muhammad Bali B M, Oknisa
Qadrin Sarwati, Natasya Sisca E P, dan Robby K
UPN Veteran Jawa Timur
- 379 TINJAUAN PROSES PEMBUATAN ALAT MUSIK GESEK BETAWI
KONGAHYAN
Imam Firmansyah, Faisal Ibrahim, Irgi Maulana Alfahrezy
Universitas Mercu Buana
- 393 PERANCANGAN SIGNSYSTEM PADA DESA SADE LOMBOK TENGAH
Alfryan Tribuana P Repi, Sandi Justitia Putra, dan Danang Adi Wiratama
Universitas Bumigora
- 411 ANALISA IDENTITAS “BRANDING KOPI DULU”
Dwi Ramayanti
Universitas Mercu Buana
- 425 KAJIAN ELEMEN ESTETIK PADA RUANG TUNGGU GEDUNG DOKTORAL
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
Anggi Dwi Astuti
Universitas Mercu Buana
- 439 DESAIN GANTUNGAN PAKAIAN SUSUN
Andrian Eka Nursetya
Malibu 62 Studio

REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA DALAM ANIMASI BINEKON

Oleh:

Rinkapati Swatriani

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana*

rinkapati.swatriani@mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Karakter yang terdapat dalam animasi Binekon merupakan “perwakilan” dari budaya yang ada di Indonesia. Sama halnya dengan sebuah film, animasi juga memiliki unsur konstruksi dan representasi sosial yang ingin dibangun dengan pemberian makna dalam realitas yang terjadi di masyarakat. Peneliti akan fokus membahas mengenai bagaimana penggambaran karakter animasi binekon direpresentasikan dari realitas sosial masyarakat suku/ras Nusantara dengan metode semiotika Pierce. Model segitiga tanda trikotomis atau triadik yang dikemukakan Pierce, digambarkan sederhana dengan tiga titik yaitu tanda, objek, dan intepretan. Tanda dalam penelitian ini adalah karakter yang terdapat dalam animasi binekon, dengan objek yaitu visual yang terdapat pada setiap karakter, kemudian intepretan adalah budaya Nusantara. Dan hasil penelitian menunjukkan setiap karakter yang terdapat dalam animasi Binekon karya Belantara Studio merupakan representasi budaya Nusantara yang mewakili pulau-pulau besar yang ada di Indonesia yaitu Sumi berasal dari Pulau Sumatera, Jabo berasal dari Pulau Jawa, Kale berasal dari Pulau Kalimantan, Sula berasal dari Pulau Sulawesi, dan Papu yang berasal Pulau Papua.

Kata Kunci: Animasi, Semiotika, Representasi.

ABSTRACT

The characters contained in the Binekon animation are "representatives" of the culture that exists in Indonesia. Similar to a film, animation also has elements of construction and social representation that want to be built by giving meaning in the reality that occurs in society. Researchers will focus on discussing how the portrayal of binekon animated characters is represented from the social reality of the ethnic / racial communities of the Archipelago with the Pierce semiotic method. The triadic sign model proposed by Pierce, is depicted simply with three points, namely the sign, object, and interpreter. The hallmarks of this study are the characters found in the animations, with the visuals present in each character, then the intepretant is the archipelago culture. And the results of the study showed every character contained in the Binekon animation by Belantara Studio is a cultural representation of the archipelago that represents the major islands in Indonesia, namely Sumi from Sumatra, Jabo from Java, Kale from Kalimantan Island, Sula from Sulawesi Island, and Papu from Papua Island.

Keyword: Animation, Semiotic, Representation.

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: August 14th, 2020

Revised: November 17th, 2020

Accepted: December 19th, 2020

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia mengenal animasi sejak jaman purba, hal ini dibuktikan dengan

ditemukannya lukisan-lukisan di dinding goa di Spanyol yang menggambarkan “gerakan” dari binatang-binatang. Bangsa Mesir juga mencoba menghidupkan suatu kejadian

dengan gambar-gambar yang dibuat berurutan pada dinding. Sejak saat itu manusia menyadari bahwa gambar bisa dipakai sebagai alternatif dalam komunikasi, lalu timbul keinginan menghidupkan gambar-gambar tersebut menjadi bagian dari ekspresi kebudayaan.

Kata animasi berasal dari Bahasa latin yaitu *anima* yang artinya hidup atau *animare* yang berarti memberikan arwah untuk benda mati yang kemudian kata animasi dialihbahasakan ke dalam Bahasa Inggris menjadi *animate* yang memiliki arti memberi hidup atau *to give live to*, atau *animation* yang artinya ilusi gerakan. Kemudian istilah *animation* berkembang menjadi membuat film kartun, namun dalam Bahasa Indonesia tetap disebut animasi. (Ranang, dkk.2010:9).

Dalam buku “*Animation Fil Concept*” karya Roy Madsen dituliskan bahwa animasi merupakan seni, teknik, dan proses yang di dalamnya melibatkan hal seperti memberi kesan hidup dan bergerak pada benda mati atau benda tidak bergerak dengan teknik sinematografi.

Animasi bukan teknologi yang baru lagi dan saat ini telah digunakan dalam berbagai film-film. Perkembangan animasi di Indonesia juga sudah berkembang, saat ini sudah banyak agency yang mulai merancang animasi baik 2 dimensi maupun 3 dimensi, sebut saja salah satunya adalah Belantara Studio yang sudah membuat beberapa serial

animasi diantaranya adalah Binekon yang berkisah tentang 5 karakter yang mewakili budaya nusantara. Binekon terdiri dari dua kata yaitu bhineka dan ikon yang dapat diartikan secara sederhana bahwa Binekon merupakan animasi yang berisi lima karakter yang mewakili lima pulau besar di Indonesia. Binekon lahir dari ide seorang animator bernama Oktodia Mardoko atau kerap disapa Odi yang bercita-cita ingin anak-anak Indonesia memiliki ikon animasi yang melekat dan sekaligus Animasi Binekon dapat dinikmati melalui kanal berbagi video YouTube dan sudah memiliki 2 episode, yaitu Coconut dan Race.

Saat ini animasi bukan hanya sekedar media hiburan tapi juga menjadi media pendidikan bahkan penyebaran budaya. Animasi menjadi salah satu media massa yang dapat dikonsumsi masyarakat luas dari berbagai usia dan demografi, hal ini dikarenakan animasi dianggap menjadi salah satu media informasi yang efisien dalam memberikan hiburan sekaligus pesan moral dan sosial yang disisipkan dalam adegan serta dialog. Sehingga animasi menjadi salah satu jenis film yang populer di masyarakat.

Sama halnya dengan sebuah film, animasi juga memiliki unsur konstruksi dan representasi sosial yang ingin dibangun dengan memberikan makna dalam realitas yang ada di masyarakat. Karena itu, animasi memiliki kedudukan sebagai media pendidikan nonformal yang dapat

mempengaruhi serta membentuk budaya dalam kehidupan sehari-hari masyarakat melalui kisah yang visualisasinya tidak nyata.

Karakter yang terdapat dalam animasi Binekon merupakan “perwakilan” dari budaya yang ada di Indonesia. Seperti Papu yang terinspirasi dari masyarakat Papua. Karakter ini digambarkan sebagai laki-laki yang aktif dan juga digambarkan sebagai karakter yang mempunyai rasa penasaran yang tinggi, ia tinggal di sebuah rumah yang juga merupakan kendaraan yang disebut “rumah honai” dari Papua. Ke dua ada Sula yang terinspirasi dari hewan tarsius dari Sulawesi. Sula merupakan wanita yang tulus dan ceria, ia tinggal di rumah yang juga merupakan kendaraan yang disebut “rumah tongkongan” dari Sulawesi Barat.

Selanjutnya ada Kale yang merupakan alat pelindung dalam peperangan dari Kalimantan. Kale merupakan laki-laki yang sangat berani tapi juga ceroboh. Ia tinggal di rumah yang sekaligus juga jadi kendaraannya yaitu “rumah banjar bubungan tinggi” dari Kalimantan Selatan. Selain itu juga ada Jabo yang mengenakan pakaian khas Jawa Surja Lurik dan mengenakan blangkon dari Jawa. Jabo merupakan laki-laki selalu terlihat bingung tapi dia sangat bijaksana, ia memiliki rumah yang juga sekaligus menjadi kendaraannya yang disebut “rumah joglo” dari Jawa. Terakhir adalah karakter Sumi yang terinspirasi dari pempek yang merupakan makanan khas Palembang, Sumatera. Sumi

digambarkan sebagai wanita lembut dan penyayang. Ia memiliki rumah yang juga sekaligus menjadi kendaraannya yang disebut “rumah gadang” dari Sumatera Barat.

Permasalahan

Dalam animasi tersebut, lima karakter ini dirancang sebagai representasi nilai budaya yang terdapat di tiap daerah yang diwakilinya. Representasi ini dapat dilihat dalam visualisasi karakter. Oleh karena itu, peneliti akan fokus membahas mengenai bagaimana penggambaran karakter animasi binekon direpresentasikan dari realitas sosial masyarakat suku/ras Nusantara. Visualisasi karakter yang akan dikaji oleh peneliti di antaranya yaitu bentuk karakter, warna-warna yang terdapat dalam karakter, ciri tertentu yang menjadi kekhasan tiap karakter, dan ornament yang karakter miliki. Peneliti melihat bahwa unsur-unsur visual tersebut yang menjadi tanda dalam representasi budaya Nusantara. Setelah penjejelasan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana realitas budaya Nusantara direpresentasikan dalam karakter animasi Binekon?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Representasi

Dalam buku *Studying Culture: A Practical Introduction*, terdapat tiga definisi dari sebuah kata “represent”, yaitu *to stand in for, to speak*

or act on behalf of, to represent. Untuk memahami lebih lanjut mengenai makna dari representasi dan cara bekerjanya dalam budaya masyarakat, Stuart Hall mengembangkan makna representasi. Hall menyatakan, representasi menghubungkan makna dan Bahasa dengan budaya. Representasi merupakan bagian penting dari sebuah proses produksi makna dan pertukaran makna di antara budaya yang ada di masyarakat.

John Fiske mengungkapkan representasi merujuk pada proses suatu peristiwa yang disampaikan dengan komunikasi, bunyi, kata-kata, citra atau kombinasi dari semua itu. Secara sederhana, representasi adalah produksi makna melalui Bahasa. Penggunaan Bahasa melalui simbol-simbol dan tanda tertulis, gambar ataupun lisan, dapat mengungkapkan ide-ide, konsep serta pemikiran mengenai situasi. Hal ini dinyatakan oleh Juliastuti. Representasi adalah proses penggunaan tanda yang menggambarkan, menghubungkan, memproduksi atau memotret sesuatu yang dilihat, dibayangkan, diindra, atau dirasakan dalam bentuk fisik. Dan bahasa memberikan makna dalam sebuah budaya. Budaya yang divisualisasikan dalam sebuah karya film atau animasi dapat dimaknai dengan Bahasa.

Konsep representasi dapat berubah, karena makna selalu dalam proses negosiasi dan menyesuaikan dengan situasi terbaru sehingga selalu ada pandangan dan

pemaknaan baru dalam konsep representasi. Representasi merupakan hasil dari proses penandaan yang membuat sesuatu hal menjadi bermakna. (Juliastuti, 2000).

1. Semiotika Pierce

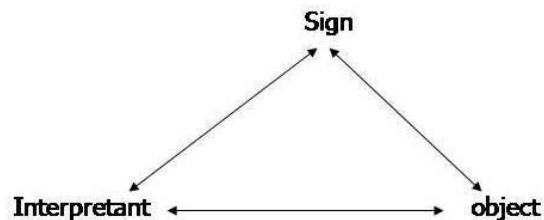
Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda atau gambar atau simbol Bahasa rupa yang di dalamnya terdapat banyak makna. Suatu tanda bisa memiliki makna tertentu bagi sekelompok orang, namun bisa juga tidak memiliki makna bagi kelompok lain. Pierce mengatakan semiotika adalah cabang ilmu tentang tanda seperti pengkajian tanda dan semua yang berhubungan dengan tanda, termasuk sistem tanda dan proses dalam penggunaan tanda.

Perhatian pokok dari semiotika adalah tanda. Tanda itu sendiri merupakan sesuatu yang memiliki ciri khusus. Pertama, tanda harus dapat diamati. Kedua, tanda harus merujuk kepada sesuatu yang lain, artinya bisa mewakili, menggantikan bahkan menyajikan.

Definisi tanda menurut Pierce yaitu:

A sign, or representation, is something which stands to somebody for something in some respect or capacity. It addressed somebody, that is, creates in the mind of that person an equivalent sign which perhaps a more developed sign. That sign which it creates I call intepretant of the firs sign. The sign stands for something, its object stands for that object not an all respects, but in refrerence to sort of idea.

Terdapat tiga unsur dalam tanda Pierce, yaitu representasi (*sign*), objek (*object*), dan interpretasi (*intepretant*). Karena hal ini, definisi tanda milik Pierce dikenal dengan nama triadic. Sesuatu dapat dinamakan representasi (*sign*) jika memiliki dua hal yaitu, pertama sesuatu bisa ditangkap, dengan panca indra atau perasaan atau pikiran, kemudian yang kedua dapat berfungsi sebagai tanda. Representasi dapat berupa apa saja asalkan memiliki fungsi sebagai tanda yang dapat menjadi wakil bagi sesuatu yang lain. Selanjutnya unsur objek adalah komponen yang bisa berupa sesuatu yang tertangkap panca indera, namun bisa juga imajiner. Unsur ketiga adalah interpretasi yang mempunyai istilah lain yaitu *significance*, *signification*, dan *intepretatio*.



Gambar 1. Elemen-elemen Makna dari Peirce
Sumber: Fiske, 2011:63

Gambar triadic di atas sering disebut dengan teori segitiga makna atau *triangle meaning semiotics*. Dalam pandangan Pierce, fungsi tanda merupakan proses konseptual yang akan terus berlangsung dan tak terbatas. Kondisi ini disebut “semiotika tak terbatas”, yaitu rantai makna-keputusan oleh tanda-tanda yang baru menafsirkan tanda sebelumnya.

Berdasarkan objeknya, Pierce (dalam Sobur:41) membagi tanda dalam ikon, indeks, dan simbol.

1. Ikon merupakan tanda yang hubungan antara tanda dengan petandanya bersifat sama bentuknya atau hubungan tanda dengan objek bersifat mirip, contohnya potret dan peta.
2. Indeks adalah tanda yang mempunyai hubungan sebab akibat atau tanda yang langsung merujuk pada kenyataan. Contohnya adalah asap sebagai tanda adanya api.
3. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan antara tanda dan penanda bersifat arbitrer berdasarkan konvensi masyarakat. Misalnya seseorang yang mengacungkan ibu jari yang merupakan simbol bagus.

C. METODE

Metode penelitian digunakan untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian. metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk membantu mengerti dan menginterpretasi apa yang ada dibalik peristiwa. Untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis semiotika milik Charles S. Pierce. karena konsep yang ditawarkan Pierce dengan model triadic dan konsep trikotominya, membuat proses

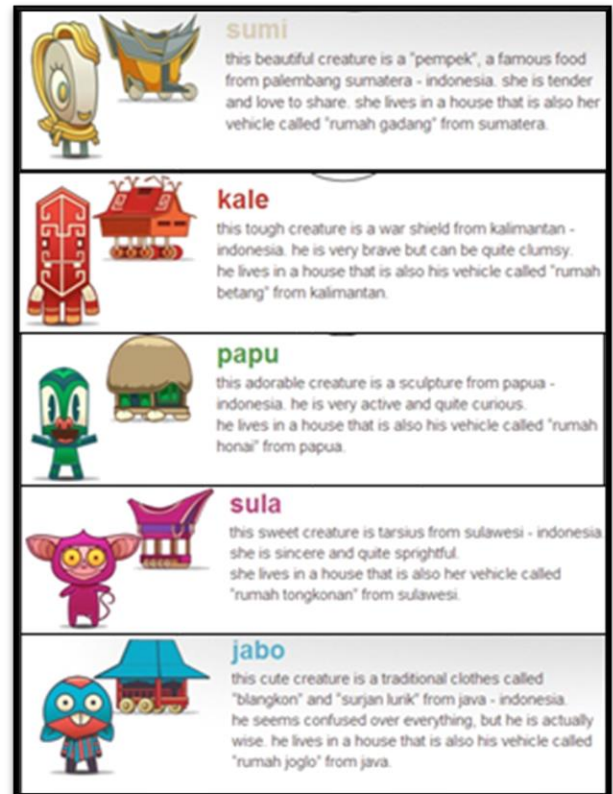
penelitian saling berhubungan antara sign, object, dan interpretant.

Dalam menganalisa representasi karakter animasi Binekon, peneliti akan menggunakan instrument penelitian yaitu tanda-tanda visual (yang terlihat) dalam karakter animasi Binekon yang terdiri dari Sula, Sumi, Papu, Kale, dan Jabo seperti bentuk karakter dan pakaian yang digunakan dengan indikator warna-warna yang terdapat dalam setiap karakter, bentuk, dan unsur-unsur desain karakter. Selain itu juga, indikator penelitian ini dapat berupa sifat dan perilaku tiap karakter yang dapat dilihat pada saat menghadapi masalah dalam kelompok dan bagaimana mereka dapat menyelesaikannya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam menganalisis karakter animasi Binekon, diperlukan pengidentifikasian tanda sebagai unit analisis. Untuk itu perlu diketahui unsur-unsur yang ada dalam animasi Binekon terlebih dahulu yang bisa dilihat dalam gambar berikut:

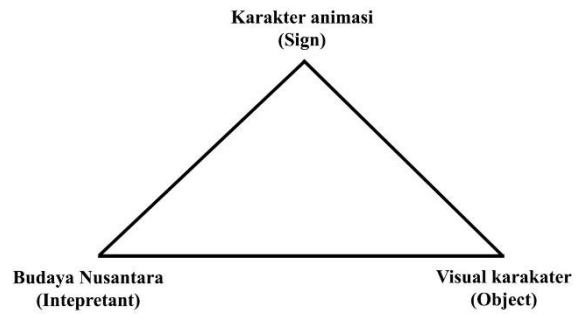


Gambar 2. Karakter animasi Binekon
Sumber: Belantara Studio, 2020

Setiap karakter dalam animasi Binekon diilustrasikan berdasarkan budaya Nusantara. Seperti Papu yang terinspirasi dari masyarakat Papua. Ke dua ada Sula yang terinspirasi dari hewan tarsius dari Sulawesi. Selanjutnya ada Kale yang merupakan alat pelindung dalam peperangan dari Kalimantan. Selain itu juga ada Jabo yang mengenakan pakaian khas Jawa Surja Lurik dan mengenakan blangkon dari Jawa. Terakhir adalah karakter Sumi yang terinspirasi dari pempek yang merupakan makanan khas Palembang.

Melihat ilustrasi tersebut, teori milik Charles Sanders Peirce menjadi alat untuk menganalisis karakter animasi Binekon. Peirce fokus memberi perhatian pada tanda

dan objek yang diacunya. Ketika diamati tanda serta makna yang terdapat dalam karakter tersebut, maka muncul objek yang mempunyai makna. Model tanda yang dikembangkan oleh Pierce yang disebut trikotomis atau triadic digambarkan secara sederhana dengan menghubungkan tiga titik yaitu tanda, objek, dan inepretan. Tanda dalam penelitian ini adalah karakter yang terdapat dalam animasi binekon, dengan objek yaitu visual yang terdapat pada setiap karakter, kemudian inepretan adalah budaya Nusantara. Ketika trikotomis tersebut dihubungkan dengan karakter animasi Binekon, maka hubungan ketiganya dapat dilihat seperti gambar di bawah ini:



Gambar 3. Trikotomis Pierce dalam karakter animasi Biekon
 Sumber: Rinkapati, 2020

Tahap pertama yang dilakukan sebelum menganalisis tanda yaitu mengidentifikasi tanda-tanda itu sendiri. Berdasarkan objeknya, Pierce membagi tanda atas ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*). Berdasarkan ketiga jenis tanda tersebut, dapat diidentifikasi beberapa jenis tanda yang digunakan sebagai unit analisa penelitian. (Lihat table 1).

Tabel 1. Identifikasi Tanda pada karakter animasi Binekon

Jenis Tanda	Penejelasan	Identifikasi Tanda
Ikon	Ikon merupakan tanda yang hubungan antara tanda dengan petandanya bersifat sama bentuknya atau hubungan tanda dengan objek bersifat mirip, contohnya potret dan peta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar Papu dan rumah honai 2. Gambar Sula dan rumah tongkongan 3. Gambar Kale dan rumah banjar bubungan tinggi 4. Gambar Jabo dan rumah joglo 5. Gambar Sumi dan rumah gadang
Indeks	Indeks adalah tanda yang mempunyai hubungan sebab akibat atau tanda yang langsung merujuk pada kenyataan. Contohnya adalah asap sebagai tanda adanya api.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk dan warna Papu dan rumah honai. 2. Bentuk dan warna Sula dan rumah tongkongan 3. Bentuk dan warna Kale dan rumah banjar bubungan tinggi 4. Bentuk dan warna Gambar Jabo dan rumah joglo 5. Bentuk dan warna Sumi dan rumah gadang
Simbol	Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan antara tanda dan penanda bersifat arbitrer berdasarkan konvensi masyarakat.	Ekspresi karakter Papu, Sula, Kale, Jabo, dan Sumi.

Setelah proses identifikasi maka tahap berikutnya yaitu interpretasi makna dengan mengacu pada indentifikasi jenis tanda dalam karakter animasi Binekon. Berdasarkan hasil penentuan tanda yang dilakukan terhadap karakter animasi Binekon, maka didapat lima tanda jenis ikon. Jenis ikon yang pertama yaitu gambar Papu dan rumah honai. Papu digambarkan merupakan sosok karakter yang aktif dan memiliki sifat ingin tahu. Visual Papu merupakan salah satu ukiran dari suku di Papua.



Gambar 4. Papu (kiri) dan ukiran Warar Wow (kanan)
 Sumber: Belantara Studio, 2020 dan Enos, 2014

Menurut orang Asmat Barang-barang kerajinan atau ukiran adalah penghubung antara kehidupan di dunia ini dengan kehidupan di dunia arwah. Kerajinan tersebut dianggap sebagai media penghubung antara penduduk Asmat dengan nenek moyangnya. Menurut Benny Mitaart dan Bram Kuruwaip dalam buku “Refleksi Seni Rupa di Tanah Papua” oleh Don A.L. Flassy, bahwa motif dan keterangan perlambangan, pemakaian serta fungsi seni ukir Asmat dapat dibedakan atas:

- 1) ukiran motif manusia;
- 2) ukiran motif perhiasan;
- 3) ukiran motif binatang;
- 4) ukiran motif tumbuh tumbuhan;
- 5) ukiran motif benda dari kejadian alam.

Berdasarkan bentuk ukiran yang terdapat dalam bentuk Kale, ukiran tersebut masuk dalam kategori ukiran motif binatang, yaitu jenis Warat Wow. Warat Wow memiliki arti ukiran burung laut/ sungai dengan fungsi ukiran merupakan lambing kebijaksanaan.

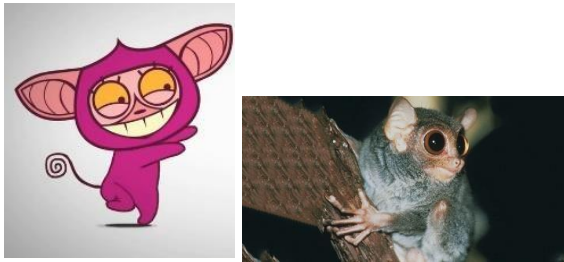


Gambar 5. Rumah Papu (kiri) dan rumah Honai (kanan)
 Sumber: Belantara Studio,2020 dan Windhiari 2018

Kemudian untuk gambar rumah (kendaraan) Papu adalah rumai honai. Rumah honai adalah milik suku Dani. Rumah honai terpisah-pisah bangunannya, ada yang khusus untuk laki-laki dan khusus untuk perempuan juga ada rumah khusus untuk dapur dan kandang babi. Bahan rumah honai untuk dinding adalah kayu, untuk atap mereka menggunakan jerami atau ilalang sedangkan untuk alas rumah menggunakan jerami atau rumput.

Ikon kedua dalam penelitian ini adalah gambar Sula dan rumah tongkongan. Sula merupakan ilustrasi yang merupakan salah satu primate endemic Pulau Sulawesi yang juga tersebar di pulau-pulau sekitarnya

(Shekelle. 2008a). Hewan unik ini dikenal sebagai monyet terkecil di dunia karena ukuran tarsius hanya sekepal tangan orang dewasa dan beratnya hanya 12 gram. Dengan badannya yang kecil itu, tarsius dapat melompat ke tempat yang lebih tinggi untuk memangsa.



Gambar 6. Sula (kiri) dan tarsius (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan primate IPB, 2020

Lalu ada rumah (kendaraan) milik Sula yaitu Tongkonan. Rumah tongkonan merupakan tatanan simbol keberadaan keluarga penghuni dan sebagai tempat (pusat) berkumpulnya keluarga. Selain itu, rumah ini juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai simbol status sosial dan tempat penyelenggaraan upacara adat religious.



Gambar 7. Rumah Sula (kiri) dan rumah Tongkonan (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan Mochen 2015

Tanda ikon ketiga yaitu gambar karakter Kale. Ilustrasi Kale merupakan perisai yang berasal dari masyarakat suku Dayak. Telawang merupakan senjata tradisional yang terbuat dari kayu, kulit binatang atau tempurung kura-kura. Bagian luar atau bagian depan dari senjata ini

terdapat lukisan atau ukiran yang memiliki makna tertentu., sedangkan pegangan terdapat pada bagian belakang atau bagian dalam perisai. Jika pada zaman dahulu talawang digunakan dalam perang, saat ini talawang berfungsi sebagai pajangan yang memiliki nilai estetis juga ekonomis.



Gambar 8. Kale (kiri) dan telawan (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan Indonesia Kaya, 2020

Seperti karakter sebelumnya, Kale juga mempunyai rumah (kendaraan) yaitu rumah banjar bubungan tinggi. Bagi masyarakat suku Banjar, rumah adat bubungan tinggi menempati strata paling atas dari kelompok rumah banjar yang jumlahnya ada 11 jenis. Hal ini disebabkan karena rumah bubungan tinggi merupakan jenis rumah tertua dan berfungsi sebagai rumah raja atau sultan.



Gambar 9. Rumah Kale (kiri) dan Rumah banjar bubungan tinggi (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan kebudayaan.kemdikbud.go.id, 2020)

Pada tanda ikon yang keempat adalah gambar Jabo. Karakter ini merupakan

ilustrasi dari masyarakat Jawa yang mengenakan pakian adat surjan lurik. Asal kata Lurik merupakan Bahasa Jawa Kuno yaitu 'lorek' yang artinya garis-garis belang atau lajur yang dapat diartikan pula sebagai corak. Sesuai dengan namanya, kain ini memiliki motif garis-garis yang memiliki makna kesederhanaan.



Gambar 10. Jabo (kiri) dan motif lurik (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan Suprayitno, 2014

Gambar berikutnya dalam tanda ikon keempat adalah rumah joglo yang menjadi rumah (kendaraan) milik Jabo. Rumah joglo menjadi salah satu bangunan khas Indonesia. Karakteristik rumah ini mudah dikenali karena bentuk atap tinggi pada bagian tengah dan empat tiang penyangga utama.



Gambar 11. Rumah Jabo (kiri) dan rumah Joglo (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan Christian; Alvina, 2019

Pada tanda ikon kelima adalah gambar karakter Sumi. Ilustrasi karakter Sumi berasal dari makanan khas Sumatera yang terkenal yaitu pempek. Pempek merupakan makanan yang menggunakan bahan dasar utama daging giling ikan dan sagu. Masyarakat

Palembang saat ini telah mengembangkan pempek dengan memberi beragam varian isi maupun bahan tambahan.



Gambar 12. Sumi (kiri) dan Pempek (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan Kompas.com, 2019

Kemudian gambar rumah (kendaraan) milik Sumi yaitu rumah gadang. Rumah gadang adalah salah satu rumah adat masyarakat Minangkabau, salah satu suku yang ada di Pulau Sumatera. Arsitektur khas minangkabau mudah dikenali dengan atap bangunan yang mengadopsi bentuk tanduk kerbau.



Gambar 13. Rumah Sumi (kiri) dan rumah gadang (kanan)
Sumber: Belantara Studio, 2020 dan badanbahasa.kemdikbud.go.id, 2020

Setelah mendapatkan lima tanda ikon, tahap selanjutnya adalah menginterpretasi makna berdasarkan identifikasi jenis tanda indeks dalam karakter animasi Binekon. Untuk tanda tipe indeks yang pertama yaitu bentuk dan warna Papu dan rumah honai. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa karakter Papu mengilustrasikan

bentuk ukiran dari sebuah papan perisai yang berasal dari suku Asmat (Papua). Fungsi dan manfaat yang ada dibalik ukiran itu diwarnai oleh kepercayaan terhadap arwah-arwah leluhur dan pengaruhnya sangat besar pada manusia dan seluruh aspek kehidupannya seperti dalam bidang sosial, politik, ekonomi, pendidikan, dan keagamaan. Keyakinan atau kepercayaan inilah yang dapat memberikan motivasi ukiran Asmat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa latar belakang seni ukir Asmat adalah kepercayaan asli, karena benda-benda ukir itu alat pemujaan arwah-arwah.

Dilihat dari bentuk garis yang terdapat dalam ukiran karakter Papu, penulis menyimpulkan bahwa ukiran tersebut masuk dalam ukiran motif binatang (Benny Mitaart dan Bram Kuruwaip) yaitu Warat Wow yang memiliki arti ukiran burung laut/sungai. Ukiran ini merupakan lambang kebijaksanaan; seorang panglima harus selalu dapat mengatur dan menyesuaikan diri seperti burung laut (sungai) yang turun dan naik mengikuti pasang surutnya air; berfungsi mengingatkan setiap orang agar menggunakan panca inderanya dengan baik guna mendatangkan keselamatan serta kebahagiaan bagi dirinya dan bagi masyarakat (Flassy, Don.1980).

Kemudian ada rumah honai milik suku Dani yang terletak di Lembah Baliem, Pegunungan Jayawijaya. Honai merupakan bagian kelompok permukiman paling kecil dari suku Dani. Kelompok permukiman itu

terbagi menjadi beberapa bangunan, salah satunya adalah honai khusus laki-laki yang letaknya di bagian paling depan kompleks agar jika ada tamu datang maka laki-laki lah yang akan menemuinya. Rumah Hanoi sengaja dibangun di tempat tinggi dengan tujuan menghindari serangan suku lain, binatang buas, dan bahaya banjir.

Warna memiliki beberapa fungsi, hal ini dijelaskan oleh Russel dan Verill (1986); yaitu untuk identifikasi; untuk menciptakan suatu citra; menarik perhatian; untuk memperindah; untuk menciptakan keterbacaan yang maksimum; untuk membangkitkan minat dalam mode. Warna hijau mendominasi karakter Papu dan honai. Warna hijau diibaratkan seperti pertumbuhan, lingkun-gan, dan natural. Sisi positif dari hijau adalah subur, tumbuh, kejujuran, muda, dan harmoni. (Carter, D.E. 2003)

Dari penjelasan di atas maka penulis menyimpulkan bahwa Papu merupakan representasi budaya dari masyarakat Papua. Dilihat dari bentuk, jenis ukiran, dan warna, karakter Papu digambarkan sebagai seorang laki-laki yang kuat dapat dilihat dari bentuk perisai, Papu juga merupakan karakter yang mudah beradaptasi terhadap perubahan yang ada dilingkungan, makna ini diambil dari makna ukiran yang terdapat dalam bentuk Papu. Warna hijau yang mendominasi karakter Papu untuk memperkuat representasi pulau Papua yang masih alami

karena terdapat banyak hutan di sana. Untuk mendukung karakter Papu maka disertakan rumah (kendaraan) untuknya yaitu rumah honai yang dikhususkan untuk laki-laki.

Tanda tipe indeks yang ke dua yaitu bentuk dan warna Sula dan rumah tongkongan. Sula merupakan ilustrasi dari hewan asal Sulawesi yaitu tarsius. Hewan ini dikenal sebagai monyet terkecil di dunia. Hewan ini termasuk ke dalam golongan mamalia dan aktif di malam hari atau disebut nokturnal, karena itu tarsius memiliki mata yang besar dan bercahaya serta dapat memutar kepalanya hingga 180 derajat agar bisa bertahan hidup di malam hari. Tarsius adalah salah satu spesies yang special karena dalam aktivitas kesehariannya banyak berinteraksi dengan tarsius lain dalam sebuah kelompok. (FMIPA UNSRAT, 2014).

Sula juga mempunyai rumah (kendaraan) yaitu tongkongan. Tongkongan adalah rumah adat orang Toraja, yang merupakan tempat tinggal, kekuasaan adat, dan perkembangan kehidupan sosial budaya orang Toraja. Pengertian kata Tongkongan menurut Said (2004:49), Tongkongan terdiri dari kata yaitu tongkon yang memiliki arti duduk dan mendapat akhiran “an” menjadi Tongkongan artinya tempat duduk yang bermakna tempat duduk untuk bersama-sama anggota yang berkumpul menjadi satu kelompok yang berasal dari keturunan yang sama. Kelompok yang dimaksudkan adalah suatu rumpun keluarga yang di ikat oleh suatu

ikatan satu keturunan atau merasa berasal dari satu keluarga sehingga rumpun keluarga ini merasa perlu membangun rumah yang merupakan simbol kesatuan rumpun tersebut dan rumah itu disebut “Tongkongan”.

Karakter Sula didominasi dengan warna magenta yaitu perpaduan antara merah-ungu. Warna kombinasi ini diasosiasikan dengan semangat, energi, antusias, keajaiban, imajinasi. Dengan uraian tersebut, maka Sula merupakan representasi dari budaya Nusantara Sulawesi. Hal ini dapat dilihat dari bentuk karakter tersebut yang merupakan salah satu primata endemik Pulau Sulawesi serta rumah (kendaraan) milik Sula yang merupakan rumah adat Toraja. Sula merupakan karakter yang suka bermain bersama teman-teman dan enerjik serta antusias dalam menerima hal baru.

Kemudian tanda indeks yang ke tiga adalah karakter Kale dan rumah (kendaraan) banjar bubungan tinggi. Bentuk Kale merupakan ilustrasi dari perisai masyarakat suku Banjar bernama talawang. Perisai ini biasanya terbuat dari kayu Ulin yang merupakan kayu kuat dan tahan terhadap serangan serangga dan rayap, dapat pula menyesuaikan diri dari perubahan kelembaban suhu udara dan air laut, karena itu kayu ini sering disebut dengan kayu besi. Dilihat dari bentuk, senjata asal Kalimantan ini memiliki bentuk persegi panjang namun meruncing pada bagian atas dan bawah

dengan hiasan ukiran khas budaya Dayak pada sisi luar taliwang.

Untuk motif atau ukiran yang terlihat dalam karakter Kale hanya sebuah ilustrasi tidak ada motif khusus yang biasa ada dalam talawang. Namun jika melihat garis lengkung pada Kale ini seperti motif pohon pakis. Motif pakis memiliki arti keabadian hidup. Motif ini tercipta dari tumbuhan pakis yang memiliki bentuk berkeluk-keluk.

Rumah (kendaraan) milik Kale disebut rumah banjar bubungan tinggi. Bangunan salah satu jenis rumah banjar ini menjadi ciri arsitektur yang mencitrakan kebudayaan suku banjar. Ciri khas utama yaitu dengan atap rumah yang tinggi merupakan lambang dari “pohon hayat” yang menjadi cerminan kesatuan alam. Selain itu atap yang memiliki kemiringan 45 derajat diasosiasikan sebagai “payung” untuk menaungi raja. (Anshorsy, 2010).

Kale dan rumah banjar bubungan tinggi divisualisasikan dengan warna merah. Merah digambarkan sebagai lambang api, darah, dengan sisi positif dari warna ini adalah cinta, semangat, antusias, energi, kekuatan sedangkan negatifnya adalah kemarahan, perang, ketidaksopanan, perang sehingga efek pemberian warna ini pada sebuah karakter adalah warna yang bersifat kecepatan, dominan dan aksi.

Berdasarkan deskripsi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Kale merupakan representasi budaya Nusantara Pulau

Kalimantan. Kesimpulan ini diambil dari bentuk Kale yang merupakan ilustrasi dari perisai suku Banjar bernama Talawang dan rumah (kendaraan) milik Kale. Kale merupakan karakter yang kuat dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan, sesuai dengan material yang biasa digunakan untuk membuat talawang. Kale juga digambarkan sebagai karakter yang semangat, agresif dan revolusi (dalam melihat hal baru).

Tanda indeks yang ke empat adalah Jabo. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Jabo merupakan ilustrasi dari seorang manusia dengan pakaian adat Jawa yaitu Surjan lurik dan blangkon. Lurik sangat dekat dengan kehidupan masyarakat bangsawan dan priyayi serta masyarakat kecil (kawula cilik), walaupun penggunaan lurik diatur secara ketat oleh aturan yang berlaku pada saat itu. Kain lurik begitu menyatu dengan kehidupan masyarakat Jawa. Lurik diciptakan dengan kekuatan lahir dan batin menjadikannya sebagai kain yang bertuah, begitu bernilai dan dikeramatkan. Hal tersebut terbukti dengan dipakainya dalam berbagai upacara adat yang menyangkut nilai-nilai hidup manusia, dari awal hingga akhir kehidupan (siklus hidup manusia) (Sri Wuryani, 2013).

Kemudian karakter Jabo juga mengenakan blangkon. Blangkon secara denotasi merupakan penutup kepala seperti topi yang terbuat dari batik dan hanya kaum pria yang mengenakannya sebagai bagian dari

pakaian adat masyarakat Jawa. Mondholan atau benjolan di bagian belakang berawal dari jaman masa pemerintahan Panembahan Senopati yang mempunyai kebiasaan mengikat dan menggulung rambut panjang kaum pria ke bagian belakang kepala. Filosofi dari mondholan juga untuk menunjukkan bahwa orang Jawa merupakan orang yang pandai untuk urusan menjaga rahasia dan tidak suka mencari-cari kekurangan orang lain.

Jabo juga memiliki rumah (kendaraan) bernama rumah joglo. Perkembangan sejarah joglo tidak terlepas dari bangunan purba yang dinamakan punden perundak yaitu sebuah bangunan suci dengan bentuk dan struktur, bersusun memusat semakin ke atas semakin kecil (Sunarningsih, 1999:32). Struktur bangunan rumah Jawa merupakan susunan ruang yang mencerminkan satu bangunan khas seperti pendhapa, pringgitan, dalem, dapur, gandhok, dangadri. Relasi antar-susunan ini merupakan struktur yang proses perwujudannya sangat dipengaruhi oleh mitologi dan kosmologi Jawa (Suhardi, 2004:28). Ini berarti bahwa rumah tradisional Jawa bukan sekedar tempat untuk berteduh (fungsi praktis), melainkan juga dimaknai sebagai bentuk perwujudan dari cita-cita dan pandangan hidupnya atau fungsi simbolis (Santosa, 2000:68).

Warna biru yang terdapat dalam karakter Jabo dan rumah (kendaraan) miliknya diasosiasikan dengan laut dan langit.

Positifnya yaitu pengetahuan, kesejukan, kedamaian, maskulin, kontemplasi, kesetiaan, keadilan, intelektual. Dan warna merah diasosiasikan dengan api, darah, sex. Postifnya yaitu semangat, cinta, darah, energi, antusiasme, panas, kekuatan.

Penulis menyimpulkan bahwa Jabo merupakan representasi budaya Nusantara masyarakat Jawa dengan pakaian yang dikenakannya yaitu lurik dan blangkon. Karakter Jabo digambarkan sebagai laki-laki yang dapat memimpin, sabar dan adil dalam menyelesaikan masalah dalam kelompok. Rumah (kendaraan) Jabo merupakan rumah khas masyarakat Jawa. Rumah bagi orang Jawa tidak cukup hanya sekedar sebagai tempat tinggal. Rumah untuk orang Jawa adalah sebuah simbol bagi pemiliknya selain sekedar tempat tinggal yang membuat rumah menjadi cerminan kepribadian dan kehidupan penghuninya. (Tjahjono dalam Santosa, 2000: ix).

Tanda indeks yang terakhir adalah karakter Sumi dan rumah (kendaraan) yaitu rumah gadang. Karakter Sumi merupakan ilustrasi dari makanan pempek yang menggambarkan makanan khas dari Palembang (Pulau Sumatera) yang paling populer di seluruh penjuru Indonesia. Kemunculan kelesan atau pempek dalam masyarakat Palembang adalah hasil karya dari budaya masyarakat kawasan tersebut (Sumatera Selatan). Ide membuat makanan ini muncul karena terdapat banyak ikan dan

sagu sehingga mereka mengolahnya menjadi makanan yang mudah mereka nikmati. (BPNB Padang, 2014).

Rumah gadang yang menjadi ciri khas masyarakat Minangkabau ini disebut juga dengan istilah rumah baganjong (rumah bergonjong) karena bentuk atap rumah yang makin ke ujung semakin runcing menjulang. Atap rumah yang berbentuk seperti tanduk kerbau ini memiliki cerita pada zaman dahulu. Yaitu ketika orang Minangkabau memenangkan pertarungan adu kerbau dengan raja Jawa.

Warna abu-abu yang mendo-minasi karakter Sumi dikono-tasikan dengan sifat netral. Nilai positif dari warna ini adalah keamanan, seimbang, masuk akal, sederhana, kalsik, intelek, dewasa, dan keadilan. Kemudian warna kuning yang menjadi rambut untuk karakter Sumi menggambarkan sinar matahari. Positifnya adalah bijaksana, intelek, cahaya, optimis, idealis, dan kegembiraan.

Seperti yang sudah dijelaskan mengenai karakter dan rumah (kendaraan) Sumi maka dapat disimpulkan bahwa Sumi adalah karakter perempuan dengan bentuk makanan pempek yang dapat dilihat dari matanya yang besar seperti isian (telor) dalam pempek dengan rambut dibagian kepala berwarna kuning yang digambarkan mie kuning yang biasa menjadi pelengkap makan pempek. Selain itu Sumi juga digambarkan sebagai

karakter yang bersikap netral, bijaksana dan selalu gembira. Setelah melihat penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa Sumi merupakan representasi budaya Nusantara Palembang (Pulau Sumatera).



Gambar 13. Ekspresi 1 karakter Binekon
Sumber: Belantara Studio, 2020

Untuk klasifikasi tanda tipe simbol dalam karakter animasi Binekon adalah ekspresi Papu, Kale, Sula, Jabo, dan Sumi. Dalam gambar di atas (gambar 13) merupakan adegan saat mereka melihat sebuah kelapa di bawah mereka yang sudah mereka tak acuhkan sebelumnya yang kemudian menghampiri mereka lagi. Jabo menyempitkan mata dengan mulut tertutup dan tatapan mengarah ke bawah (melihat kelapa), ekspresi ini memiliki arti bahwa dia menunjukkan rasa tidak senang dan sedang berpikir dahulu sebelum mengatasi situasi kelapa tersebut. Papu memperlihatkan wajah marah, ini ditandai dengan menyipitkan mata dan alis tertarik ke dalam. Ia juga menutup rapat mulutnya dengan bibir seolah diperas, menunjukkan adanya tekanan yang sangat besar. Begitupun dengan Kale yang terlihat marah, meskipun ekspresi mata tidak terlihat tapi alisnya (ornamen garis) dikerutkan ke

dalam dan dengan bentuk mulut sedikit naik (melengkung) ke atas. Sedangkan Sumi melihat posisi mata terbuka lebar dengan mulut melengkung ke bawah yang menandakan bahwa ia terkejut. Berbeda dengan karakter lainnya, ekspresi Sula menunjukkan bahwa ia bahagia. Hal ini ditandakan dengan mata yang terbuka lebar, bibir dan mulut melebar.

Untuk melihat lebih dalam mengenai karakter dalam animasi Binekon, maka diperlukan gambar lainnya seperti di bawah ini.



Gambar 14. Ekspresi 2 karakter Binekon
Sumber: Belantara Studio, 2020

Gambar ini merupakan adegan saat semua mendapat satu buah kelapa yang diletakkan di rumah (kendaraan) masing-masing dan masih tersisa satu buah yang dipegang Jabo. Dalam gambar tersebut Kale terlihat marah dengan Jabo, ia menaikkan alis dan membuka mulut lebar serta tangan yang mengarah ke Jabo. Begitupun dengan Papu yang membuka mata lebar dan gigi yang dikatupkan bermakna adanya kemarahan. Sedangkan Sumi mengecilkan bola mata dan bagian putih mata terlihat jelas serta mulut yang terbuka sedikit bermakna bingung dan khawatir melihat situasi ini. Sula menunjukkan ekspresi tidak senang, hal ini

ditandakan dengan menyempitkan mata dengan mulut terbuka dan mengatupkan gigi. Kemudian Jabo yang sedang memegang sebuah kelapa melihat teman-temannya dengan mata yang terbuka lebar dan mulut tertutup biasa tanpa ketegangan, menandakan bahwa ia bersikap tenang dan bisa mengatasi situasi.

Adegan dalam gambar berikutnya yaitu saat mereka menikmati kelapa yang masih tersisa satu.



Gambar 15. Ekspresi 3 karakter Binekon
Sumber: Belantara Studio, 2020

Dalam adegan tersebut terlihat semua karakter bahagia. Papu, Kale, Jabo, Sumi, dan Sula membuka mulut mereka dengan lebar hingga gigi terlihat dan garis bola mata mereka melengkung ke atas. Mereka pun saling merangkul untuk menunjukkan kedekatan mereka dan kekompakkan mereka dalam menghadapi masalah atau sesuatu yang baru.

Pembahasan

Dalam tahap ini peneliti akan mengkaji karakter Binekon dengan model tanda trikotomis atau triadik, yaitu tanda dalam penelitian ini adalah karakter yang terdapat dalam animasi binekon, dengan objek yaitu

visual yang terdapat pada setiap karakter, kemudian interpretasi adalah budaya Nusantara.

Karakter animasi (*sign*) yang meliputi Papu, Kale, Sula, Jabo, dan Sumi merupakan representasi budaya Nusantara (*intepretant*), hal ini dibuktikan dengan pembahasan sebelumnya yaitu dari visual setiap karakter (*object*) merupakan benda yang menjadi ciri khas setiap pulau-pulau besar yang ada di Indonesia, seperti Papu yang terbentuk dari ukiran khas masyarakat Papua dan rumah (kendaraan) yang berbentuk rumah honai milik suku Dani dari Pulau Papua.

Kemudian karakter Kale yang merupakan ilustrasi dari perisai masyarakat suku Banjar asal Pulau Kalimantan bernama talawang dan rumah (kendaraan) banjar bubungan tinggi yang merupakan ciri bangunan dari citra kebudayaan suku Banjar selama ini. Karakter Sula yang merupakan representasi masyarakat Sulawesi, kesimpulan ini diambil setelah melihat bentuk Sula yang terinspirasi dari hewan endemik Pulau Sulawesi, tarsius. Begitupun dengan rumah (kendaraan) milik Sula bernama tongkonan. Tongkonan adalah rumah adat orang Toraja (Pulau Sulawesi).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, karakter Jabo merupakan representasi budaya Nusantara masyarakat Jawa dengan pakaian yang dikenakannya yaitu lurik dan blangkon. Pakaian tersebut merupakan identitas masyarakat Jawa yang

mudah diidentifikasi oleh masyarakat umum. Dan rumah (kendaraan) Jabo merupakan rumah khas masyarakat Jawa yang berasal dari Pulau Jawa. Dan karakter terakhir representasi dari budaya Nusantara Pulau Sumatera yaitu Sumi. Karakter Sumi merupakan ilustrasi dari makanan pempek yang merupakan makanan khas Palembang (Pulau Sumatera). Untuk mendukung representasi tersebut, Sumi juga memiliki rumah (kendaraan) yaitu rumah gadang, asal Minangkabau di Sumatera Barat.

E. KESIMPULAN

Setelah penjabaran di atas, peneliti akhirnya menyimpulkan bahwa setiap karakter yang terdapat dalam animasi Binekon merupakan representasi budaya Nusantara tiap-tiap Pulau besar yang ada di Indonesia seperti Sumi yang merupakan makanan khas Pulau Sumatera, lalu Jabo yang memakai pakaian khas masyarakat Pulau Jawa, lalu Kale merupakan bentuk dari benda khas masyarakat suku Banjar Pulau Kalimantan, kemudian Sula yang berbentuk hewan endemik Pulau Sulawesi yaitu Tarsius, dan Papu yang merupakan visual dari Ukiran khas masyarakat Pulau Papua.

Untuk mendukung penguatan budaya Nusantara pada karakter, maka setiap karakter memiliki kendaraan (rumah) sendiri yang juga merupakan bangunan khas masyarakat Pulau-Pulau besar yang ada di Indonesia. Pertama, Sumi yang memiliki kendaraan (rumah) yaitu Rumah Gadang asal

Pulau Sumatera, lalu Jabo memiliki kendaraan (rumah) yaitu Rumah Joglo asal Pulau Jawa. Ketiga adalah karakter Kale dengan kendaraan (rumah) yaitu Banjar Bubungan Tinggi yang menjadi rumah adat Pulau Kalimantan, keempat karakter Sula yang memiliki kendaraan (rumah) Tongkongan asal Pulau Sulawesi, dan terakhir karakter Papu yang memiliki kendaraan (rumah) yaitu Honai yang merupakan rumah khas Pulau Papua. Penelitian ini akan berlanjut dengan mengidentifikasi dampak karakter animasi Binekon terhadap pengetahuan penonton tentang budaya Nusantara.

F. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada hibah Penelitian Dosen Muda Dikti dan Universitas Mercu Buana sebagai sponsor yang telah mendanai penelitian, serta seluruh rekan-rekan yang mendukung terselenggaranya penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Aqli, W. (2011). *Anatomi Bubungan Tinggi Sebagai Rumah Tradisional Utama Dalam Kelompok Rumah Banjar*. Jakarta: UMJ.
- Carter, D. E. (2003). *The Big Book of Color in Design*. New York: HDI.
- Djono., Utomo, T. P., & Subiyantoro, S. (2012). Nilai Kearifan Lokal Rumah Tradisional Jawa. *Jurnal Humaniora*, Vol.24 (3) Oktober 2012. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Eco, U. (2011). *Teori Semiotika: Signifikasi Komunikasi, Teori Kode, serta Teori Produksi Tanda*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Fiske, J. (2011). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Giles, J., & Middleton, T. (1999). *Studying Culture: A Practical Introduction*. United Kingdom: Blackwell Publisher.
- Habibi, G. (2018). *Rumah Gadang yang Taban Gempa*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Juliastuti, N. (2000). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Leonaldy, I, Fretisari, I. (2014). *Motif Dayak*. Pontianak: Program Studi Pendidikan Seni dan Tari Musik Untan.
- Madsen, R. (1996). *Animation Film Concepts, Methods, and Uses*. United Kingdom: Interland Pub.
- Ranang, B. A. (2010). *Animasi Kartun Dari Analog Sampai Digital*. Jakarta: Indeks.
- Rumansara, E. H. (2014). *Seni Ukir Asmat*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Shekelle, M. (2008). *Distribution of Tarsier Acoustic Froms North and Central Sulawesi: With Notes on The Priary Taxonomy of Sulawesi's Tarsiers*. Jakarta: LIPI Press. 35-50.
- Sultan, St. H., Mayasari, K. (2014). Teknologi dan Konstruksi Rumah Tradisional Toraja (Tongkonan). Balai Pengembangan Teknologi Perumahan Tradisional Makassar. *Jurnal Masalah Bangunan Vol.49(1)*, 40-45.
- Suprayitno., & Ariesta, I. (2014). Makna Simbolik Dibalik Lurik Solo-Yogyakarta. *Jurnal Humaniora*, Vol. 5(2), 842-851. DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3150>
- Syahbani, M. S. (2020). Talawang. *Jurnal Canthing*, Vol.6 (1), 51-74.
- Windhiari, W. D. (2018). *Bimo Profesor Honai*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.

Zusneli, Z. (2002). *Pempek Palembang*. Padang:
Balai Pelestarian Nilai Budaya Padang.

TINJAUAN PROSES KREATIF MAHASISWA DESAIN PRODUK PADA PROSES DESAIN TUGAS AKHIR (STUDI KASUS: TUGAS AKHIR DESAIN PRODUK MAINAN)

Oleh:

Hady Soedarwanto

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana*

Hady.soedarwanto@mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Untuk menyelesaikan sebuah desain diperlukan serangkaian proses yang harus dihadirkan dalam pemikiran perancang. Ada banyak metode desain yang dipelajari dalam belajar mendesain untuk menghasilkan desain yang *extra ordinary* serta dapat menyelesaikan permasalahan sebagai dasar filosofis dari kegiatan mendesain. Dalam proses desain produk mainan memiliki tujuan mendasar, yaitu mencapai kesenangan (*fun*) kepada penggunanya, lewat pemenuhan terhadap aspek fungsi, pemenuhan terhadap aspek sistem dan pemenuhan terhadap aspek estetika. Mata kuliah Tugas Akhir dipilih untuk dijadikan sampel karena mata kuliah ini diikuti oleh mahasiswa tingkat akhir yang telah mengalami beberapa metode perancangan, sehingga dengan meninjau proses mereka dalam menyelesaikan mata kuliah tugas akhir diharapkan didapatkan proses kreatif yang lebih signifikan dalam menyelesaikan masalah khususnya dalam bidang desain produk mainan. Data didapatkan dengan mengambil Tugas Akhir dengan judul desain produk mainan. Pengumpulan data juga dilakukan dengan metode wawancara mendalam dalam proses asistensi dan pengujian desain kemudian dianalisis dengan menggunakan teori metode perancangan (*design method*) dan teori proses kreatif (*creative thinking*). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berupa kecenderungan mahasiswa (*designer*) dalam menyelesaikan proyek desainnya. mengetahui aspek yang menjadi perhatian dan untuk mengetahui strategi mereka dalam mengatasi permasalahan desain.

Kata Kunci: metode perancangan, produk, mainan, kreatif.

ABSTRACT

To complete a design requires a series of processes that must be presented in the designer's mind. There are many design methods that are learned in learning to design to produce extra ordinary designs and can solve problems as a philosophical basis for design activities. In the toy product design process has a fundamental goal, which is to achieve fun (fun) to its users, through the fulfillment of aspects of function, fulfillment of aspects of the system and fulfillment of aesthetic aspects. The Final Assignment course was chosen to be sampled because this course was followed by the final year students who had experienced several design methods, so that by reviewing their process of completing the final assignment course it was hoped that a more significant creative process would be found in solving problems especially in the field of product design toy. Data obtained by taking the Final Project with the title of toy product design. Data collection is also carried out by in-depth interview methods in the process of assistance and design testing and then analyzed using the theory of design methods (design methods) and the theory of creative processes (creative thinking). The results of this study are expected to be a tendency of students (designers) to complete their design projects. know the aspects of concern and to find out their strategies in overcoming design problems.

Keywords: design methods, products, toys, creative.

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

A. PENDAHULUAN

Kenneth Frampton pernah berpendapat bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki naluri sebagai seorang perancang (Frampton, 2007 :1). Hal tersebut dapat kita lihat dari kehidupan keseharian, seperti saat memilih pakaian, saat mempertimbangkan tujuan wisata atau saat sekedar ingin makanan apa untuk makan malam. Sekedar untuk memilih pakaian saja orang perlu mempertimbangkan banyak hal, misalnya membahas jenis acara yang akan dihadiri, lokasi tujuan, orang-orang yang hadir dan sebagai apa anda datang pada acara tersebut. Pemikiran tersebut hadir secara naluriah, yang pada orang awam hal tersebut hadir pada pemikiran di bawah alam sadar. Pada diri perancang hal tersebut harus hadir pada level kesadaran dengan maksud untuk jadikan pertimbangan sebelum tahap pengambilan keputusan, karena memang desain adalah serangkaian pengambilan keputusan yang berisi banyak pertimbangan yang perlu dibahas untuk dapat menghasilkan inovasi. Proses desain adalah serangkaian tahapan proses, yang bukan hanya berisi kegiatan menggambar.

Apa yang orang tunggu-tunggu dari sebuah produk? Pastilah sebuah kebaruan (*newness*). Melahirkan sebuah ide tentu tidak semudah melihat produk yang sudah ada meskipun sepertinya sederhana. Dalam

upaya menghasilkan kebaruan menjadi hal yang luar biasa bagi perancang, terlebih lagi bagi mahasiswa program studi desain yang masih dalam proses awal pembelajaran.

Dalam pembelajaran bidang desain, para mahasiswa telah mempelajari sejumlah metode sejak semester awal. Peserta Tugas Akhir dianggap sebagai profil yang sudah mengalami penerapan metode tersebut dalam sejumlah proyek desain selama perkuliahan. Secara denotatif mata kuliah Tugas Akhir adalah mata kuliah terakhir yang dapat ditempuh jika mahasiswa sudah menyelesaikan seluruh mata kuliah yang disyaratkan. Namun secara konotatif mata kuliah Tugas Akhir adalah mata kuliah yang sering kali dianggap bergengsi, agung dan luar biasa sehingga sepertinya peserta mata kuliah tersebut memiliki perhatian lebih dari mata kuliah biasanya. Hal tersebut yang diduga sebagai energi ekstra bagi peserta mata kuliah Tugas Akhir dalam menyelesaikan proyek desainnya.

Kondisi inilah yang memicu dilaksanakannya penelitian kali ini, karena peneliti mengharapkan dengan membahas dinamika proses desain tersebut akan menemukan metode-metode baru yang telah berhasil dieksplorasi dan diterapkan oleh peserta tugas akhir yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi khasanah pemikiran di bidang desain. Tentu saja bukan keriuhan

proses yang berorientasi pada hasil akhir saja yang menjadi perhatian, namun juga ketelitian dan kehati-hatian dalam mengambil keputusan desain.

Rumusan Masalah

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dalam penelitian kali ini maka rumusan masalah dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Aspek apa saja yang menjadi perhatian dalam menyelesaikan proyek desain produk mainan?
2. Bagaimana metode desain dipilih dan diterapkan dalam menyelesaikan proyek desain produk mainan tersebut?

Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah yang ada, permasalahan dalam penelitian ini akan dibatasi pada:

1. Studi kasus yang dipilih adalah mahasiswa Tugas Akhir dengan jumlah sample sebanyak 2 peserta TA yang mewakili karakteristik pembahasan desain tertentu.
2. Studi Kasus yang dipergunakan adalah mahasiswa Tugas Akhir yang merupakan mahasiswa bimbingan penulis agar dapat melaporkan perkembangan proses esainnya.
3. Penelitian dilakukan di Jakarta dan pada rentang waktu penelitian berjalan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pada studi pendahuluan ini, penulis terlebih dahulu meninjau teori yang akan digunakan

sebagai pisau analisis dari penelitian kali ini. Ada tiga kelompok teori yaitu tentang pembahasan metode desain, pembahasan tentang teori kreatif, dan pembahasan tentang desain produk mainan.

a. Metode dalam Proses Desain

Dalam pembahasan metode desain, peneliti mengelompokkan pembahasan tentang metode menjadi beberapa materi, yaitu tentang sains dan seni dalam bidang desain, terminologi desain, dan syarat desain (*design requirement*).

b. Tahapan Mendesain

Secara garis besar ada dua jenis metode desain, yaitu metode *black box* dan metode *glass box*. Metode *black box* adalah metode yang mengandalkan sejumlah pengetahuan yang telah dimiliki yang mungkin sudah menjadi satu dengan imajinasi. Jenis metode ini cenderung bersifat spontan dalam menghasilkan ide namun kelemahannya adalah kurang responsive terhadap aspek - aspek non isik atau ketika menjelajah area baru. Metode *glass box* mengandalkan keunggulannya yaitu berupa data atau informasi yang didapatkan dari luar diri perancang. Metode *glass box* membuat proses desain menjadi tahapan-tahapan yang lebih jelas, misalnya menurut Graham Wallas (1926) mengatakan bahwa ada empat tahap dalam melaksanakan proses desain yaitu *preparation, incubation, illumination* dan *verification* (Broadbent, 1973: 181) sebagai berikut:

1. Tahap persiapan (*preparation*), dimana di dalamnya ada aktivitas usaha sadar mengumpulkan pengetahuan (data), membagi area pembahasan dan mengumpulkan permasalahan.
2. Tahap inkubasi (*incubation*), dimana di dalamnya ada aktivitas relaksasi setelah melakukan kegiatan persiapan. Pada tahap ini tidak diharapkan ada kegiatan *detailing*, dimana tahap ini dimaksudkan sebagai persiapan tahap berikutnya (tahap iluminasi).
3. Tahap Verifikasi (*illumination*) adalah tahap menghasilkan ide. Pada tahap ini ide dilahirkan dengan melakukan kegiatan analisis.
4. Tahap verifikasi (*verification*) adalah tahap dimana ide yang dihasilkan mengalami proses *detailing*, misalnya dengan menyesuaikan dengan kemungkinan proses produksi dan sebagainya.

c. Sains dan Seni dalam Bidang Desain

Ada sebuah anggapan bahwa desain itu identik dengan seni. Tetapi apakah memang demikian?... Dimanakah sebenarnya posisi desain tersebut dalam silsilah pohon ilmu?... Bila kita tinjau secara historis, mungkin sebenarnya desain adalah salah satu ilmu tertua setelah ilmu ke-Tuhan-an yang muncul seiring manusia ingin memenuhi kebutuhannya. Namun pada awal perkembangan ilmu pengetahuan seperti ilmu belum terbagi menjadi begitu detail.

Hal tersebut dapat dilihat dari profil salah seorang ilmunya, sebut saja Leonardo Da Vinci yang dikenal sebagai seorang ilmuwan yang menguasai seni, teknik, matematika sampai biologi. Lalu waktu berjalan hingga sekarang ini dan manusia mulai mengelompokkan bidang ilmu menjadi bagian yang lebih kecil dan mendetail.

Desain adalah sebuah ilmu terapan yang mengusung dua kutub yang sama-sama kuat yaitu kutub *science* (ilmu pengetahuan) dan kutub *arts* (seni). Sebuah desain memerlukan unsur seni untuk membuatnya dapat memenuhi kebutuhan rasa, sensasi serta hal yang bersifat abstrak, *inteligible*, *irrational*, memicu kenangan dan membangkitkan sensasi yang merupakan bagian dari diri manusia. Disisi lain desain juga memerlukan unsur sains yang didalamnya terdapat elemen perhitungan matematis, teknik dan tahapan perencanaan yang jelas agar dapat membuat desain dapat lebih mungkin untuk diwujudkan, untuk diproduksi, dapat menjawab fungsi dan pertanyaan-pertanyaan manusia yang bersifat logis.

Hal ini akan berpengaruh dalam diri seorang perancang, dimana ia akan merasakan tarikan dari dua kutub ini. Seorang perancang dengan minat yang besar dalam bidang seni akan cenderung menyelesaikan proses desainnya dengan mengandalkan insting yang tumbuh dari minat seninya. Begitu pula sebaliknya,

perancang dengan pengetahuan teknik atau matematis yang kuat maka ia akan cenderung menyelesaikan proses desainnya lewat cara-cara yang sistematis dan terukur. Padahal seharusnya tidak demikian, mengingat seorang perancang harus juga senantiasa bereksplorasi ke dalam area yang mungkin sama sekali belum dikenalnya.

Dalam penelitian yang pernah dilakukan oleh Matthew Lewis (2008: 3-37) dengan judul *Evolutionary Visual Art and Design* didapatkan bahwa dalam menciptakan variasi bentuk dari sebuah desain dapat menggunakan aspek *science* dalam hal ini menggunakan *algorithm* dalam program komputer. Hanya dengan mengganti angka pada variabel tertentu maka akan menciptakan bentuk variasi yang baru, dengan kata lain bentuk dihasilkan bukan dari imajinasi murni perancangnya tapi dibantu oleh perhitungan matematis.

Dalam bereksplorasi mungkin tidak harus ekstrim berada di tengah titik yang berarti seimbang dalam memperhatikan aspek seni dan sains, namun juga bukan berarti menafikkan salah satunya. Jadi sebuah desain bukan hanya berhubungan erat dengan seni, tetapi juga erat dengan sains dan keteknikkan, karena memang proses desain membutuhkan keduanya dalam rangka menyelesaikan masalah.

d. Terminologi Desain

Dalam *Design Methods* (Jones. 1969) terpaparkan bahwa ada banyak deskripsi dari

kata 'desain' yang didefinisikan oleh para pakar dari berbagai bidang, seperti M. Asimow, Christopher Alexander, P.J.Booker, J.B.Reswick, J.K.Page, E. Matchett, dan Bruce L. Archer.

- **M. Asimow**, *Decision making in the face of uncertainty with high penalties for error* (Pengambilan keputusan menghadapi ketidak-pastian dengan risiko tinggi bila melakukan kekeliruan). Dari sini dapat dikatakan bahwa desain adalah sebuah kata kerja, yaitu rangkaian pengambilan keputusan yang dilakukan secara sadar. Jadi bila proses desain mengalami hambatan, bisa jadi karena sang perancang tidak berani mengambil keputusan. Dalam mengambil keputusan, sang perancang harus memahami konsekuensi dari desainnya dan sang perancang berperan menjadi *risk manager*, karena tidak mungkin untuk menghilangkan risikonya sama sekali.

- **Christopher Alexander** *Finding the right physical components of a physical structure* (Menemukan komponen fisik yang tepat untuk menciptakan suatu struktur fisik). Definisi Christopher Alexander membawa pemahaman bahwa desain adalah sebuah kata kerja, yaitu kegiatan bereksplorasi untuk menemukan berbagai komponen desain dan merangkainya menjadi sebuah struktur. Ada dua hal yang harus dieksplorasi dalam pemahaman ini, yaitu komponennya dan sistemnya. Dalam desain grafis dan desain produk, komponen desain (*design elements*)

bisa diartikan dengan unsur garis, bentuk, sosok, gesture, warna, tipografi, material, gambar, foto, cahaya dan sebagainya. Sedangkan sistem (*design principle*) dalam desain grafis dan desain produk bisa diartikan dengan ukuran (dimensi), skala, proporsi, teknik, keseimbangan (*balance*), harmoni, penekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*), kesatuan (*unity*), layout dan sebagainya.

- **P.J. Booker** (Inggris, 1964) *Simulating what we want to make (or do), before we make (or do) it as many times as may be necessary to feel confident in the final result.* Menurut Booker, dalam sebuah proses desain harus dilakukan simulasi-simulasi atas sesuatu yang ingin diciptakan atau dilakukan sebelum benar-benar menciptakan atau melakukan sesuatu yang diinginkan tersebut. Simulasi dilakukan berulang-ulang, sesering yang dianggap perlu sehingga dirasa yakin akan hasil akhirnya. Simulasi juga bisa diartikan untuk menguji dari sekian konfigurasi antara komponen desain (*design element*) dan sistem (*design principle*).

- **J.B. Reswick**, *A creative activity - it involves bringing into being something new and useful that has not existed previously* (Aktivitas kreatif yang di dalamnya terkandung penciptaan sesuatu yang baru dan bermanfaat yang sebelumnya tidak ada). Definisi Reswick membawa kita pada pemikiran bahwa sebuah desain harus memiliki sebuah kebaruan (*newness*) serta memiliki fungsi yang sebelumnya tidak ada.

Azas kebergunaan menjadi salah satu bagian yang ditekankan dalam arti bisa lebih mempermudah, membuat lebih efisien baik dari waktu, tenaga, material maupun cost.

- **J.K. Page** *The imaginative jump from present facts to future possibilities.* (Lompatan imajinatif atau maya dari suatu keadaan atau fakta yang ada menuju ke kemungkinan-kemungkinan yang dapat dicapai pada waktu yang akan datang) Dalam desain ternyata bukan hanya berisi kata kerja yang berarti dilakukan secara *tangible* (motorik), tetapi juga ada unsur berfikir (*think*) yang dilakukan secara *intelligible*. Dalam definisi Page ini juga menekankan pada kalimat *future possibilities*, yang berarti juga menekankan pada aspek visioner. Dengan demikian proses berfikir sang perancang juga dapat mengeksplorasi tentang kemungkinan-kemungkinan dimasa datang (di tempat dan saat yang berbeda)

- **E. Matchett** *The optimum solution to the sum of the true needs of a particular set of circumstances* (Solusi optimum atas sejumlah tuntutan kebutuhan nyata dari suatu keadaan tertentu yang diinginkan). Pemikiran Matchett tentang desain menekankan pada penemuan pemecahan masalah, yang berarti sang perancang harus menyadari bahwa apapun yang didesainnya memiliki latar belakang yang spesifik. Sering kali sang perancang (apalagi pada masa sekolah) sulit membedakan antara kebutuhan (*need*) dari desain yang dimaksud dengan keinginannya

(*want*). Jika pemahaman sang perancang akan latar belakang baik maka pasti sang perancang dapat membedakan antara kebutuhan desain dan keinginannya. Konteks ruang/ tempat dan waktu juga harus menjadi perhatian, karena pada ruang/tempat dan waktu yang berbeda maka sangat mungkin menghasilkan desain yang berbeda pula. Dengan kata lain desain juga memiliki konteks dengan bidang lainnya, hal tersebutlah yang membuat desain haruslah menjadi spesifik.

- **Bruce L. Archer** *A goal directed problem-solving activity* (Aktivitas atau upaya pemecahan suatu masalah yang dipandu oleh suatu sasaran yang telah ditetapkan). Archer mendefinisikan bahwa sebuah desain haruslah memiliki tujuan (*goal*) yang seharusnya sudah dapat didefinisikan dari awal. Sang perancang (pada masa sekolah) sering kali mengalami kebingungan pada saat proses desain karena ternyata tak pernah kunjung puas terhadap hasil karya desainnya. Masih ada perasaan belum selesai pada saat pengumpulan tugas, seperti masih ingin menam-bahkan sesuatu ke dalam desainnya. Ternyata permasalahannya adalah sang perancang tidak menetapkan tujuan (*goal*) dari desainnya secara mendetail atau malah lupa sama sekali. Jadi yang ada dalam pemikirannya hanya harus menghasilkan karya desain dengan ‘keren’ tanpa bisa mendefinisikan permasalahan apa yang

harus diselesaikan yang membuat proses desainnya menjadi kehilangan arah.

Pemahaman Papanek tentang ‘desain’ juga dapat memperkaya pemahaman kita tentang desain. Dengan latar belakang sebagai pengajar profesional dan perancang yang *concern* pada negara dunia ketiga membuat Papanek memiliki pemahaman yang unik tentang desain. Dalam *Design for The Real World* (1983), Papanek mengungkapkan bahwa desain adalah usaha ‘sadar’ dan ‘intuitif’ dan memadukannya sebuah maksud. Kata ‘sadar’ menyiratkan intelektualisasi, pikiran, penelitian dan analisis. Kata ‘sadar’ dapat diartikan bahwa proses desain dapat diselesaikan dengan sudut pandang logika atau matematis. Kata ‘intuitif’ menyiratkan impresi dan ide-ide yang tidak bisa kita jelaskan secara logika yang telah terkumpul pada alam bawah sadar. Bagi Papanek sebuah desain haruslah memiliki makna (*meaningful*) sebagai tujuan, karena dengan tujuan yang telah jelas sebuah desain tidak dapat lagi disebut bagus, cantik, manis, jelek atau menjijikkan.

e. Syarat Desain (*design requirement*)

Dalam penelitian sebelumnya dengan judul Teori Vitruvius Vs Teori Sir Henry Wotton (Utilitas-Firmitas-Venustas dan Commodity-Firmness-Delight). Dalam Desain Produk (Soedarwanto. 2018), didapati pembahasan tentang tarik menarik antara kedua teori tersebut dalam memberikan syarat desain pada sebuah desain produk. Dalam

pembahasan tersebut dikatakan bahwa Vitruvius mensyaratkan ada tiga unsur yang harus ada dalam sebuah benda, yaitu unsur *utilitas*, *firmitas* dan *venustas*. *Utilitas* dapat diartikan dengan unsur fungsi atau makna, *Venustas* dapat diartikan dengan unsur keindahan dan *Firmitas* dapat diartikan dengan kekokohan. Namun Sir Henri Wotton memiliki pendapat yang berbeda dengan Vitruvius, beliau mendeskripsikan bahwa tiga unsur yang harus ada dalam sebuah desain adalah unsur *Commodity*, unsur *Firmness* dan unsur *Delight*.

Pembahasan tentang *utilitas* membawa diskusi bahwa sebuah desain haruslah memiliki fungsi, makna yang dibutuhkan serta usaha menciptakan kemungkinan untuk memudahkan, mengefektifkan atau mengefisienkan sebuah desain. *Firmitas* adalah pembahasan tentang kekokohan sebuah desain (pembahasan ini juga termasuk pembahasan tentang ketidak kokohan dari sebuah desain). Dalam *firmitas* juga membahas tentang bagaimana membangun sistematika yang membuat desain dapat berfungsi sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan dalam topik *venustas* membahas tentang aspek keindahan dari sebuah benda desain. Keindahan yang dimaksud disini bukan hanya keindahan dalam arti bagus atau cantik, namun membahas konteks dengan hal lain yang ada disekelilingnya (fisik/nonfisik), dalam arti

juga membahas tentang kepantasan-ketidapantasan dalam sebuah desain.

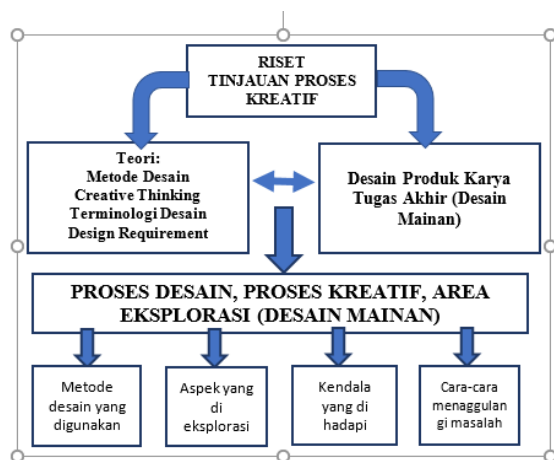
Berbeda dengan Vitruvius, Sir Henry Wotton meninjau desain dari sudut pandang yang berbeda. Untuk aspek *firmitas* diganti dengan kata *firminess*, yang pada dasarnya tidak terlalu membawa banyak perubahan pemahaman akan aspek tersebut. Sedangkan untuk kata *utilitas* diganti dengan kata *commodity* (komoditas). Hal ini membawa sebuah diskusi baru, yaitu kalau dalam *utilitas* diartikan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sudah ada maka dalam *commodity* dapat diartikan sebuah desain harus dapat menawarkan kebutuhan-kebutuhan baru lewat benda desain yang diciptakannya. Hal ini membuka kemungkinan bagi perancang agar memiliki pandangan ke depan (*visioner*) atau dapat juga berefek pada terciptanya simpul-simpul perkeekonomian baru. Pada pembahasan tentang *venustas*, Wotton menggantinya dengan *delight* (kesenangan). Hal ini membawa sebuah diskusi baru, bahwa sebuah desain pada akhirnya harus menyenangkan terlepas hal itu indah atau tidak indah. Jadi dengan kata lain diskusi Wotton tentang desain juga meletakkan pengguna (*user*) sebagai faktor utama dengan menyadari perubahan dan perbedaan yang terjadi pada pengguna (*user*) tersebut.

Penelitian sebelumnya membahas tentang teori-teori yang bisa dipergunakan dalam membahas desain yaitu penelitian

tinjauan desain menggunakan teori vitruvius, tinjauan desain menggunakan teori sir Henry wotton serta tinjauan desain menggunakan teori viktor papanek dimana dari setiap aspek pembahasan pada teori tersebut dihasilkan bahwa ada kemungkinan-kemungkinan baru yang bisa didapatkan dalam proses mendesain. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian kali ini.

C. METODE

Penelitian ini akan menganalisis tentang proses kreatif yang terjadi pada mahasiswa peserta mata kuliah Tugas Akhir yaitu dengan cara meninjau karya desain serta proses desain dengan menggunakan teori metode desain.



Gambar 1. Alur Proses Kerja Riset

Penelitian yang dilaksanakan ini adalah penelitian dengan studi kasus. Penelitian studi kasus adalah jenis penelitian deskriptif yang masuk ke dalam penelitian kualitatif. Pada jenis penelitian ini peneliti mengeksplorasi fenomena yang diikat oleh waktu dan aktivitas. (Sumartono, 2017: 97). Dengan demikian dalam melaksanakan

penelitian ini penulis akan mengeksplorasi proses desain tugas akhir dengan judul desain mainan dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data dalam batas waktu yang telah ditentukan.

Tabel 1. Capaian tahap penelitian dan indikatornya

Tahap	Deskripsi	Indikator
I	Penentuan latar belakang, perumusan masalah, teori sebagai pisau analisis dan metode yang akan digunakan	Proposal yang berisi penjabaran latar belakang dan rumusan masalah yang jelas
II	Pengumpulan data karya desain dan wawancara	Tersedianya data untuk dianalisis
III	Melaksanakan proses analisis dengan menggunakan teori yang telah ditentukan	Tersedianya paparan proses analisis
IV	Penjabaran kesimpulan	Tersedianya jawaban dari rumusan masalah dan isi dari manfaat desain dengan tingkat abstraksi yang lebih tinggi

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian kali ini penulis mengambil tiga studi kasus dari proyek tugas akhir yang tengah berjalan dengan kategori karya desain tugas akhir berupa mainan *action figure* dengan judul Tugas Akhir **Boneka dengan Estetika Khas Penari Gambyong** milik Rizqa Sari Yulia dan **Mainan Dengan Sistem Rakit Bergerak dengan Tema Transportasi Jadul Dengan Penggayaan Rupa Steampunk** karya Rikqi Van Gama.

Pada bagian hasil dan pembahasan ini sedapat mungkin berusaha menjawab pertanyaan penelitian/rumusan masalah dalam penelitian yaitu (1) Aspek apa saja yang menjadi perhatian dalam menyelesaikan proyek desain produk mainan? (2) Bagaimana metode desain dipilih dan diterapkan dalam menyelesaikan proyek desain produk mainan tersebut? Untuk menjawab pertanyaan tersebut maka pembahasan akan dibagi menjadi beberapa

sub-bab pembahasan yaitu membahas tentang sudut pandang perancang, metode desain dan proses kreatif yang digunakan serta hambatan dan cara penanggulangannya.

a. Sudut Pandang Perancang sebagai Awal Kreatifitas

Dalam sebuah proses desain, kreatifitas bahkan sudah dimulai pada awal sekali proses desain yaitu pada latar belakang permasalahan. Sudut pandang yang tepat dan pemahaman akan masalah dapat menjadi titik *start* yang baik dalam upaya menghasilkan karya desain yang memiliki kebaruan (*newness*) yang sekaligus dapat menjawab permasalahan dan memenuhi kriteria desain yang dibutuhkan. Pada bagian ini akan menceritakan tentang perjalanan berfikir hingga didapatkan aspek-aspek apa saja yang menjadi perhatian dari perancang.

1) Studi Kasus 1: Boneka dengan Estetika Khas Penari Gambyong

Pada judul TA **Boneka dengan Estetika Khas Penari Gambyong**, Rizqa memulai proyek dengan melihat beberapa aspek, yaitu industri produk mainan yang memiliki prospek bagus untuk dapat dijadikan sebuah profesi dan ini bisa dimulai dalam skala industri rumahan (*home industry*). Namun menurutnya dalam industri mainan bukan hanya persoalan memiliki desain yang bagus namun yang pertama kali juga harus dikenal (*well known*). Karena hal itulah Rizqa

memproyeksikan Karya Tugas Akhir ini sebagai materi untuk diikutkan dalam pameran desain mainan pada skala internasional sebagai sudut pandang utamanya. Dalam rangka untuk mencapai tujuan desain tersebut, di dalam latar belakangnya Rizqa menuliskan beberapa kata kunci berupa aspek yang menjadi perhatiannya saat memulai proyek ini sebagai berikut:

- Aspek Target Pengguna: Adanya fenomena perluasan target pengguna dan target pembeli dari produk mainan dari kecenderungan sebagai produk untuk anak-anak menjadi pada produk untuk orang dewasa.
- Aspek Fungsi Produk Mainan: Fungsi dasar desain mainan yang juga memiliki pergeseran nilai.
- Aspek Jenis Produk Mainan: Jenis dan karakteristik mainan yang diminati oleh target orang dewasa.

Dari latar belakang tersebut Rizqa melihat peluang sekaligus tantangan untuk dijadikan pembahasan dalam proses desain kali ini, yaitu produk mainan yang akan didesain adalah produk mainan, boneka. Pergeseran target pengguna dan pembeli juga turut menggeser kategori boneka (*doll*) dalam produk mainan. Mengingat perlombaan yang akan diikuti sertakan adalah ditingkat internasional maka kekhususan dengan memberikan sentuhan *local wisdom* Nusantara menjadi pilihan, yaitu berupa

estetika dari Tarian Gambyong. Hal tersebut dipilih sebagai cara untuk menonjol pada sebuah *event* internasional.

Dalam proses menyelesaikan proyeknya, Rizqa awalnya menuliskan permasalahan desain sebagai berikut:

- Seperti apa estetika yang identik dengan penari Gambyong?
- Bagaimana cara menciptakan boneka dengan estetika penari gambyong?
- Ukuran boneka apa yang tepat untuk dirancang?

Dalam permasalahan desain tersebut terlihat Rizqa menulis menggunakan intuisinya, karena dia lupa dengan pembahasan awalnya. Hal ini sering terjadi pada awal penulisan laporan proses desain, mereka lupa membedakan antara permasalahan desain dengan permasalahan perancang. Setelah melalui tahap diskusi dan membangun pemahaman untuk merujuk kepada latar belakang yang sudah dikemukakan. Dengan mengingat beberapa point seperti mainan sebagai media koleksi dan investasi maka permasalahan desain berubah menjadi sebagai berikut:

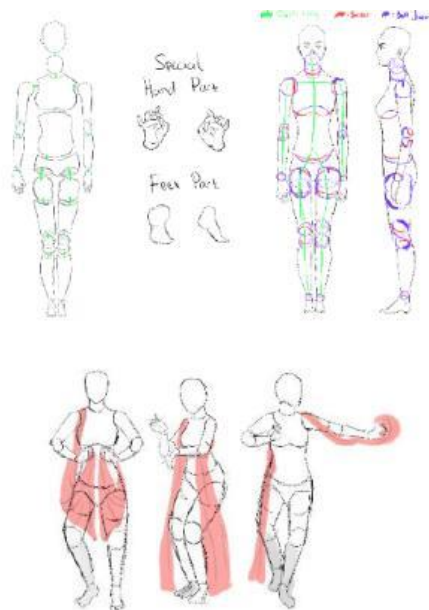
- Bagaimana penerapan estetika yang identik dengan penari Gambyong pada desain produk desain mainan?
- Bagaimana sistem mekanika gerak untuk mewedahi artikulasi gerak penari Gambyong?
- Apa material yang dipergunakan dan bagaimana teknik produksinya agar produk

mainan(boneka) memiliki daya tahan tinggi terhadap waktu?

- Bagaimana desain mainan (boneka) dengan tingkat kedetailan tinggi?

Dengan permasalahan desain yang baru ini membuat jelas jalan yang harus ditempuh dalam upaya menyelesaikan proses desain. Selanjutnya Rizqa menganalisis permasalahan desain tersebut lalu mengidentifikasi dan mengkategorinya kedalam syarat desain yang dikemukakan oleh Vitruvius yaitu desain harus memenuhi aspek fungsi (*utilitas*), aspek sistem (*firmitas*). Rizqa memulai pembahasan pada aspek *utilitas* (fungsi), dan yang menjadi pembahasan adalah bergesernya profil pembeli (*buyer*) dan pengguna (*end user*) dari mainan yang akan didesain. Mainan yang akan didesain bukan diperuntukkan untuk anak-anak seperti pada umumnya, namun untuk orang dewasa. Pergeseran profil pengguna ini disadarinya akan berefek kepada aspek *utilitas* dan *firmitas*. Profil pengguna yang berbeda akan menuntut fungsi yang berbeda pula, maka Rizqa juga menyiapkan desainnya ini untuk keperluan koleksi. Fungsi yang berbeda menuntut cara menggunakan mainan dengan cara yang berbeda. Untuk mainan ini disiapkan untuk dimainkan dengan cara di pajang (*display*) sekaligus dapat dimainkan (*play*) dengan cara di foto (*toys photography*), sehingga keluwesan bergerak menjadi pertimbangan untuk diwujudkan. Tuntutan akan keluwesan gerak

tersebut membuat Rizqa membahas secara khusus aspek artikulasi gerak mainan ini dalam aspek *firmitas* (sistem). Dalam upaya mewujudkannya maka pembahasan merambah pada aspek material dan sistem gerak mekanik. Kedua hal tersebut saling berhubungan, karena berbeda material maka berbeda pula cara penanganan detail untuk memenuhi gerak mekaniknya.



Gambar 2. Desain Sistem Sendi dengan Menggunakan Sistem *Double Joint* (sumber gambar: Rizqa Sari Yulia, 2020)

Dalam desain produk mainan ini desain akan digunakan menggunakan material resin untuk komponen tubuh dan material kain untuk bagian kostum. Tahapan pertama pada proses produksi ini adalah membuat bentuk master sebagai rujukan proses cetak. Dengan perkembangan teknologi saat ini membuat prototype master bisa dilakukan secara manual dengan teknik *sculpting* maupun secara *machinal* dengan menggunakan teknologi printer 3 dimensi. Rizqa berencana (saat ini belum sampai

tahap produksi) akan mengadopsi kedua teknik tersebut, dimana bagian dengan tingkat presisi tinggi akan menggunakan teknik *machinal*, sedangkan untuk aspek yang membutuhkan sentuhan *craft* akan menggunakan teknik manual (*sculpting*). Hal tersebut dipilih karena pada benda-benda koleksi ditemukan memiliki penghargaan yang tinggi terhadap sentuhan *craft*. Setelah master (*prototype*) jadi selanjutnya adalah pembuatan cetakan dengan menggunakan material *clay* untuk cetakkannya. Setelah cetakan jadi barulah dilakukan pencetakan dengan menggunakan material resin cair. Setelah cetakan mengering, maka berikutnya adalah tahap finishing berupa penghalusan dan *coloring*.

Untuk aspek produksi kostum akan dibuat dengan material kain. Tahapannya didahulukan dengan pembuatan pola yang diterjemahkan dari bentuk sketsa desain. Setelah pola jadi maka selanjutnya akan digabungkan dengan bagian badan dengan teknik lem dan jahit. Kepresisian dan kedetailan dalam melaksanakan tahap produksi ini harus diperhatikan karena dapat meningkatkan atau menurunkan harga jual dan apresiasi terhadap karya.

Pengalaman dan pengetahuan tahap produksi perancang akan terasa manfaatnya disini. Karena pengetahuan dan pengalaman tersebut dapat membantu tahap desain untuk menentukan bentuk dan keputusan lainnya dalam desain.

Pembahasan tentang aspek *venustas* (estetika) pun turut berperan disini. Untuk permasalahan desain “Bagaimana penerapan estetika yang identik dengan penari gambyong pada desain produk desain mainan?” Rizqa mengidentifikasinya kedalam permasalahan estetika. Sebenarnya sebelum menentukan jenis (unsur budaya) apa yang digunakan harus ada pembahasan awal untuk menentukan unsur tradisi yang akan diadopsi. Untuk hal ini Rizqa sepertinya menggunakan intuisi dan pengalaman sebelumnya yang dimiliki tanpa ada pembahasan tertulis. Dalam proses diskusi baru diketahui alasannya, yang menurutnya tarian gambyong memiliki gerakan yang iconic dan masih mudah dicerna dan akan lebih mudah untuk dibuat sistem artikulasi gerak nantinya. Cara ini ada positif dan negatifnya, positifnya adalah pengalaman membuat pengambilan keputusan menjadi cepat dan dampak negatifnya adalah peluang terciptanya kebaruan (*newness*) menjadi tertutup untuk aspek ini.

Untuk menyelesaikan permasalahan desain pertama Rizqa menurunkan sub-poin pembahasan untuk memenuhi kebutuhan data dan teori sebagai pisau analisis, maka turunan pembahasan tersebut jadi aspek visual yang berasal dari gesture penari, unsur visual dari wajah yang bisa khas dan unsur visual dari perlengkapan pakaian yang dikenakan penari gambyong. Data pertama

yang dibutuhkan adalah berupa gerakan tarian gambyong dan unsur visual pada penari gambyong. Dalam laporan perancangannya telah dilakukan studi pada gerakan tarian gambyong dan memilih gerakan yang menurutnya iconic.



Gambar 3. Gerakan Tarian Gambyong yang Iconik (sumber gambar: Rizqa Sari Yulia, 2020)

Selanjutnya pada pembahasan aspek estetika ini juga membahas tentang bentuk wajah yang menurut Rizqa harus merepresentasikan wajah yang khas yang ada di Indonesia. Studi dilakukan dengan mengidentifikasi ras manusia yang ada di Indonesia yang bisa membedakan dengan struktur wajah Eropa atau Amerika yang kerap dijadikan pedoman dalam desain mainan boneka.



Gambar 4. Fitur Wajah Boneka Penari Gambyong (sumber gambar: Rizqa Sari Yulia, 2020)

Menurut hasil risetnya Populasi *Deuteromalayid* pada saat ini didominasi oleh orang Melayu. *Deutromalayid* umumnya

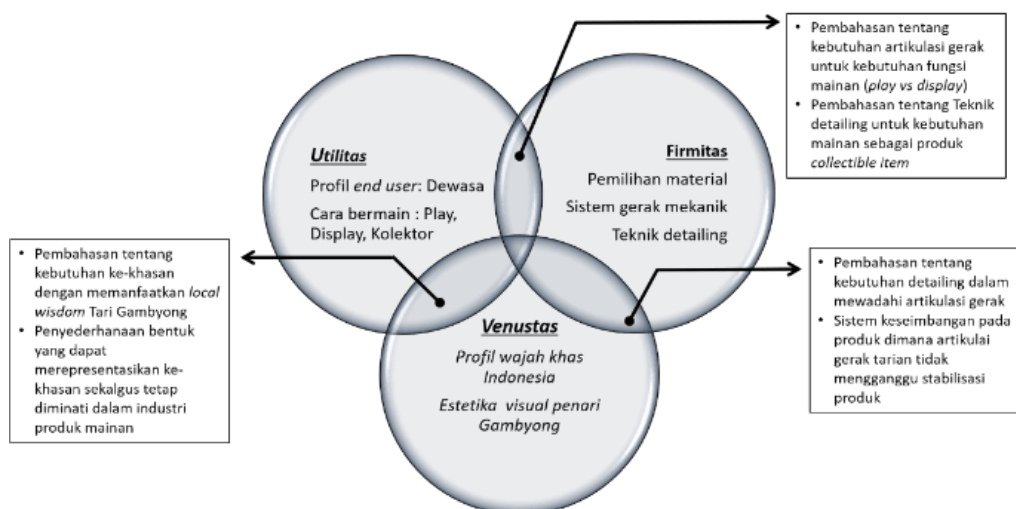
tersebar di Indonesia bagian Barat, seperti misalnya: Jawa, Sunda, Flores Timur, Nias Timur, Lombok Timur, Madura, Bawean, Mentawai, dan Batak. Ciri-ciri fisik populasi *Deuteromalayid* yaitu kulit coklat muda sampai kekuningan/ sawo matang, rambut lurus atau bergelombang, *brachycephalic*, *hypsigranic* dengan *mesorrhine*, hidung yang pesek. bibir relatif tebal, rahang mencolok., mata agak sipit, lipatan Mongolia pada beberapa individu, prognatisme ringan, wajah Euryprosop hingga Mesoprosop. Dari hasil pembahasan tersebut terciptalah sketsa rupa wajah untuk boneka yang akan dibuat.



Gambar 5. Gambar Kostum Bomeka Tarian Gambyong
(sumber gambar: Rizqa Sari Yulia, 2020)

Sebagai pembahasan aspek terakhir untuk membahas permasalahan desain pertama adalah data berupa unsur visual dari perlengkapan penari Gambyong. Untuk pembahasan desain ini Rizqa hanya membahas tentang aspek warna dan bentuk dari penari Gambyong. Dalam pembahasan bentuk kostum pembahasan dilakukan hingga menghasilkan sketsa sebagai berikut:

Dari gambar tersebut Rizqa terlihat berusaha memunculkan bentuk dan gesture hasil adopsi dari penari Gambyong. Namun untuk aspek kostum sepertinya lupa mempertimbangkan apa kebutuhan dari target pengguna dan pembeli terhadap mainannya untuk keperluan koleksi ataupun sebagai memorabilia. Sebenarnya ada banyak peluang bagi perancang untuk mendefinisikan berbagai hal baru yang lebih daripada sekedar mengaplikasikan bentuk-bentuk yang ada. Jika digambarkan dalam diagram berikut area pembahasan yang dilakukan Rizqa dalam upaya menyelesaikan desainnya.



Gambar 6. Graphic Thinking aspek proses desain Rizqa

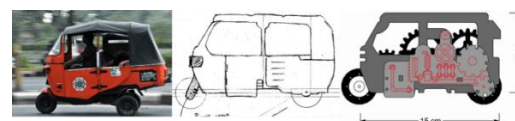
2) Studi Kasus 2: Mainan Dengan Sistem Rakit Bergerak dengan Tema Transportasi Jadul Dengan Peggayaan Rupa Steampunk Boneka dengan

Pada judul TA ***Mainan Dengan Sistem Rakit Bergerak dengan Tema Transportasi Jadul Dengan Peggayaan Rupa Steampunk***, Riqqi melihat proyek dengan mempertimbangkan beberapa aspek yaitu aspek industri produk mainan dalam lingkup hobi dan edukasi yang memiliki prospek untuk bidang wirausaha. Semakin mudah dan terjangkau alat pendukung produksi untuk skala industri kecil membuat desain mainan rakit menjadi peluang yang menarik. Dalam latar belakangnya Riqqi menuliskan beberapa kata kunci berupa aspek yang menjadi perhatiannya saat memulai proyek ini sebagai berikut:

- Pada masa tumbuh kembangnya, anak memerlukan stimulus yang memadai, baik secara aspek kognitif, afektif maupun psikomotorik. Produk mainan yang akan didesainnya ini berawal dari pemikiran tersebut, hanya saja perhatian diprioritaskan pada aspek motorik..
- Dalam dinamikanya ditemukan ternyata ada juga orang dewasa yang memiliki hobi terhadap mainan rakit, mainan mobil-mobilan dan mainan bertema vintage dan mainan yang memiliki series untuk benda koleksi.
- Peluang interaksi anak-anak dan orang dewasa, dalam hal ini anak dan orang

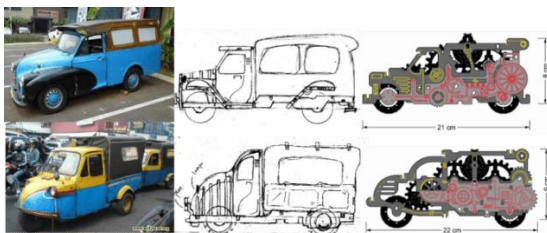
tuanya dengan menggunakan media hobi yang sama.

Dari kondisi latar belakang tersebut, Riqqi melihat sebuah potensi menarik yang bisa diangkat dalam Tugas Akhir dan berpeluang pula untuk wirausaha dibidang desain dan produksi produk mainan. Pada diskusi awal proses desain perhatiannya tertuju pada aspek *firmitas* (sistem) yaitu tentang bagaimana sistem *knock down* dari sebuah mainan rakit. Hal itu didapatkannya dari keringkasan aspek kemasan sebuah produk. Baru kemudian muncul aspek *utilitas* (fungsi) mainan ini sebagai media melatih otot motorik pada anak. Untuk memenuhi kebutuhan fungsi tersebut, maka pembahasanpun dilakukan yaitu membahas tentang aspek keamanan dan kenyamanan anak dalam menggunakan produk, sehingga dilakukanlah studi aspek ergonomic dan antropometri pada anak. Setelah itu Riqqi mulai merambah ke pembahasan aspek *vensutas* (estetika), yaitu dengan melakukan diskusi dan pembahasan tentang ide bentuk dari mainan yang akan didesainnya. Dari pembahasan didapatkanlah ide mainan mobil-mobilan. Kemudian dibahas spesifik lagi tentang jenis kendaraan tersebut, hingga didapatkanlah angkutan umum bajaj yang dipilih karena bentuknya yang unik.



Gambar 7. Sketsa bentuk bajaj dengan tema steampunk
(sumber: Riqqi Van Gama, 2018)

Setelah itu proses penyederhanaan bentukpun dilakukan dengan cara stilasi. Saat melakukan stilasi Riqki mengalami kesulitan karena tidak memiliki *coding* untuk melakukan stilasi, sehingga harus menentukan sebuah tema agar mendapatkan coding untuk proses *stilasi*. Proses pemilihan tema dimulai dengan melihat kurun waktu yaitu, futuristik atau *nostalgia*. Keduanya memiliki peluang yang menarik sebagai tema, secara pribadi Riqki ingin tampilan yang *fantastic*, tapi dia tidak memiliki referensi yang cukup untuk itu. Maka dipilihlah tema *nostalgia*, dengan tetap membawa ketertarikannya tentang bentuk yang fantastik. Dari penelusuran tentang gaya visual ditemukanlah tema *steampunk* yaitu tema visual yang terinspirasi dari industri pada saat mesin tenaga uap ditemukan. Dengan demikian terpilihlah kendaraan bajaj yang divisualkan dengan gaya visual steampunk. Setelah dirasakan berhasil dengan bajaj Riqki menggunakan metode yang sama untuk membentuk dua tipe mainan lagi, yaitu bentuk yang terinspirasi dari angkutan umum bemo dan oplet.



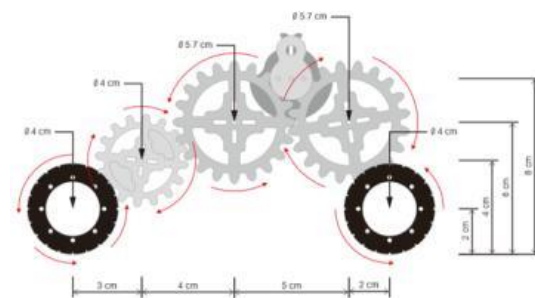
Gambar 8. Sketsa bentuk oplet dan bemo dengan tema steampunk (sumber: Riqki Van Gama, 2018)

Setelah didapatkan bentuk maka selanjutnya pembahasan bergeser kembali ke area *firmitas* (teknis). Pada pembahasan ini Riqki membahas tentang kemungkinan cara produksi dan material yang dipilih.



Gambar 9. Model 3 Dimensi sebagai tahap perencanaan dan proses produksi menggunakan *cutting laser* pada material multipleks (sumber: Riqki Van Gama, 2018)

Pada awalnya ada beberapa alternative material, yaitu menggunakan plastik dengan menggunakan metode 3D *printing*, Menggunakan kayu *solid* dan menggunakan material *clay*. Berdasarkan pertimbangan biaya dan keunikan produk maka dipilihlah material kayu, namun bukan berupa kayu *solid*, tapi menggunakan kayu lapis. Hal ini dipilih dengan pertimbangan utama ketersediaan mesin untuk produksi.

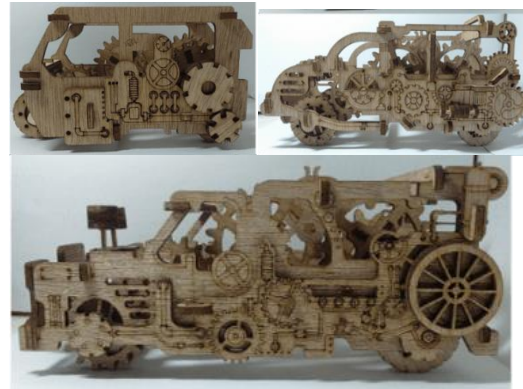


Gambar 10. Perencanaan gear sistem pada desain mainan (sumber: Riqki Van Gama, 2018)

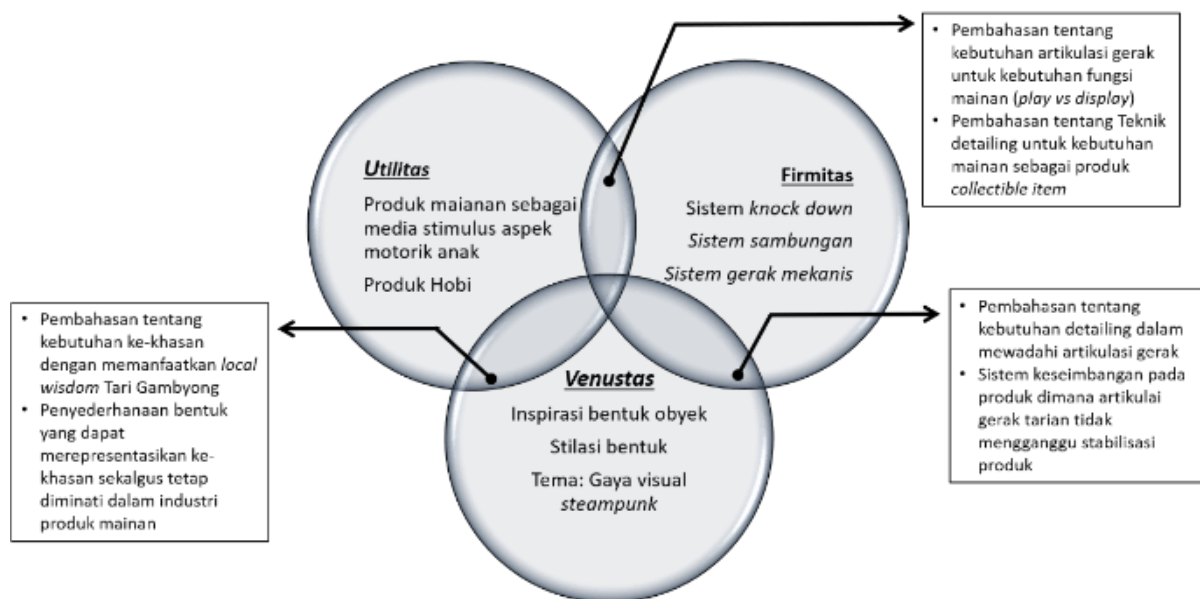
Dari pembahasan aspek *firmitas* ini didapatkanlah hasil berupa bentuk mainan yang hanya bisa dipajang. Selanjutnya munculah ide dari Riqki untuk memasukkan sistem gerak mekanik pada mainan tersebut, yaitu dengan menggunakan material kayu

dan karet untuk bisa menggerakkan mainan ini hingga mobil bisa berjalan.

Pada tahap akhir riqki memprogram ulang seluruh gambar agar setiap komponen dapat dirakit dengan tepat. Berikut hasil produk desain mainan rakit ini. Jika digambarkan dalam diagram berikut area pembahasan yang dilakukan Nova dalam upaya menyelesaikan desainnya.



Gambar 11. Desain produk mainan hasil rancangan Riqki
(sumber: Riqki Van Gama, 2018)



Gambar 12. Graphic Thinking aspek pembahasan yang dilakukan Riqki

b. Metode Desain dan Proses Kreatif yang Digunakan

Dalam pelaksanaan Tugas Akhir sudah ditetapkan bahwa proses desain harus menggunakan metode *glass box*, yaitu metode perancangan dengan menggunakan kekuatan data dan analisis. Namun dalam pelaksanaannya seringkali imajinasi dan intuisi rembes dalam proses desain. Dalam arti yang positif, rembesan ide yang berasal dari imajinasi dan intuisi dapat menjadi *booster* dalam proses desain. Dalam pelaksanaan metode

merancang *glass box* pun tidak harus rigid, karena metode dapat juga diartikan sebagai strategi untuk menghasilkan ide, maka akan ada penyesuaian-penyesuaian tahapan dengan kondisi yang ada. Pada pembahasan sub-bab ini akan membahas tentang proses kreatif yang terjadi dalam proses desain. Setelah membahas tentang aspek awal yang menjadi perhatian dalam latar belakang maka selanjutnya adalah membahas permasalahan desain yang dikemukakan oleh perancang. Dari permasalahan desain dapat

diketahui area apa yang menjadi fokus perancang dalam mengulas sebuah desain.

Dari proses perancangan yang dilakukan dapat diketahui bahwa keduanya mencoba tertib dalam melakukan metode desain secara *glass box*, dimana data menjadi kekuatan utama dalam upaya menyelesaikan masalah (*problem solving*). Ketegasan Namun terlihat ada geliat dari keduanya dimana mereka juga menggunakan insting dapat dilihat dari kejelian mereka dalam melihat peluang dan mengambil sudut pandang yang unik dalam melihat sebuah permasalahan. Ada beberapa keputusan desain yang diambil tanpa analisis yang kuat, namun berasal dari pengalaman keduanya pada aktivitas di luar perkuliahan. Rizqa adalah seorang *sculptor* dan Riqki menekuni bidang *laser cutting* untuk waktu yang cukup lama.

Pada proses desain yang dijalani keduanya memiliki *starting point* yang berbeda, Rizqa memulai desain dari perhatiannya pada aspek fungsi sedangkan Riqki memulai dari perhatiannya kepada aspek sistem. Namun demikian keduanya memiliki kesamaan yaitu dengan cara menetapkan satu permasalahan sebagai *starting point* lalu kemudian permasalahan berikutnya satu persatu ditemukan dan diselesaikan.

Tidak sedikit kasus perancang yang mengalami kebingungan karena tidak memiliki pintu masuk ke dalam permasalahan.

E. KESIMPULAN

Dalam melakukan proses desain tentu saja melalui rangkaian tahapan. Ada banyak cara dalam menyelesaikan sebuah proses desain, termasuk setiap perancang berhak memiliki metode atau strategi sendiri yang cocok dengan dirinya sehingga bisa melahirkan ide dengan mudah untuk menyelesaikan permasalahan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada banyak hal yang bisa menjadi aspek yang harus diperhatikan dalam menyelesaikan sebuah desain. Perancang bisa memilih sebuah teori atau sudut pandang sebagai panduan dalam merancang, dalam penelitian kali ini kebetulan kedua perancang menggunakan Teori Vitruvius sebagai panduannya. Dengan demikian aspek yang diperhatikan-nyapun berada dalam kelompok teori tersebut yaitu pada kategori aspek fungsi membahas tentang keamanan, kenyamanan, *basic needs* dan *human factor*; pada aspek sistem membahas tentang material, sistem produksi, sistem mekanik dan sistem tanda; sedangkan pada aspek estetika membahas tentang aspek bentuk, warna, yang pada akhirnya memunculkan kesan. Ketiga aspek tersebut memang kerap dijadikan pintu masuk dalam memulai sebuah desain.

Namun penulis dikejutkan dengan munculnya area baru yang merupakan irisan atau persilangan dari ketiga aspek tersebut yang ternyata bisa menjadi pintu masuk baru dalam menyelesaikan sebuah desain, yaitu

irisan antara aspek *utilitas-firmitas*, *firmitas-venustas* dan *venustas-utilitas*. Dalam diagram pembahasan bahkan bisa tampak irisan ketiga aspek tersebut, hanya saja pada penelitian kali ini belum bisa dieksplorasi lebih lanjut.

Disela-sela tertibnya cara berfikir prosedural yang di lakukan, ternyata dijumpai pula lompatan-lompatan ide yang memberikan kesegaran pada desain. Umumnya hal tersebut berasal dari menumpuknya sekian banyak pengalaman dan informasi pada diri perancang yang mungkin didapatkan di luar perkuliahan. Sepertinya antara metode *glass box* yang logis dan metode *black box* yang imajinatif adalah kedua hal yang tidak bisa dipisahkan, lebih cocok untuk di kolaborasikan dalam metode merancang dan setiap perancang memiliki kemampuan mengkoordinasikan keduanya.

F. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada hibah Penelitian Dosen Muda Dikti dan Universitas Mercu Buana sebagai sponsor yang telah mendanai penelitian, serta seluruh rekan-rekan yang mendukung terselenggaranya penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

Broadbent, G. (1973). *Design in Architecture: Architecture and Human Science*. New York: John Wiley and Sons.

Camburn, B., & Wood, K. (2018). Principles of maker and DIY fabrication:

Enabling design prototypes at low cost. *Design Studies, Volume 58*, 63-88.

Cornwell, Alex (Ed), (2012). *Breakthrough Overcome Creative Block*. Princetown: Architectural Press.

Crilly, N., & Cardoso, C. (2017). *Where next for research on fixation, inspiration and creativity in design?*. *Design Studies, Volume 50*, 1-38.

Dong, A., Garbuio, M., & Lovallo, D. (2016). *Generative sensing in design evaluation. Design Studies, Part A* (July 2016), 68-91.

Fletcher, S. B. (1905). *A History of Architecture on The Comparative Method*. London: High Holborn

Frampton, K. (2007). *Modern Architecture: A Critical History (4th Edition)*. London: Thames and Hudson.

Gama, R. V. (2018). "Mainan Dengan Sistem Rakit Bergerak Dengan Tema Transportasi Jadul Dengan Penggayaan Rupa Steampunk", [Tugas Akhir]. Jakarta: FDSK, Desain Produk. Universitas Mercu Buana.

Jones, John Christopher. (1992) *Design Methods (2nd Edition)*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Lewis, M. (2008). Evolutionary visual art and design. In *The art of artificial evolution*. Heidelberg: Springer.

Papanek, Viktor. (1983). *Design for The Real World*. Van Nostrand Reinhold Co.

Shroyer, K., Lovins, T., Turns, J., Cardella, M. E., & Atman, C. J. (2018). *Timescales and ideospace: An examination of idea generation in design practice*. *Design Studies, Volume 57* (July 2018), 9-36.

Soedarwanto, H. (2018). *Teori Vitruvius Vs Teori Sir Henry Wotton (Utilitas-Firmitas-Venustas dan Commodity-Firmness-Delight) Dalam Desain Produk*. *Jurnal Narada, Volume 5* (2), 155-164.

- Stake, R.E. (2017). *Studi Kasus*, dalam Sumartono, *Metode Penelitian Kualitatif Seni Rupa dan Desain*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Yulia, R.S. (2020). “*Boneka dengan Estetika Khas Penari Gambyong*”. [Tugas Akhir]. Jakarta: FDSK, Desain Produk. Universitas Mercu Buana.

PERANCANGAN FURNITURE RUANG TAMU TERINSPIRASI DARI HUTAN BAMBU SUKOLOLO

Oleh:

Salsabila Priongo¹

*Program Studi Desain dan Management Produk, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Surabaya*

Wyna Herdiana²

*Program Studi Desain dan Management Produk, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Surabaya*

salsabilapriongo14@gmail.com¹; wynaherdiana@staff.ubaya.ac.id²

ABSTRAK

Semakin berkembangnya zaman, semakin berkembang pula populasi penduduk di Indonesia. Yang diikuti pula semakin melonjak kebutuhan untuk tempat tinggal beserta tanahnya. Meningkatnya kebutuhan tanah yang dipergunakan sebagai tempat tinggal menghasilkan semakin terbatas tanah kosong yang tersedia, oleh karena itu muncullah alternatif yakni ukuran rumah dengan tipe yang kecil dan tempat tinggal vertikal, seperti apartemen dan rumah susun. Meskipun memiliki luas lahan yang terbatas, tetapi tetap bisa memberikan kesan yang indah pada ruang tamu. Dikarenakan ruang tamu merupakan ruang utama yang digunakan sebagai tempat menerima tamu dan menunjukkan status sosial pemilik rumah tersebut. Oleh karena itu, kami membuat furniture untuk ruang tamu dengan luas yang terbatas dengan inspirasi bentuk dan estetika dari hutan bambu Sukolilo Surabaya.

Kata Kunci: *furnitur, bambu, ruangan tamu.*

ABSTRACT

As the times progress, the population in Indonesia will also grow. What was followed by the increasing need for housing and land. The increasing of land for a place to live causes a limited available vacant land, therefore an alternative has emerged, namely the size of a house with a small type and vertical residence, such as apartments and flats. Even though it has a limited land area, it can still give a beautiful impression to the living room. Because living room is the main room which is used as a place to receive guests and shows the social status of the house owner. Therefore, we make furniture for the living room with a limited area, inspired by the shape and aesthetics of the bamboo forest in Sukolilo Surabaya.

Keywords: *furniture, bamboo, living room.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: November 6th, 2020

Revised: November, 20th, 2020

Accepted: December 20th, 2020

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Rumah merupakan tujuan pulang setiap orang sebelum beraktivitas diluar seharian tentu rumah menjadi tujuan yang paling dirindukan. karena merupakan tempat yang

paling nyaman, kenyamanannya ditentukan oleh beberapa hal, seperti halnya desain interior maupun eksterior, furnitur yang digunakan, pilihan wana, penggunaan cat dinding atau kertas dinding, hingga pemilihan lantai yang mampu menunjang kenyamanan

sebuah rumah. Pada umumnya rumah terbagi dalam berbagai ruangan yang memiliki masing-masing fungsi seperti ruang tamu, ruang keluarga, ruang makan, kamar tidur, dan kamar mandi serta dapur.

Ruang tamu adalah ruangan yang dijumpai pertama saat memasuki sebuah rumah yang digunakan sesuai dengan namanya, yakni sebagai tempat menerima tamu. Tempatnya yang terletak di depan, diharapkan agar tamu atau orang asing yang berkunjung ke rumah tidak dapat menjangkau ruangan pribadi milik tuan rumah, seperti kamar tidur, tetapi dekat dengan ruang makan agar tuan rumah dapat dengan mudah melayani tamu.

Pada tiap negara memiliki ciri khas ruang tamu masing-masing dan menjadi tempat untuk ajang menunjukkan status sosial sang pemiliknya. Misalkan negara Inggris dan Selandia Baru memiliki perapian ada ruang tamu yang bertujuan untuk menjaga suhu ruangan agar tetap hangat. sedangkan di negara Jepang terdapat tatami/tikar sehingga orang dapat duduk dengan nyaman. Karena tingkat aktivitas tinggi pada ruang tamu, maka jenis pencahayaan yang dibutuhkan adalah perlunya cahaya hangat. Furnitur ruang tamu biasanya terbuat dari bambu, kayu, logam, maupun plastik. Furnitur-furnitur yang biasanya terdapat di ruang tamu tidak lain adalah meja, kursi atau sofa, lampu, dan hiasan dinding seperti rak atau lukisan. Ruang tamu dirasa belum

lengkap tanpa adanya set sofa yang empuk dan nyaman. Agar ruang tamu terlihat lebih menarik, pemilihan warna pada furnitur termasuk salah satu yang mampu mempengaruhi ruangan tersebut seperti menggunakan warna putih yang dapat memberi kesan lebih bersih. pemilihan furnitur berukuran kecil dan menambahkan aksesoris pada dinding untuk menunjang keindahan dari ruangan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, dirasa perlu adanya suatu terobosan baru mengenai furnitur yang cocok untuk ruang tamu dengan luas yang kecil yang akan terinspirasi dari hutan bambu Sukolilo Surabaya.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

- a) Berdasarkan rangkuman dari latar belakang, dibutuhkannya furniture yang tepat untuk ruang tamu yang sempit agar ruang tamu dapat terlihat lebih luas
- b) Ruang tamu merupakan tempat untuk menerima tamu/ kerabat/ teman ketika berkunjung sekaligus tempat untuk menunjukkan status sosial seseorang
- c) Ruang tamu terletak di bagian depan sebuah rumah tetapi tetap dapat menjaga privasi tuan rumah

3. Orisinalitas

Tema yang diambil dalam penelitian ini adalah hutan bambu Sukolilo Surabaya yang dijadikan sebagai inspirasi dalam peran-

cangan furnitur untuk ruang tamu dengan luas yang terbatas. Ide yang didapat adalah menjadikan bentuk serta warna bambu untuk estetika perancangan furnitur.

Dalam pembuatan penelitian ini, penulis tidak meniru karya dari siapapun yang dapat dibuktikan dengan komparasi dengan karya-karya terdahulu dengan tema atau ide yang serupa seperti dibawah ini:



Gambar 1. Furnitur Ruang Tamu Oleh Pengrajin Bambu Yogyakarta
(Sumber: <http://indonesia-furniture.com/news/category/bamboo-furnitures/>)

Satu set furnitur ruang tamu yang terdiri dari 2 kursi *single* dan 1 kursi *double* serta meja yang terbuat dari bambu yang dibuat oleh pengrajin bambu lokal dari Yogyakarta.



Gambar 2. Hive – Bamboo Furniture Colloction
(Sumber: <https://www.behance.net/gallery/28601871/Hive-A-compact-bamboo-furniture-collection>)

Satu set furnitur yang terdiri dari meja, kursi, lampu gantung, dan rak meja kecil yang terbuat dari bambu karya Irene Lee.



Gambar 3. Sofa
(Sumber: <http://www.jatijeparamebel.com>)

Sofa dengan bahan rangka yang terbuat dari kayu jati dengan ukuran 160 x 80 x 84cm dengan bahan kain untuk dudukannya adalah beludru ini karya pengrajin lokal di Jepara.



Gambar 4. Meja Kopi atau Meja Ruang Tamu
(Sumber: <https://fabelio.com/ip/coltrane-cofeetable.html>)

Sedangkan untuk meja ini memiliki ukuran 100 x 46 x 43cm yang terbuat dari kayu lapis yang dilapisi oleh vinir sedangkan pada bagian rangka kaki terbuat dari besi yang dicat.



Gambar 5. Meja Ruang Tamu
(Sumber: <https://fabelio.com/ip/coltrane-cofeetable.html>)

Meja dengan ukuran 120 x 60 x 45cm ini terbuat dari kayu jati yang dilapisi dengan cat duco.



Gambar 6. Kursi Single Rotan
(Sumber: <https://fabelio.com/ip/coltrane-cofeetable.html>)

Kursi yang berukuran 100 x 46 x 43 cm ini terbuat dari rotan dengan kerangka kaki yang terbuat dari besi yang dicat.



Gambar 7. Meja Ruang Tamu
(Sumber: <https://fabelio.com/ip/coltrane-cofeetable.html>)

Meja dengan dimensi 120 x 60 x 45cm yang terbuat dari kayu jati dengan lapisan cat duco.

4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membuat produk furnitur set ruang tamu dengan ukuran lahan yang terbatas tetapi tetap dapat menampilkan estetika yang indah serta

meningkatkan minat masyarakat terhadap keindahan bambu.

- 2) Melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber wacana dan sumber pengetahuan baru terutama yang menyangkut tentang furnitur ruang tamu untuk ruang tamu yang sempit yang terinspirasi dari bambu. Dengan adanya penelitian ini konsumen dapat memperoleh alternatif baru melalui produk-produk inovatif. Dan untuk desainer, melalui penelitian ini diharapkan mampu menambah pengalaman serta memotivasi peneliti untuk berkreasi dalam menciptakan macam inovasi baru.

B. KONSEP PERANCANGAN

1. Kajian Sumber Perancangan

Seiring dengan perkembangan zaman, perspektif mengenai ruang tamu saat ini berbeda-beda. Terlebih lagi luasan rumah yang semakin terbatas membuat ruang tamu berperan multifungsi. misalnya ruang tamu juga berfungsi sebagai ruang keluarga. Selain itu, gaya hidup masyarakat yang mulai modern mempengaruhi penataan ruang tamu yang lebih terbuka dan saling berhubungan dengan ruang lainnya. Dengan begitu, ruang tamu yang berada di rumah mungil dapat berfungsi optimal. Ruang tamu dapat dikatakan ruang yang diutamakan dalam sebuah hunian, terlebih bagi mereka yang sering menerima tamu. Tentunya penataan di

ruang tamu menjadi perhatian utama. Karakter penataan di ruang tamu akan mencerminkan pula karakter sang penghuni. Selain itu, ruang tamu merupakan ruang pertama yang dapat diakses para tamu dan bersifat terbuka dibandingkan ruang-ruang lainnya yang *private*. Apa pun perspektifnya, ruang tamu harus ditata dengan menarik untuk memberikan kesan pertama yang baik. (Astrid, 2008, *Inspirasi Desain Ruang Tamu*, Surabaya, Griya Kreasi).

Tips Menata Ruang Tamu Kecil

a. Pemilihan Warna

Agar ruang terlihat luas menggunakan warna seperti putih, krem, atau warna pastel dan memilih warna sofa yang senada dengan dinding.

b. Pemilihan furniture

Menyesuaikan dengan kebutuhan dan ukuran ruangan.

c. Memaksimalkan fungsi dinding yang dapat digunakan sebagai rak penyimpanan bisa juga menggantung cermin agar ruang tamu tampak terlihat lebih besar (Sumber: www.dekoruma.com, diakses: 17 Maret 2020).

d. Ruang tanpa batas

Dengan membuka pintu atau menyingsingkan dinding pemisah sehingga ruang-ruang disebelahnya dapat menyatu.

e. Memanfaatkan cahaya

Dengan ukuran jendela yang besar, cahaya alami dapat masuk ruangan sehingga ruangan akan tampak lebih luas.

f. Menggunakan karpet polos

Pemasangan karpet pada ruang tamu kecil ternyata dapat menyiasati agar ruang terasa lebih luas. Untuk mengoptimalkan ruangan agar terasa lega namun tetap hangat. (Sumber: <https://www.arsitag.com/> diakses: 2 April 2020).

2. Landasan Perancangan

Rutinitas kehidupan masing-masing seseorang berkaitan erat dengan gaya hidupnya. Semakin sibuk seseorang, maka semakin jarang seseorang berada di dalam rumah untuk waktu yang lama. Sehingga mengakibatkan dengan perubahan tatanan ruangan pada suatu rumah. Serta dikarenakan semakin bertambahnya jumlah populasi penduduk, membuat meningkatnya permintaan tanah untuk tempat tinggal, sehingga semakin berkurangnya ketersediaan lahan untuk tempat tinggal. Oleh karena itu penataan rumah dengan luas yang terbatas sangat dipengaruhi oleh kebutuhan masing-masing individu. (Sumber:

<http://puslit.petra.ac.id/journals/interior/>, diakses pada: 2 April 2020)

Keberadaan rumah kecil atau 'mungil' yang berukuran kurang dari 100m², dengan kamar tidur tidak lebih dari 3, semakin populer. Ini disebabkan karena harga tanah dan bangunan terus melangit, sedangkan dana semakin terbatas. Namun bukan alasan 'finansial' saja yang menjadi alasan untuk rumah kecil diminati orang, perubahan sosial

seperti keluarga inti, anak cukup 2 saja, serta kegiatan di luar rumah yang semakin padat, membuat orang cenderung memilih rumah yang sifatnya kompak dan efisien (Sumber: <http://puslit.petra.ac.id/journals/interior/>, diakses pada: 6 Maret 2020)

3. Tema/Ide/Judul

Perancangan furnitur untuk ruang tamu yang memiliki lahan yang sempit ini terinspirasi dari hutan bambu yang berada di Sukolilo Surabaya. Pengambilan estetika dari bambu dipicu oleh bentuk bambu yang ramping dan memiliki warna yang cerah.

4. Konsep Perwujudan/Penggarapan

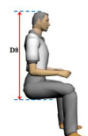
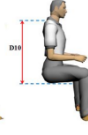
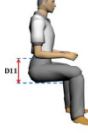

Melakukan observasi terhadap ruang tamu dengan tipe rumah 36 dan 45 serta

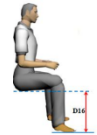
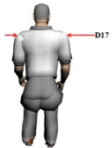


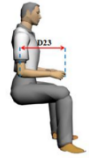
melakukan wawancara dengan pemilik rumah supaya mengetahui kebutuhan dan masalah yang sesungguhnya. Kemudian dilanjutkan dengan menentukan material yang akan digunakan. Meskipun terinspirasi dari bambu, bahan yang digunakan bisa jadi bukan dari terbuat dari bambu. Karena mempertimbangkan oleh keringanan bahan agar mudah untuk dipindahkan serta beberapa kriteria lainnya yang diperhatikan pada tabel pembobotan. Setelah itu memilih gaya desain dan warna menurut tren yang sedang berlangsung. Lalu dilanjutkan dengan pembuatan *moodboard*, *image board*, *image chart*, alternatif desain dan hingga akhirnya mencapai desain akhir.

C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

1) Persiapan

Tabel 1. Antropometri yang Digunakan

Keterangan	5th	50th	95th	Gambar
Tinggi dalam posisi duduk (D8)	60,93	78,1	95,28	
Tinggi bahu dalam posisi duduk (D10)	37,75	54,89	72,03	
Tinggi siku dalam posisi duduk (D11)	10,84	24,65	38,47	
Panjang popliteal (D14)	30,1	39,88	49,65	

Tinggi popliteal (D16)	31,03	39,88	49,65	
Lebar sisi bahu (D17)	26,35	38,75	51,16	
Lebar pinggul (D19)	21,65	32,32	43	
Panjang lengan atas (D22)	21,85	32,04	42,23	
Panjang lengan bawah (D23)	26,66	40,53	54,4	

Sumber: antropometriindonesia.com

a. Material



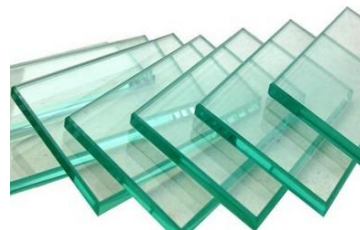
Gambar 8. Besi
 (Sumber: <https://i1.wp.com/tukang.co/>)



Gambar 9. Kayu Pinus
 (Sumber: <https://www.ibi.se/>)



Gambar 10. Bambu
 (Sumber: <https://www.indiamart.com/>)



Gambar 11. Kaca
 (Sumber: <https://2.bp.blogspot.com/>)



Gambar 12. Kulit Oscar
 (Sumber: <https://harga.web.id/wp-content/>)



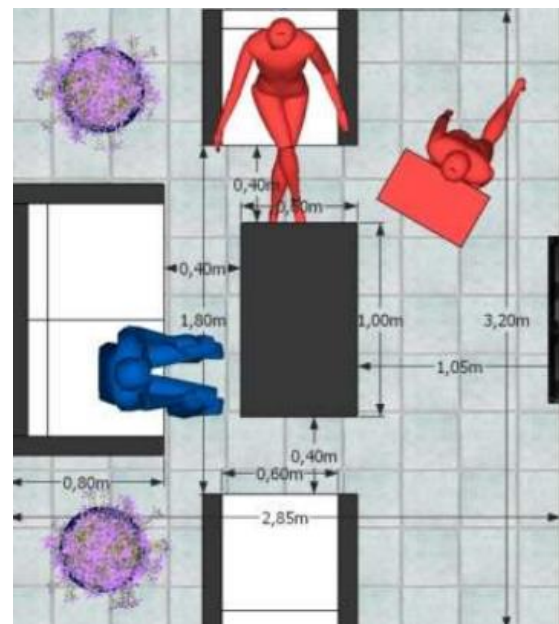
Gambar 13. Kain suede
 (Sumber: <https://i1.wp.com/fl-styx.imgix.net/>)

b. Tata Letak

Keharmonisan dalam tata ruang, sudah pasti akan mempengaruhi hidup dan kehidupan manusia. Suatu saat seseorang betah dan nyaman duduk di suatu ruangan, baik ruang tamu, ruang rapat atau ruang apapun. Namun bisa juga seseorang merasa ingin segera meninggalkan suatu ruangan karena merasa gerah, merasa lelah, dan tidak nyaman. Kesadaran orang akan pentingnya berbagai unsur dalam bangunan rumah, seperti sirkulasi udara, pencahayaan, keamanan dan estetika, tampaknya semakin tinggi. Karena berbedanya fungsi ruangan, maka penanganannya pun sedikit berbeda. Meletakkan sofa di ruang keluarga, tentu tidak sama dengan menempatkan kursi makan di ruang bersantap. Selain perlu dipelajari dulu sifat ruangan, yang perlu dilakukan adalah mempertimbangkan ukuran, bentuk dan proporsi ruangan yang hendak diisi, termasuk mencermati letak jendela, pintu, sampai jarak antara langit-langit dengan lantai. Semuanya itu berpengaruh pada keputusan tentang bentuk perabot maupun penataannya. Ruangan yang tidak terlalu besar dengan langit-langit amat tinggi, akan semakin terasa meninggi apabila bentuk perabotnya cenderung ke atas. Demikian juga pengaruh warna maupun kontras yang dapat mempengaruhi kedramatisan ruang. Dominan gelap akan membuat ruang berkesan hangat dan lebih kecil. Warna terang membuat ruang berkesan

lapang, menyegarkan, kadang monoton (Ching, 1996).

Kebutuhan luas minimal berdasarkan kebutuhan ruang gerak hasil penelitian Puslitbang Permukiman 2011 adalah 47,46m². Kebutuhan luas bangunan untuk hunian sederhana berdasarkan kenyamanan gerak untuk ruang tamu memiliki luas optimal seluas 9,12 m² dengan denah sebagai berikut.



Gambar 14. Denah Kebutuhan Ruang Tamu
Sumber: E-Journal Graduate Unpar, 2014

c. Estetika

Karena mengambil tema Hutan Bambu Sukolilo, kami mengambil inspirasi bentuk dari bentuk Bambu yang memanjang dan memiliki ruas ruas. Jenis bambu ini dicirikan dengan rumpunnya yang simpodial, tegak dan rapat. Rebung berwarna hitam keunguan, tertutup bulu berwarna coklat hingga kehitaman. Tinggi buluh mencapai 20m, tegak dengan ujung melengkung. Buluh berwarna hijau, hijau tua atau hijau keunguan, atau agak hijau keputih-putihan dan bertotol

putih karena ada lumut ketika tua, selain itu buku-bukunya dikelilingi oleh akar udara.

(Sumber:

<http://www.krpurwodadi.lipi.go.id/>)

d. Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah Scandinavia. Scandinavia sendiri diambil dari nama negara yang berada di Eropa yang terkenal dengan keindahan, kesederhanaan, bersih, iklim dan alamnya.

Karakteristik Gaya Desain Scandinavian:

- Warna-warna natural ini telah menjadi *trademark* tersendiri dari desain Scandinavia dan menjadi salah satu daya tarik utama.
- Kayu merupakan material yang sering digunakan sebagai bahan utama dalam membangun sebuah rumah dengan gaya Scandinavia. Bukan hanya untuk bangunan rumah, kayu juga mendominasi furnitur yang digunakan pada rumah
- Furnitur dengan bentuknya yang minimalis dan dilambangkan dengan motif garis. Bentuk yang sederhana dan tegas ini juga direpresentasikan dalam desain arsitektur.
- Jendela besar dari lantai hingga atap rumah banyak digunakan agar sinar matahari natural dapat masuk ke dalam rumah dengan sempurna. Dengan ini, Anda juga dapat menghemat energi dengan tidak menggunakan lampu pada siang hari.

e. Warna

Warna yang dipilih adalah warna-warna netral yang dapat memberikan kesan natural dan dapat memberikan kesan agar ruangan tidak nampak sempit. Selain warna netral, warna-warna bambu seperti hijau muda dan kuning muda juga dipilih untuk mewakilkan warna bambu.



Abu-abu memiliki arti sedih, pasif, dan diam



Hitam memiliki arti sedih suram, dan sepi



Khaki memiliki arti lembut, tentram, hangat, dan tenang.



Cokelat memiliki arti konservatif, keakraban, tanah berbobot, dan pasrah.



Putih memiliki arti terang, bersih, dan dingin.



Hijau muda memiliki arti kedamaian dan relaksasi



Kuning muda memiliki arti lembut, tentram, hangat, dan tenang.

2) Elaborasi

a. Hasil Observasi

- Rata – rata rumah memiliki 2 hingga 4 kursi dengan bantalan di atasnya dan 1 meja kecil.

- Ruang biasanya digunakan untuk keperluan pribadi seperti meminum teh dengan keluarga.
- Terdapat ruang tamu yang di gunakan sebagai tempat menunggu menjaga toko.
- Gaya furniture pasangan muda jaman sekarang dengan yang sudah memiliki anak berbeda.
- Penataan ruang pasangan muda lebih simple

b. Hasil Studi Keseluruhan

Jaman sekarang dimana pertumbuhan manusia semakin pesat kebutuhan untuk lahan tempat tinggal juga makin banyak, ada beberapa solusi untuk ini dari rumah susun, apartemen sampai rumah berukuran kecil. Tempat tinggal seperti ini biasanya dihuni oleh pasangan muda, dikarenakan harganya yang tidak begitu mahal jika di bandingkan dengan rumah orang jaman dahulu dimana memiliki rumah yang besar dan lahan yang luas. Dari hasil observasi didapatkan bahwa ruang tamu dari tempat tinggal memiliki ukuran yang tidak begitu bedar jika di banding dengan ruangan lain yang ada di dalam rumah. Dalam ruang tamu terdapat 4 kursi dan meja kecil yang berfungsi untuk tempat minuman dan jajan atau makanan yang akan di suguhkan oleh tuan rumah, tetapi pada saat ada tamu dengan jumlah yang lebih banyak dari kursi kadang tuan rumah kebingungan untuk tempat duduk tamu sehingga tuan rumah harus menata atau menyimpan kursi dan digantikan dengan

karpas sehingga para tamu dapat duduk di bawah dan muat lebih banyak orang. Tetapi cara seperti ini juga tidak praktis dikarenakan kesusahan untuk mencari tempat sementara furnitur untuk di simpan dan harus di kembalikan lagi sesudah acara selesai.

3) Sintesis

a. Konsep Desain

Kata kunci yang digunakan sebagai dasar dalam perancangan pembuatan furnitur untuk ruang tamu yang bertemakan scandinavian adalah "*furniture for the living room with a scandinavian theme and bamboo style*"

Furniture: Perlengkapan rumah yang memiliki fungsi untuk membantu pekerjaan manusia sehari-hari seperti meja, kursi, rak, dan lemari.

Living Room: Ruang tamu merupakan ruangan pertama ketika memasuki sebuah rumah yang tentunya berfungsi untuk menerima tamu atau orang asing yang datang ke rumah.

Scandinavian theme: Scandinavian style adalah gaya interior yang berasal dari negara Scandinavia. Tema ini lebih cenderung pada keindahan, kesederhanaan, bersih dan fungsionalitas. Gaya desain ini terinspirasi dari lingkungan alam dan iklim Nordik. Sehingga penggunaan warna-warna natural yang menjadikan adanya kesan suasana lebih dekat dengan alam. Material yang digunakan biasanya menggunakan kayu, menggunakan warna natural seperti biru, abu,

krem, dan putih yang dapat memberi kesan yang luas dan cerah pada suatu ruangan.

Bambu style: Bambu adalah tanaman jenis rumput-rumputan dengan rongga dan ruas batangnya. bambu style adalah kerajinan yang menggunakan bahan dasar bambu, biasanya bambu banyak digunakan sebagai kursi, meja tamu, sebagai anyaman.

b. Aspek Pengguna

Usia : 28 – 45 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Kegiatan : duduk bersantai, menerima tamu, dan kegiatan pengajian atau kerja kelompok

Pekerjaan : ibu rumah tangga, pekerja swasta atau kantoran

c. Aspek Fungsi

- Fungsi primer: duduk menerima tamu, meletakkan suguhan, pengajian atau kerja kelompok.
- Fungsi sekunder: Meletakkan pajangan seperti vas bunga di meja.
- Fungsi positif: Kursi untuk duduk, meja untuk meletakkan suguhan untuk tamu, meletakkan buku, dan pajangan.
- Fungsi negatif: Kursi digunakan untuk tidur.

d. Aspek Keselamatan

Cara pengoperasiannya agar tetap sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, dengan begitu menghindari adanya cedera pada saat proses pengoperasiannya, misal

terjepit. Dan pada saat pengoperasian juga jauhkan dari anak-anak untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan.

e. Aspek Ergonomi

Karena produk ini dapat di adjust, maka saat dipindahkan tidak menyulitkan pengguna dan juga ringan oleh karena itu kami menggunakan bahan dasar kayu pinus

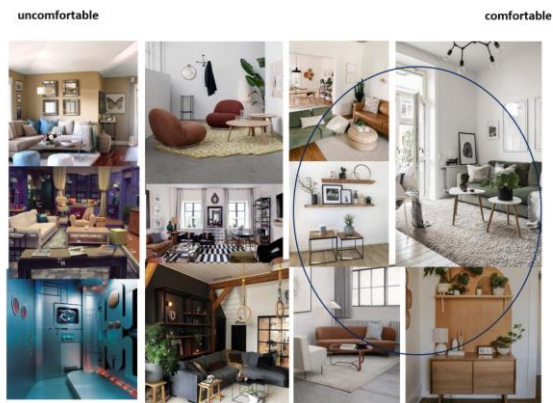
f. Aspek Material

Tabel 2. Pembobotan Aspek Material

Kriteria	Kayu Mahoni	Kayu Pinus	Bambu
Keawetan terhadap cuaca dan air	2	2	2
Bobotnya ringan	1	3	2
Kemudahan mendapatkan bahan	2	3	2
Keterjangkauan harga	1	3	2
Total	6	11	8
Keterangan: 3 = paling tinggi; 2 = sedang; 1 = paling rendah			

Berdasarkan tabel pembobotan diatas, maka material yang terpilih sebagai bahan utama furnitur set ruang tamu adalah kayu pinus karena selain tahan lama terhadap cuaca dan air, juga bobot dan bahannya juga mudah untuk didapat serta harga yang terjangkau.

g. Aspek Rupa



Gambar 15. Image board

Image board menggunakan satu sumbu yaitu *bulky* dan *slim* terlihat yang dilingkari adalah bagian *slim* karena sesuai dengan sifat orang dewasa yang lebih praktis maka banyak menggunakan warna netral seperti krem, coklat, dan hijau yang dapat memberi energi positif dan nyaman pada bentuk yang minimalis. ditambah dengan adanya isu pandemi yang sekarang ini sedang berlangsung. kenyamanan sangat diutamakan yang bertujuan agar penghuni betah untuk tinggal dirumah dan merasa aman dan nyaman.



Gambar 16. Image Chart

Image chart menggunakan kuadran scandinavian *pop art* dan *slim-bulky* karena

kami menggunakan gaya desain *scandinavian*, dipilihnya *slim* karena dengan ruang tamu yang sempit, kenyamanan sangat dibutuhkan dengan cara memilih furniture yang tidak terlalu besar, sehingga adanya *space* dan ruang tamu akan tampak lebih luas. kursi yang dipilih adalah kursi yang memiliki bantalan duduk dan bantalan untuk punggung yang terbuat dari bahan *fabric* agar lebih terasa nyaman dan memilih warna netral dan kalem juga dapat menimbulkan rasa nyaman daripada memilih warna mencolok.



Gambar 17 Moodboard

Moodboard menggunakan gaya desain scandinavian dengan kata kunci *slim*.

h. Gaya desain

Gaya desain yang digunakan adalah Scandinavian. Gaya desain ini memiliki ciri khas yang menggunakan warna-warna yang alami, netral, dan cerah seperti abu-abu, putih, coklat muda serta memiliki bentuk-bentuk yang sederhana sehingga dapat menimbulkan kesan ruangan yang lebih luas, sangat cocok untuk ruang tamu dengan keterbatasan luas.

i. Tren

Spring bloom merupakan tren *forecasting* yang kami pilih, karena sesuai dengan inspirasi kami yaitu bambu dan memiliki warna-warna yang tidak mencolok, cocok dengan gaya desain scandinavian dan tentunya cocok untuk ruang tamu dengan keterbatasan luas agar ruangan tampak lebih lebar.

4) Realisasi

Bentuk pada set yang digunakan adalah terinspirasi dari bentuk ruas bambu serta bentuk geometris dan bentuk rangka yang nampak. Dipilihnya bentuk ini karena agar furniture memiliki masa yang ringan, sesuai dengan tujuannya yaitu agar saat pemilik rumah memiliki acara yang membutuhkan ruangan yang luas, furniture dapat dengan mudah dipindahkan. Analisis Bentuk Kursi:

a. Kaki

Pada bagian yang terpilih (dilingkari) dapat dikatakan bahwa kaki yang *slim* menyambung hingga ke rangka badan sehingga nampak bagian rangkanya. Jika dilihat lebih detail, bentuknya menyiku. Kaki tidak berdiri tegak, melainkan sedikit miring ke arah dalam. Tampak tekstur garis kayu yang menandakan *finishing*nya tidak menggunakan cat. Tetapi dengan *duco* sehingga masih bisa menampakkan tekstur kayu yang asli.

b. Badan

Sedangkan pada bagian badan tidak berbentuk rangka, melainkan bentuk bidang pada bagian dudukan dan bagian sandaran

punggung. Tebalnya juga sama tebalnya dengan ukuran tebal kaki. Bentuk detailnya juga sama seperti bagian kaki, yakni menyiku. Dan tampak pula garis kayunya dengan finishing *duco* tipis. Sehingga warna yang dihasilkan coklat muda.

c. Bantalan duduk

Bentuknya geometris, yakni balok. Tetapi karena isinya *foam* yang dilapisi oleh *fabric*, sehingga nampak ada lengkungan dibagian sudut-sudutnya. Sedangkan pada bagian bantalan untuk punggung yang dilapisi *fabric*, bagian dalamnya berisi silikon atau dakron, sehingga bentuknya yang awalnya balok, menjadi nampak menggebu. Teksturnya yang lembut berasal dari *fabric* memberikan rasa nyaman daripada kulit

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, kaki kursi yang *slim* dengan sudut menyiku yang menyambung hingga bagian rangka badan. Begitu juga dengan bagian badan yang sama tebalnya dengan bagian kaki dan menggunakan finishing *duco* tipis agar nampak tekstur dan tetap mempertahankan warna asli kayunya. Sedangkan pada bagian bantalan menggunakan lapisan *fabric* agar nyaman dan diisi dengan *foam* untuk dudukan dan dakron atau silikon untuk sandaran punggung.

5) Analisis Bentuk Meja:

1. Kaki

Bentuknya geometris yakni tabung, tekstur kayu dibiarkan terlihat sama seperti kaki kursi

yang menggunakan duco tipis. Sehingga tetap menjaga warna asli kayu yaitu krem. Arah kaki meja juga ke bagian dalam dan tidak berdiri tegak.

2. Bagian Atas Meja

Bentuknya lingkaran dengan ujung yang melengkung (*round*). *Finishing* tertutup dengan cat putih sehingga menutupi tekstur asli kayu.

3. Aspek Warna

Warna yang dipilih adalah warna-warna netral dari gaya desain scandinavian dan warna dari tren *spring bloom* sehingga kami memilih krem, army, hijau muda



C = 4

M = 10

Y = 20

K = 0



C = 63

M = 86

Y = 85

K = 12



C = 47

M = 8

Y = 56

K = 0

Gambar 18. Warna dari tren *spring blom*

6) Penyelesaian

Funitur yang dirancang memiliki bentuk yang slim sehingga nampak bahwa tidak memenuhi ruangan, dan memiliki ujung-ujung yang melengkung sehingga terlihat lebih dinamis dan santai. Warna yang dipilih merupakan warna-warna netral dari gaya desain scandinavian seperti krem, army, dan hijau muda. Dipilihnya warna-warna ini agar mampu membuat ruangan tampak lebih luas.

D. ULASAN KARYA

Desain Akhir

1. Rak



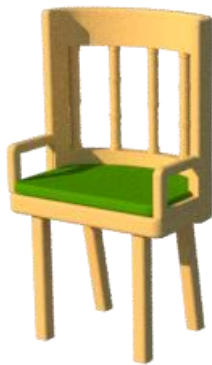
Gambar 19. Tampak Isometri



Gambar 20. Tampak Depan dan Tampak Kanan

Ukuran rak ini adalah 132 x 55 x 180cm. Desain rak berbentuk melengkung terinspirasi dari bentuk bambu yang terbelah dua, di bagian samping ada lubang berbentuk kotak yang berguna untuk ventilasi udara untuk buku agar tidak lembab. Warna dalam rak juga menggunakan warna putih seperti warna dalam batang bambu, Selain itu di bagian samping juga ada beberapa ruas bambu yang nelambangkan daerah yang kelompok kami pilih yaitu Hutan Bambu, Keputih.

2. Kursi



Gambar 21. Tampak Isometri



Gambar 22. Tampak Depan dan Tampak Kanan

Ukuran kursi ini adalah 60 x 50 x 90cm. Sandaran punggung berbentuk setengah lingkaran mirip dengan batang bambu yang di potong secara vertikal. Pada sandaran punggung terdapat pola batang bambu sebagai estetika pada kursi tersebut. Kaki pada kursi bagian belakang membentuk agak miring sebagai estetika dan kenyamanan pengguna saat memakai kursi menjadi tidak terlalu tegak. warna yang digunakan menggunakan warna coklat muda pada bagian rangka kursi dan menggunakan warna hijau pada busa kursi yang terinspirasi warna pohon bambu

3. Meja



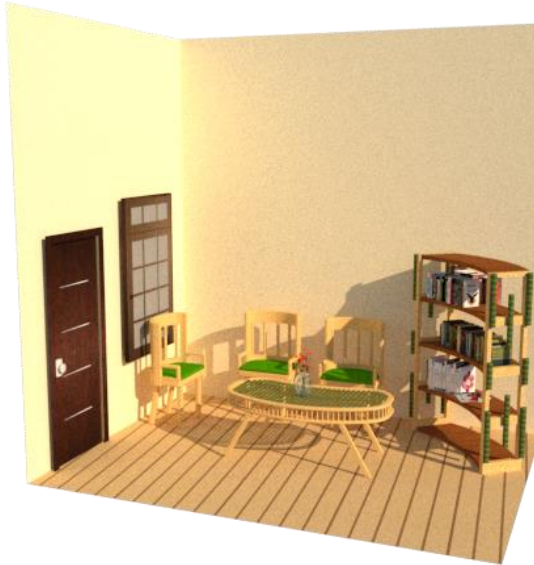
Gambar 23. Tampak Isometri



Gambar 24. Tampak Depan (atas) dan Tampak Kanan (bawah)

Ukuran meja ini adalah 120 x 60 x 45cm. Bentuk *table top* terinspirasi dari bentuk bambu yang terbelah jadi dua. Dan terdapat susunan bambu yang dibawah kaca. Adanya kaca supaya dapat meletakkan barang dengan mudah di atas meja dengan pemandangan susunan bambu yang reng-gang di bawahnya. Mengusung tren *forecasting spring bloom* dengan mengambil warna-warna alam. Dan menyesuaikan dengan citra desain yang menampilkan rangka serta memiliki kaki meja yang slim.

Ilustrasi Produk Final Desain



Gambar 25. Ilustrasi produk final desain

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Ruang tamu dengan luas yang kecil bisa nampak luas apabila menggunakan warna-warna netral dan tidak gelap untuk tembok dan furnitur, pemilihan furnitur yang bentuknya ramping dan berongga, serta bahan yang digunakan ringan agar bisa dengan mudah dipindahkan. Oleh karena itu sangat cocok apabila furnitur yang dibuat terinspirasi dari bambu yang berukuran kecil dan ramping, ditambah dengan warna bambu yang netral. Pembuatan rak di peruntukkan untuk menjaga privasi pemilik rumah, agar sebagai pembatas antara ruang tamu dan ruangan lainnya.

2. Saran

Perlunya menambahkan jumlah narasumber untuk observasi agar

mendapatkan hasil dan permasalahan yang lebih akurat.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Astrid. (2008). *Inspirasi Desain Ruang Tamu*. Surabaya. Griya Kreasi.
- Dewi, S., Suprobo, F. P., & Nilasari. (2017). Perancangan Furniture Set untuk Aktivitas Keluarga di Ruang Keluarga pada Area Hunian. *Jurnal Intra*, Vol.5 (2), 45-53.
- Dindin Design©. (2019). *Inspirasi Ruang Tamu*. Diambil dari: <https://www.dindindesign.com/2019/07/inspirasi-desain-ruang-tamu-modern.html>
- Ign, D. S. (2004). *Desain Interior Berdasar Pada Kebutuhan Sosial dan Material Ekologis*. Docplayer:<https://docplayer.info/34991355-Desain-interior-berdasar-pada-kebutuhan-sosial-dan-material-ekologis.html>
- Kusumowidagdo, A. (2008). *Inspirasi desain ruang tamu*. (1nd ed., p. 90). Depok: Penebar Swadaya.
- Putra, G. H. (2014). Efektivitas Ruang Dalam Rumah Tipe 36 Ditinjau Dari Perletakan Perabot Terhadap Ruang Gerak Penghuni. *E-Journal Graduate Unpar*, Vol.1 (2), 201-212.
- Suryo, M. S. (2017). Analisa Kebutuhan Luas Minimal Pada Rumah Sederhana Tapak di Indonesia. *Jurnal Permukiman*, 12 (2), 116-123.

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM WAYANG POTEHI JOMBANG SEBAGAI UPAYA KONSERVASI BUDAYA

Oleh:

Sultan Arif Rahmadianto¹

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains & Teknologi
Universitas Ma Chung*

Kevin Wibowo²

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains & Teknologi
Universitas Ma Chung*

Sultan.arif@machung.ac.id¹; 331610010@student.machung.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan teknologi seperti televisi, internet, dan smartphone yang dapat diakses dengan mudah menjadi lebih diminati oleh generasi muda dibandingkan seni pertunjukan tradisional. Hal ini menjadi penyebab menurunnya eksistensi dari kesenian tradisional khususnya wayang potehi. Salah satu museum yang mengadakan pertunjukan kesenian wayang potehi adalah Museum Wayang Potehi Jombang yang berada di daerah Raya Gudo, Jombang, Jawa Timur. Museum Wayang Potehi juga terdampak oleh banyaknya perkembangan teknologi dan media hiburan lainnya. Oleh sebab itu diperlukan identitas visual Museum Wayang Potehi Jombang sebagai langkah untuk memperkenalkan dan melestarikan kesenian wayang potehi karena merupakan salah satu budaya akulturasi di Indonesia. Metode perancangan yang digunakan adalah metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumentasi. Hasil dari perancangan ini adalah identitas visual berupa Logo disertai dengan pengaplikasian pada berbagai media yang dipergunakan sebagai upaya konservasi budaya Indonesia.

Kata Kunci: *identitas visual dan wayang potehi.*

ABSTRACT

Technological developments such as television, internet, and smartphones that can be easily accessed are becoming more in demand by the younger generation than traditional performing arts. this is the cause of the decline of the existence of traditional art, especially wayang potehi. One of the museums that held a puppet art show potehi is Potehi Jombang Puppet Museum located in Raya Gudo area, Jombang, East Java. Potehi Puppet Museum is also affected by the many technological developments and other entertainment media. Therefore, it is necessary to visual identity of Potehi Jombang Puppet Museum as a step to introduce and preserve potehi puppet art because it is one of the cultures of acculturation in Indonesia. The design method used is a qualitative method. The result of this design is a visual identity in the form of Logo accompanied by the application in various media used as an effort to confectione Indonesian culture.

Keywords: *visual identity and potehi puppet.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: October 7th, 2020

Revised: October 19th, 2020

Accepted: December 20th, 2020

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Budaya dari etnis Tionghoa sudah cukup

lama masuk di Indonesia hal ini ditunjukkan dari catatan tertua yang ditulis oleh Fa Hien pada abad ke-4, dan I Ching pada abad ke-7.

Pada jaman tersebut kerajaan – kerajaan yang ada di Pulau Jawa (*To Lo Mo*) sudah menjalin hubungan dekat dengan dinasti-dinasti yang ada di negara Tiongkok. Hubungan yang dekat dengan kerajaan – kerajaan yang ada di Pulau Jawa serta potensi yang dimiliki oleh tanah Jawa membuat banyak perantau datang dari negara Tiongkok menuju Indonesia untuk berdagang (Galih, 2020).

Banyaknya pendatang dari Tiongkok yang berdagang dan menetap di Pulau Jawa dalam waktu yang cukup lama membuat mereka akhirnya menimbulkan akulturasi dengan budaya Indonesia. Akulturasi budaya adalah proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu (Wardana, 2017).

Wayang potehi merupakan salah satu seni pertunjukan boneka tradisional asal China Selatan. Kata Potehi sendiri berasal dari kata *poo* yang artinya kain, *tay* yang artinya kantong, dan *hie* yang artinya wayang. Dalam bahasa Mandarin disebut *Bu Dai Xi* yang secara harfiah berarti wayang yang berbentuk kantong kain. Potehi mempunyai sejarah yang cukup panjang berdasarkan literature klasik seperti *Wu Lin Jiu Shi* dan *Dong Jing Meng Hua Lu* disebutkan bahwa pada zaman Dinasti Song pada perjamuan di istana selalu ditampilkan suatu pertunjukan wayang dari

kayu, tetapi pertunjukan potehi yang dapat kita nikmati saat ini menurut sebagian orang berasal dari kisah yang cukup unik dari daerah Quan Zhou (*Chuan Ciu*).

Di Indonesia sendiri wayang potehi sempat menjadi pertunjukan yang populer atau sering ditampilkan di berbagai acara namun pada masa orde baru (1966-1998) wayang potehi hanya dimainkan secara diam – diam. Pada awal masa reformasi pertunjukan wayang potehi kembali diperbolehkan untuk dimainkan di tempat – tempat umum di Indonesia. Salah satu tempat yang mengadakan pertunjukan seni wayang potehi sendiri adalah komunitas wayang potehi di Klenteng Hong San Kiong, Gudo, Jombang. Di Klenteng Hong San Kiong sendiri juga terdapat Museum Wayang Potehi untuk menyimpan boneka – boneka wayang potehi serta peralatan yang diperlukan dalam pertunjukan wayang potehi sekaligus juga menjadi tempat pembuatan karakter wayang potehi.

Saat ini peminat dari pertunjukan wayang potehi khususnya generasi muda sangat kurang hal ini disebabkan oleh munculnya alternatif media hiburan seperti televisi, internet, dan *smartphone* yang dapat diakses secara mudah dan dapat dilihat sepanjang waktu / kapanpun, selain itu tidak adanya generasi penerus dari kesenian wayang potehi juga menjadi penyebab menurunnya eksistensi dari kesenian wayang

potehi.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dikerucutkan menjadi beberapa permasalahan utama yang akan diselesaikan

- a. Jumlah peminat kesenian tradisional wayang potehi dari masa ke masa semakin menurun disebabkan tidak adanya ketertarikan generasi muda.
- b. Tidak adanya identitas visual dan media promosi museum wayang potehi Jombang sebagai media untuk membangun dan memperkenalkan kesenian wayang potehi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Artikel Ilmiah

Jurnal pertama yang akan digunakan sebagai tinjauan penelitian terdahulu dalam perancangan ini berjudul *Perancangan Branding Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo Sebagai Upaya Melestarikan Produk Budaya Lokal* (Nugraha, 2013). Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menyampaikan pesan dengan pendekatan persuasif kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk selalu melestarikan keindahan produk budaya lokal batik tulis Jetis. Perancangan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian untuk menggali informasi yang lebih mendalam tentang Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menentukan pemilihan jenis media, unsur-

unsur visual desain. Hasil perancangan ini adalah media promosi berupa logo, *billboard*, iklan koran, *sign system*, *website design*, *booklet*, *brosur*, dan stiker yang disesuaikan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dengan mengangkat tema “Survival” / wujud upaya bertahan dalam era globalisasi. Dalam jurnal ini peneliti mendapatkan inspirasi dalam penerapan susunan *booklet* yang berisi informasi berupa sejarah, koleksi, dan informasi mengenai wayang potehi yang akan diangkat sebagai salah satu media promosi kesenian wayang potehi.

Jurnal kedua berjudul *Perancangan Identitas Visual Wisata Edukatif Museum Bojonekoko Sukabumi* (Kurnia, 2017). Tujuan dari perancangan ini adalah memperkenalkan museum kepada masyarakat dan wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri agar diminati kembali dan pesan-pesan yang ingin disampaikan tentang perjuangan para pahlawan tidak hilang begitu saja melalui perancangan identitas visual untuk museum tersebut. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi permasalahan apa yang akan diselesaikan dalam perancangan ini. Dari jurnal ini didapatkan ide dalam perancangan media berupa *signage* / papan petunjuk, *merchandise* sebagai media promosi dan memperkenalkan museum kepada wisatawan serta pengaplikasian desain

melalui *stationery* dan media sosial Instagram.

Jurnal ketiga berjudul *Perancangan Identitas Visual Museum 10 Nopember 1945 Surabaya* (Ikranegara, 2013). Tujuan dari perancangan adalah meningkatkan wisata bernuansa edukasi dan menarik minat wisatawan lokal Surabaya/ generasi muda untuk berlibur ke museum 10 Nopember 1945 Surabaya di tengah perkembangan teknologi hiburan yang berkembang pesat seperti handphone, dan internet. Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan analisa komparator dan metode analisa data untuk mengetahui permasalahan yang ada dan solusi untuk penyelesain masalah dalam perancangan ini. Hasil perancangan yaitu berupa perancangan logo Museum 10 November 1945 Surabaya serta beberapa pengaplikasian desain seperti desain *T-Shirt*, buku notes dan media promosi lain yang dikemas dengan tampilan minimalis sehingga *audience* dengan mudah dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dari penelitian ini.

Jurnal keempat berjudul *Potehi In New Order's Restraint : The Lost of Inheritor Generation of Chinese Wayang Culture* (Kurniawan, 2017). Artikel ini berfokus pada tiga hal, yang pertama pada sejarah perkembangan wayang potehi di Indonesia. Kedua, berbicara tentang nasib wayang potehi di era Orde Baru dan yang ketiga berbicara hilangnya generasi penerus dari budaya wayang potehi

sebagai salah satu identitas budaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode historis. Hasil bahwa wayang potehi masih memerlukan berbagai upaya promosi ke generasi muda sehingga masih dapat terlestarikan, kurangnya peminat dari wayang potehi sendiri dilatar belakangi pada masa Orde Baru dengan adanya pembatasan pertunjukan seni wayang potehi dan terpisah dari budaya nasional Indonesia.

Jurnal kelima berjudul *Adaptasi PT.Freeport Indonesia Terhadap Budaya Lokal Papua Yang Tersaji Dalam Konsep Visual Branding Perusahaan* (Pratiwi, 2018). Dalam perancangan ini membahas analisis *brand strategy* yang dilakukan PT Freeport Indonesia yang mengadaptasi penggunaan elemen budaya lokal Papua kedalam sebuah konsep visual branding. Dalam jurnal ini juga mengkaji bagaimana sebuah perusahaan besar seperti PT Freeport Indonesia membangun citra perusahaan yang baik dan dapat diterima oleh publik dimana banyak dari masyarakat Indonesia menganggap PT Freeport Indonesia hanya perusahaan yang bertujuan untuk mengeksploitasi Papua. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dimana peneliti mendeskripsikan produk visual branding yang dibuat oleh PT Freeport Indonesia. Lokasi penelitian dilakukan di Timika, Papua dalam waktu 5 bulan dan kantor Delegasi PT Freeport Indonesia di Kuningan, Jakarta dalam waktu 2 hari. Hasil

dari penelitian adalah bentuk komunikasi untuk memperkenalkan citra dari sebuah perusahaan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan unsur estetika, nilai-nilai budaya yang ada di masyarakat serta topik hangat apa yang dapat diangkat dalam komunikasi perusahaan terhadap publik yang dituangkan dalam karya fotografi, poster dan media lainnya.

b. Landasaan Teori

Brand Identity/ identitas merek

Brand Identity / identitas merek adalah identitas yang memiliki wujud dan dapat dirasakan oleh indra tubuh manusia dimana dapat dilihat, disentuh, didengar, ditonton, dan bergerak. Fungsi dari *brand identity/ identitas merek* adalah untuk mengenalkan sebuah brand sehingga dapat diakui dan membantu proses *diferensiasi* sebuah brand serta menyampaikan ide dan konsep sebuah merek kepada target *audience* yang dituju (Wheeler, 2012).

Dalam proses perancangan *brand Identity* terdapat tahap – tahapan yang harus dilalui desainer agar pesan dan makna yang akan disampaikan secara visual terkait identitas visual kepada target *audience* dapat dimengerti (Wheeler, 2012). Berikut ini tahapan – tahapan perancangan *branding*.

a. Melakukan penelitian / *research*

Tahapan penelitian merupakan tahapan penting untuk mengetahui profil, tujuan serta permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan/ instansi melalui penye-

lesaian secara visual. Penyelesaian visual sendiri diawali dengan meriset siapa saja kompetitor dari instansi terkait untuk membantu proses evaluasi terkait usaha seperti apa untuk meningkatkan *brand/ citra* dari instansi terkait, selain itu juga mencari tau siapa saja target *audience* dan pesan yang ingin disampaikan oleh instansi/ perusahaan terkait.

b. Menentukan strategi klarifikasi

Pada tahapan ini peneliti menentukan strategi *brand* seperti apa yang tepat dalam membuat desain, selain itu juga menentukan media apa yang menjadi pengaplikasian desain sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada target *audience* dapat tersampaikan dengan jelas. Penentuan strategi *brand* serta media apa yang akan diaplikasikan dituliskan dalam sebuah *creative brief* yang menjadi panduan dalam membangun konsep desain.

c. Tahapan mendesain identitas visual

Pada tahapan ini desainer bertugas untuk melakukan proses *brainstorming/* mengembangkan konsep dari *creative brief* yang didapatkan kemudian dari hasil pengembangan tersebut dikomunikasikan kepada klien/ narasumber untuk mencapai kesepakatan tentang konsep desain. Setelah terpilih beberapa konsep logo maka dilanjutkan dengan pengembangan *alternative* logo dan menambahkan beberapa konsep serta

mencari pengaplikasian desain pada media seperti apa yang tepat.

d. *Creating touchpoint/* aktivasi identitas visual

Pada tahapan ini desainer melakukan identitas visual dengan memperhatikan bagaimana tampilan dan kesan dari desain yang telah dibuat. Kemudian dilanjutkan dengan tahapan pengaplikasian desain pada berbagai media yang dekat target audiens.

e. *Managing asset/* mengelola aset

Pada tahap mengelola aset, desainer memiliki peran membangun sinergi disekitar *brand/* merek serta mengembangkan strategi peluncuran sebuah brand baik secara internal dan eksternal dan juga berperan dalam menyusun standard dan pedoman desain yang dicantumkan dalam buku *Graphic Standart Manual*.

Brand awareness

Brand Awareness merupakan kekuatan sebuah brand berada dalam benak konsumen sehingga mampu dikenali dan diingat sebagai merek / bagian dari kategori produk tertentu (Tanuatmadja, 2014). Pencapaian peran brand awareness dalam benak konsumen sendiri dibagi dalam empat kategori diantaranya :

a. *Unaware of brand*

Merupakan tingkat yang paling rendah dalam piramida *brand awareness*, dimana konsumen tidak menyadari akan

kehadiran suatu brand.

b. *Brand recognition*

Merupakan tingkat minimal dari piramida kesadaran brand. Dalam tingkat ini pengenalan suatu brand muncul setelah dilakukan pengingatan kembali dengan bantuan (aided recall).

c. *Brand recall*

Pengingatan kembali suatu brand yang didasarkan pada permintaan seseorang untuk menyebutkan *brand* tertentu dalam suatu kelas produk.

d. *Top of mind*

Merupakan fase dimana *brand* yang disebutkan pertama kali oleh konsumen atau pertama kali muncul di dalam benak konsumen tanpa bantuan apapun. *Brand* tersebut merupakan *brand* utama dari berbagai *brand* yang ada dan diingat dalam benak konsumen.

C. METODE

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dimana bersifat alami dan berdasarkan pada kondisi objek yang diteliti (Moleong, 2006). Hasil dari metode ini berupa data yang disajikan dalam bentuk uraian naratif dan digunakan untuk mengetahui informasi konsep yang akan diangkat pada perancangan identitas visual Museum Wayang Potehi Jombang sebagai upaya konservasi budaya.

Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu wawancara dan studi dokumentasi.

Metode Analisis dan Sintesis Konsep

Metode analisis data kualitatif pada perancangan ini menggunakan model interaktif dibagi menjadi tiga tahapan meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Harianti, 2015).

Sintesis konsep yang digunakan dalam perancangan ini merupakan hasil kumpulan dari informasi yang disampaikan pada bagian latar belakang, hasil studi dokumentasi, serta wawancara dengan narasumber yaitu bapak Toni Harsono. Ini semua akan dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan perancangan selanjutnya.

Konsep perancangan

Menurut Sanyoto (2006) Konsep perancangan atau konsep pembuatan desain berisi konsep tertulis dan verbal yang terbagi dalam tiga aspek penting yaitu : perencanaan media, perencanaan kreatif dan perencanaan tata desain.

Tahapan Perancangan

Secara garis besar tahapan perancangan identitas visual Museum Wayang Potehi Jombang sebagai upaya konservasi budaya meliputi: (1) latar belakang, (2) rumusan masalah (3) pengumpulan data (wawancara dan studi dokumentasi), (4) analisis data dan sintesis konsep, (5) visualisasi desain.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Museum Wayang Potehi Jombang

Museum Wayang Potehi Jombang merupakan salah satu museum yang menjadi pusat pembuatan wayang potehi dan juga menyimpan berbagai koleksi wayang potehi. Museum Wayang Potehi Jombang sendiri terletak di kawasan Klenteng Hong San Kiong, Jombang, Jawa Timur. Museum Wayang Potehi, Jombang sendiri setiap tahun menggelar pertunjukan sebanyak 2 kali. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber, bapak Toni Harsono kata potehi sendiri berasal dari kata “po” yang artinya kain, “te” yang berarti kantong, dan “hi” yang berarti wayang. Narasumber sendiri meneruskan seni pertunjukan wayang potehi bukan sebagai dalang namun yang mengembangkan dan membuat karakter wayang potehi. Untuk bisa membuat dan menghidupkan karakter wayang potehi, narasumber dulunya meminjam beberapa boneka/ wayang potehi dari Tiongkok namun beberapa sudah tidak sesuai pakem yang telah ada sejak dari jaman kakek dan orang tuanya bermain sebagai seorang dalang / sehu.

Sumber dan contoh untuk karakter wayang potehi pada jaman itu tidak didapatkan dengan mudah karena terbatasnya alat komunikasi canggih seperti *smartphone* dll. Narasumber akhirnya menemukan beberapa contoh wayang potehi yang benar – benar asli di Kota Semarang dan

akhirnya semakin lama koleksi karakter wayang potehi yang dimiliki juga semakin banyak dan lengkap.

Kesenian wayang potehi Gudo sendiri mengundang ketertarikan beberapa mahasiswa/ pelajar dan peneliti di luar negeri yang tertarik untuk mempelajari cara memainkan wayang potehi serta musik yang dipakai dalam pementasan wayang potehi di Tiongkok dan Jepang.



Gambar 1: Menerima piagam dari Cuan Ciu kota asal potehi



Gambar 2: pelajar di Jepang mempelajari cara pementasan wayang potehi

Di Indonesia sendiri wayang potehi cukup sering diperkenalkan dan mendapatkan kunjungan dari staff pemerintah maupun pejabat lainnya seperti Dubes Amerika Serikat, Joseph R. Donovan yang mengunjungi Museum Wayang Potehi pada tahun 2017 untuk melihat proses pembuatan

karakter, pementasan serta mengenal kesenian wayang potehi. Selain itu juga ada Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indah Parawansa yang juga pernah mengunjungi museum wayang potehi pada tahun 2018 dan memperkenalkan secara singkat tentang wayang potehi.



Gambar 3: Kunjungan Dubes Amerika Serikat Joseph R. Donovan ke Museum wayang potehi

Kesenian wayang potehi terakhir juga mengikuti acara Festival Pasar Imlek Semawis pada 16 Januari 2020 bertepatan dengan hari Imlek serta menjadi salah satu usaha untuk memperkenalkan kesenian wayang potehi. Untuk kesenian wayang potehi sendiri memang dapat dikatakan sudah cukup berkembang bahkan dikenal oleh orang luar negeri, namun di Indonesia sendiri peminatnya tidak terlalu banyak hal ini disebabkan kurangnya generasi muda yang mau memperkenalkan wayang potehi agar tidak punah dan menjadi salah satu budaya yang diakui UNESCO sebagai budaya khas Indonesia. Kurangnya informasi dan media promosi mengenai wayang potehi menyebabkan wayang potehi kurang begitu dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia, hanya dikenal sebagian kelompok umur

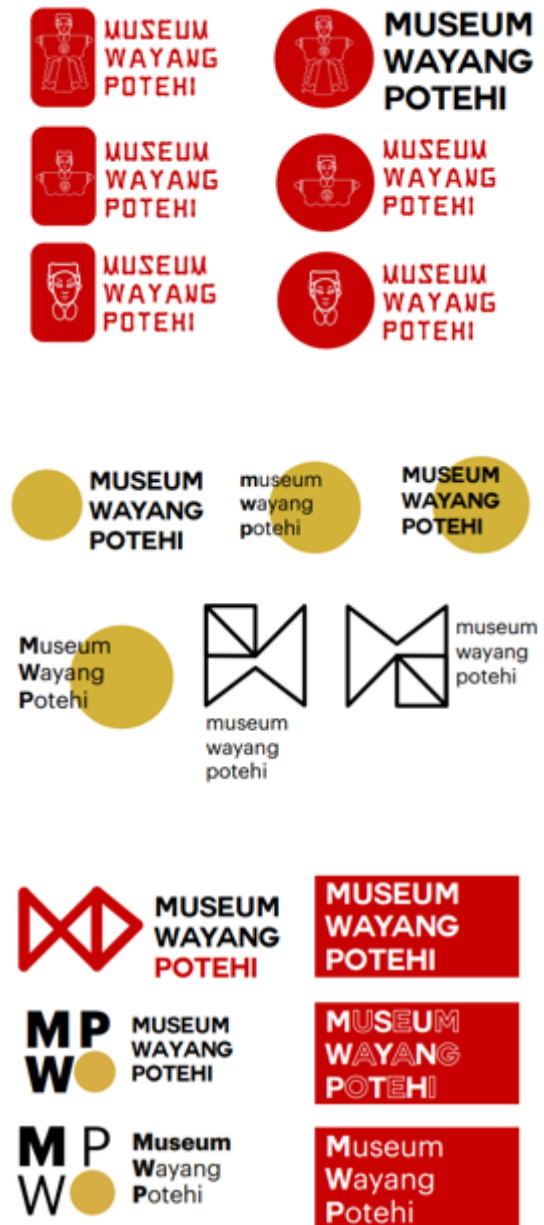
tertentu dan masyarakat tertentu. Padahal kesenian wayang potehi sendiri terbuka bagi siapapun yang tertarik untuk belajar tentang kesenian wayang potehi.

Berdasarkan analisis yang telah dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan narasumber diketahui bahwa Museum Wayang Potehi memiliki permasalahan yaitu kurangnya sarana media untuk memperkenalkan kesenian wayang potehi seperti museum – museum lainnya yang juga memperkenalkan isi dan informasi mengenai museum kepada masyarakat. Oleh sebab itu dapat disimpulkan diperlukan upaya dengan merancang identitas visual agar kesenian wayang potehi tetap terjaga. Konsep identitas visual adalah memiliki konsep minimalis, modern dan mudah diterapkan dalam berbagai media dan mampu mewakili identitas dari Museum Wayang Potehi Jombang. Kemudian untuk identitas warna yang akan digunakan adalah warna merah sebagai warna utama dan warna emas sebagai warna pendamping yang dapat diterapkan juga dalam berbagai media identitas visual dari Museum Wayang Potehi Jombang. Dalam perancangan ini penulis juga berusaha membangun identitas visual yang mudah untuk diterima oleh audiens yaitu para generasi muda usia 14-19 tahun.

Logo

Dalam perancangan identitas visual untuk Museum Wayang Potehi Jombang peneliti membuat beberapa *thumbnail*/ sketsa kasar

logo yang masih memiliki korelasi dengan data-data dan sintesis konsep yang telah didapatkan oleh peneliti.



Gambar 4: *thumbnail* desain logo museum wayang potehi Jombang

Dari beberapa logo dan opsi yang telah ditunjukkan kepada narasumber terpilih dua logo yang sesuai dengan identitas visual dan latar belakang Museum Wayang Potehi Jombang. Logo pertama terinspirasi dari salah satu karakter yang ada dalam wayang

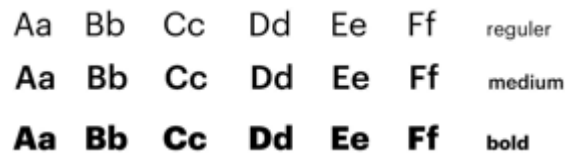
potehi yaitu karakter pendekar, dimana pada bajunya terdapat simbol “*Shou*” yang artinya umur panjang dan rejeki. Diharapkan wayang potehi dapat menjadi salah satu pertunjukan budaya yang tetap lestari/ bertahan lama tidak termakan oleh jaman. Pada logo Museum Wayang Potehi, wajah karakter pendekar berwarna putih yang memiliki makna watak baik, jadi diharapkan wayang potehi tidak hanya sekedar menjadi pertunjukan budaya namun juga mampu membawa pesan moral sesuai dengan norma yang ada di Indonesia. Logo kedua yang digunakan peneliti terinspirasi dari bentuk panggung wayang potehi yang didominasi oleh warna merah.



Gambar 5: Logo final Museum Wayang Potehi Jombang

Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan identitas visual Museum Wayang Potehi adalah jenis *Graphic Font Family*. Font ini terdiri dari jenis font *regular*, *semibold*, *medium*, dan *bold* yang digunakan sebagai *headline*, *title*, *subtitle*, dan *body*. Jenis font *Graphic font family* memiliki kesan yang *simple*/ sederhana, modern, dan juga nyaman untuk dilihat.



Gambar 6: Font medium, regular dan bold Graphik Family

Color Palette

Pemilihan warna dalam sebuah desain sangat penting untuk diperhatikan karena akan membangun makna dan kesan dari *brand* yang akan diangkat. Dalam perancangan identitas visual untuk Museum Wayang Potehi Jombang. Penulis menerapkan 3 palet warna diantaranya warna merah, emas, dan putih.



Gambar 7: Color palette Museum Wayang Potehi Jombang

Penerapan Identitas Visual

Setelah tahapan digitalisasi logo dan penentuan warna/ *color palette* maka dilanjutkan dengan proses pengaplikasian logo ke dalam berbagai media digital seperti Instagram untuk memperkenalkan kesenian wayang potehi dan museum agar dikenal dan dapat dijangkau oleh generasi muda zaman sekarang yang banyak menghabiskan waktu dengan menggunakan media elektronik seperti *smartphone* untuk beraktifitas sehari-hari.

a. Kartu nama/ *Bussines Card*

Merupakan salah satu media cetak yang digunakan untuk membantu konsumen menghubungi Museum Wayang Potehi jika ingin berkunjung dan mengetahui informasi – informasi mengenai wayang potehi.



Gambar 8: *Business Card* Museum Wayang Potehi Jombang

b. Umbul – Umbul / bendera

Sebagai media untuk menunjukkan lokasi Museum Wayang Potehi sehingga membantu orang yang berkunjung ke Museum Wayang Potehi.



Gambar 9: Desain bendera Museum Wayang Potehi Jombang

c. *Hanging ID Card*

Untuk membantu pengunjung mengenali petugas atau staff yang ada di Museum Wayang Potehi ketika ingin mencari tau informasi mengenai Museum Wayang

Potehi.



Gambar 10: *Hanging ID Card* Museum Wayang Potehi Jombang

d. Totebag

Totebag berfungsi sebagai merchandise dari Museum Wayang Potehi.



Gambar 11: Desain *totebag* Museum Wayang Potehi Jombang

e. Media promosi Museum Wayang Potehi Jombang

Desain media promosi Museum Wayang Potehi Jombang menggunakan media Instagram, sesuai dengan target perancangan yaitu ditujukan kepada generasi muda Untuk turut serta melestarikan dan mengenal seni pertunjukan wayang potehi yang ada di Museum Wayang Potehi Jombang.



Gambar 12: *Desain feed* Instagram Museum Wayang Potehi Jombang

E. KESIMPULAN

Seni pertunjukan wayang potehi merupakan salah satu kesenian hasil akulturasi budaya antara budaya Nusantara dan budaya Tiongkok yang sudah ada sejak lama di Indonesia. Wayang potehi sempat menjadi pertunjukan yang populer atau sering ditampilkan di berbagai acara di Indonesia namun pada masa orde baru (1966-1998) wayang potehi hanya dimainkan secara diam – diam karena adanya pembatasan dari pemerintah dan hanya diperbolehkan untuk dimainkan di tempat – tempat umum di Indonesia. Salah satu tempat yang mengadakan pertunjukan seni wayang potehi sendiri adalah komunitas wayang potehi di Klenteng Hong San Kiong, Gudo, Jombang.

Saat ini peminat dari pertunjukan wayang potehi khususnya generasi muda sangat kurang. Oleh sebab itu dibuatlah

identitas visual dalam bentuk logo beserta penerapannya diberbagai media pada Museum Wayang Potehi Jombang untuk memperkenalkan wayang potehi kepada generasi muda.

Saran

Bagi para peneliti selanjutnya yang akan membuat perancangan serupa di masa mendatang diharapkan agar mencari informasi terkait dengan perancangan yang akan dihasilkan seperti konsep warna, filosofi kebudayaan yang diangkat untuk membantu mempermudah membangun identitas visual dan media promosi yang akan dihasilkan.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Augustine, A. (2016). Perancangan Media Promosi Jasa Photobooth Snap In Frame Di Surabaya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(8), 1-9.
- Dharmadi, A. L. (2016). Perancangan Visual Branding Media Promosi Kampung Djawi Kabupaten Jombang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1 (8). 1-10.
- Galih, B. (2020). Menelusuri Sejarah Awal Masuknya Masyarakat Tionghoa Di Indonesia. *Kompas*. Diakses pada tanggal 22 Juni 2020. Diambil dari: <https://nasional.kompas.com/read/2020/01/18/12220121/menelusuri-sejarah-awal-masuknya-masyarakat-tionghoa-di-indonesia?page=all>.
- Harianti, M. (2015). Analisis Data Kualitatif Menurut Miles dan Hubberman.

- Kompasiana*. Diakses tanggal 25 Juni 2020. Diambil dari:
<https://www.kompasiana.com/meykurniawan/556c450057937332048b456c/analisis-data-kualitatif-miles-dan-hubermen>
- Ikranegara, D. T. (2013). Perancangan Identitas Visual Museum 10 Nopember 1945 Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS 2* (1). 5-10.
DOI:<https://dx.doi.org/10.12962/j23373520>
- Kurniawan, H. (2017). Potehi In New Order's Restraint : The Lost Of Inheritor Generation of Chinese Wayang Culture. *International Journal of Humanity Studies 1*(1). 47-55.
DOI:<https://doi.org/10.24071/ijhs.2017.010105>
- Moleong, J. L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, E. F. S. (2013). Perancangan Branding Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo Sebagai Upaya Melestarikan Produk Budaya Lokal. *Jurnal Art Nouveau 1* (1). 31- 38.
- Pratiwi, N. R. (2018). Adaptasi PT.Freeport Indonesia Terhadap Budaya Lokal Papua Yang Tersaji Dalam Konsep Visual Branding Perusahaan. *Journal ISI 1*(1). 24-3.
DOI:<https://doi.org/10.24821/dkv.v11i1.2486>
- Sanyoto, S. E. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Tanuadmadja, Y., Swandi, I W., & Raditya, A. (2014). Perancangan Branding “Marilyn Cake” Surabaya, *Jurnal Adiwarna 1*(4). 5-6.
- Wardana, B. R. (2017). Akulturasi Budaya Masyarakat Tionghoa Dengan Masyarakat Pribumi Di Desa KarangTuri, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang. *Jurnal Unnes 1*(1). 14-28.
- Wheeler, Alina. (2012). *Designing Brand Identity An Essential Guide for the Whole Branding Team*. US: John & Willey Sons.

STRATEGI BRANDING KOTA SURABAYA SEBAGAI KOTA SEJARAH, BUDAYA, DAN PERDAGANGAN

Oleh:

Aryo Bayu Wibisono¹

*Desain Komunikasi visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur*

Andrian Ferdi Ramdhani²

*Desain Komunikasi visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur*

Muhammad Baliya B M³

*Desain Komunikasi visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur*

Oknisa Qadrin Saraswati⁴

*Desain Komunikasi visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur*

Natasya Sisca E P⁵

*Desain Komunikasi visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur*

Robby K⁶

*Desain Komunikasi visual, Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur*

aryobayuw.dkv@upnjatim.ac.id¹; 17052010016@student.upnjatim.ac.id²;
17052010002@student.upnjatim.ac.id³; 17052010013@student.upnjatim.ac.id⁴;
17052010026@student.upnjatim.ac.id⁵; 17052010049@student.upnjatim.ac.id⁶

ABSTRAK

Kota Surabaya menjadi salah satu kota Metropolitan di Indonesia seperti Jakarta, Semarang, dan Bandung. Kota Surabaya adalah kota dengan tingkat populasi dan kemajuan yang tinggi. Selain itu Kota Surabaya ini merupakan kota yang sesuai untuk kegiatan beberapa sektor seperti bidang investasi, pariwisata, pendidikan maupun perniagaan. Kota Surabaya mempunyai dua slogan yang melatar belakangi *branding* kota Surabaya yaitu *Sparkling* Surabaya sebagai brand destinasi pariwisata kota Surabaya, namun ternyata ada sebagian masyarakat yang tidak mengetahui akan keberadaan brand ini. Hal ini menjelaskan tingkat kesadaran masyarakat akan brand tersebut tidak terserap di masyarakat. Ditengah ketiadaan identitas yang ideal sebagai ciri khas kota modern muncul slogan "bangga Surabaya" sebagai salah satu pelayanan informasi kepada masyarakat yang di lakukan Pemerintahan Kota (Pemkot) Surabaya melalui bagian Hubungan Masyarakat (Humas), dan Surabaya juga mempunyai beragam budaya, wisata, sejarah, dan masyarakat yang sangat khas kota Surabaya. Dengan adanya dua selogan yang melatar belakangi kota Surabaya dalam satu kota, kurang efektif untuk membangun citra suatu kota. Oleh karena itu, diperlukan konsep *Branding* yang tepat untuk menghidupkan citra kota Surabaya sehingga kota Surabaya dapat memiliki identitas yang relevan dengan kota Surabaya itu sendiri, dan menarik minat masyarakat luas. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui observasi lapangan, kuisioner data masyarakat dan wawancara merupakan metode untuk mendalami masalah, mencari solusi, serta merumuskan strategi *branding* untuk menemukan *keyword* yang tepat dan dapat menjadi konsep *Branding* Kota Surabaya. Wilayah penelitian ini meliputi keseluruhan kota Surabaya yang berpotensi mengangkat citra kota Surabaya seperti (Pusat perdagangan kota Surabaya, Wisata sejarah dan Budaya masyarakat kota Surabaya),

dengan waktu perancangan konsep *keyword* 3 bulan. Konsep strategi branding ini dapat menjadi acuan dasar dalam perancangan *ReBranding* Kota Surabaya baik untuk implementasi *Branding* konsep visual, konsep verbal maupun implementasi media promosi kota Surabaya. Dengan adanya konsep ini diharapkan Kota Surabaya memiliki konsep identitas baru yang dapat menarik minat masyarakat luas.

Kata kunci: Strategi branding, City Branding, Kota Surabaya.

ABSTRACT

The city of Surabaya is one of the Metropolitan cities in Indonesia, such as Jakarta, Semarang and Bandung. The city of Surabaya is a city with a high population and progress. In addition, Surabaya is a city suitable for activities in several sectors such as investment, tourism, education and commerce. The city of Surabaya has two slogans behind the branding of the city of Surabaya, namely Sparkling Surabaya as a tourism destination brand for the city of Surabaya, but it turns out that there are some people who do not know the existence of this brand. This explains that the level of public awareness of the brand is not absorbed by the community. In the absence of an ideal identity as the hallmark of a modern city, the slogan "proud of Surabaya" appears as one of the information services to the public carried out by the Surabaya City Government (Pemkot) through the Public Relations section (PR), and Surabaya also has a variety of cultures, tours, history, and a very typical community of the city of Surabaya. With the existence of two slogans as the background of the city of Surabaya in one city, it is less effective to build the image of a city. Therefore, the right branding concept is needed to revive the image of the city of Surabaya so that the city of Surabaya can have an identity that is relevant to the city of Surabaya itself, and attracts the interest of the wider community. Collecting data in this study through field observations, community data questionnaires and interviews are methods for exploring problems, finding solutions, and formulating branding strategies to find the right keywords and can become the concept of Surabaya City Branding. This research area covers the whole city of Surabaya which has the potential to raise the image of the city of Surabaya such as (Surabaya city trade center, historical tourism and culture of the people of the city of Surabaya), with a keyword concept design time of 3 months. The concept of this branding strategy can be a basic reference in the design of ReBranding for the City of Surabaya, both for the implementation of visual branding concepts, verbal concepts and the implementation of Surabaya city promotional media. With this concept, it is hoped that the city of Surabaya will have a new identity concept that can attract the interest of the wider community.

Keywords : branding strategy, City Branding, Surabaya City.

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: June 11th, 2020

Revised: November 7th, 2020

Accepted: December 31st, 2020

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kota Surabaya salah satu kota memiliki nilai sejarah yang kuat. Kota Surabaya dijuluki sebagai kota pahlawan oleh Ir Soekarno pada tahun 1950 untuk mengenang peristiwa besar dalam mempertahankan kemerdekaan (Halim & Aditjpto, 2013:1). Bukti nilai bersejarah di Kota Surabaya dapat dilihat

melalui peninggalan bersejarah dan bangunan Arsitekturnya seperti Rumah Hos Cokroaminoto, Jalan Tunjungan, Kota Lama Surabaya dan Museum bersejarah lainnya. Saat ini bangunan bersejarah di Kota Surabaya tidak hanya menjadi situs bersejarah namun juga menjadi media edukasi melalui wisata museum bersejarah.



Gambar 1. Museum Pendidikan, Museum HOS Cokroaminoto, Museum Surabaya, Museum Dr Soetomo dan Museum 10 November.

(sumber: koleksi pribadi, 2020, dinas pariwisata Surabaya <https://sparkling.surabaya.go.id/>, 2017)

Namun Seiring berjalannya waktu kota Surabaya berkembang menjadi kota metropolitan dengan fasilitas yang lengkap. Sejak abad ke 19 Kota Surabaya telah mengalami pembangunan yang pesat. Kota ini mengalami industrialisasi sejak abad ke 19 melalui kegiatan ekonomi, kegiatan industri (pabrik, antara lain perkapalan, peleburan tembaga, sabun, minuman, makanan, dan peralatan rumah tangga) dan pembangunan infrastruktur (rel kereta, Pelabuhan, dan

bangunan) yang dibangun mulai pada abad ke 19 (Samidi, 2017:158).

Sampai saat ini Kota Surabaya memiliki pertumbuhan ekonomi yang pesat. Hal ini dapat dilihat melalui nilai Produk Regional Domestik Bruto yang meningkat. Menurut BPS Surabaya tahun 2018, Nilai PDRB yang dihasilkan Kota Surabaya pada tahun 2017 mencapai 495 trilyun rupiah. Jumlah tersebut meningkat di tahun 2018 menjadi 544,59 trilyun rupiah. Rata-rata kenaikan nilai PDRB sejak tahun 2014 hingga tahun 2018 mencapai 10,5 persen. Beberapa sektor yang berperan dalam kegiatan ekonomi di Kota Surabaya adalah sektor perdagangan, industri, penyedia akomodasi, konstruksi, transportasi dan pergudangan (Suparno, BPS 2018:21).

Kota Surabaya yang dikenal sebagai kota metropolitan juga memiliki kepadatan tinggi. Pada tahun 2014–2018 kota ini memiliki penduduk 2,89 juta jiwa penduduk dengan rata-rata laju pertumbuhan penduduk 0,47% per tahun. Penduduk kota Surabaya didominasi oleh usia produktif dengan kisaran usia 20-24 tahun (BPS 2018:8). Karena suksesnya di berbagai sektor, kota Surabaya juga memiliki tingkat urbanisasi yang tinggi. Kota Surabaya yang terkenal dengan sebutan kota Indamardi (Industri, Perdagangan, Maritim dan Pendidikan) mampu menarik perhatian golongan penduduk tertentu untuk datang dan menetap, terutama bagi golongan pen-

duduk yang ingin mencari pekerjaan dan ingin melanjutkan Pendidikan (Aditya, 2017 : 154).

Keunikan lain yang dimiliki kota Surabaya adalah kota ini memiliki kebudayaan yang beragam. Beberapa pusat kebudayaan di Kota Surabaya antara lain wisata Islam Sunan ampel, Gedung Cak Durasim dan Gedung Balai Pemuda. Kota Surabaya juga merupakan kota yang memiliki karakteristik masyarakat yang beragam. Meskipun Jawa adalah suku mayoritas (83,68%) dengan karakter egaliter, namun Kota Surabaya menjadi tempat tinggal berbagai suku bangsa di Indonesia seperti suku Madura (7,5%), Tionghoa (7,25%), Arab (2,04%), dan sisanya merupakan suku bangsa lain seperti Bali, Batak, Bugis, Manado, Minangkabau, Dayak, Toraja, Ambon, dan Aceh atau warga asing (Soedarso, et all 2013: 68).



Gambar 2. Keragaman budaya Surabaya Vaganza (sumber: postingan Humas Pemkot Surabaya <https://humas.surabaya.go.id/>, 2019)

Suku Jawa di Surabaya memiliki karakter egaliter dan sifat yang lebih keras dibandingkan dengan suku Jawa lainnya. Hal ini terjadi karena jauhnya wilayah Kota

Surabaya dari kraton yang dipandang sebagai pusat budaya Jawa (Soedarso, et all 2013: 68).

Banyaknya potensi keunikan tersebut dapat menjadi dasar penelitian untuk merumuskan konsep *branding* kota Surabaya yang dapat menghidupkan citra kota Surabaya, sehingga kota Surabaya memiliki identitas yang relevan dengan karakteristik kota Surabaya itu sendiri, dan dapat menarik minat masyarakat luas

B. TINJAUAN PUSTAKA

Sebutan *Branding* adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya “membedakan” dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009:332).

Oleh karena itu, *Branding* merupakan solusi untuk menampilkan identitas maupun potensi, baik suatu produk maupun suatu kota. Namun karena kurangnya pengelompokan potensi yang unik di kota Surabaya, menjadi penyebab munculnya beberapa *branding* yang tidak mencerminkan Kota Surabaya. Sehingga kota Surabaya saat ini belum memiliki identitas yang jelas.

Beberapa *branding* yang muncul di media – media Kota Surabaya antara lain adalah *branding* Sparkling Surabaya sebagai *branding* destinasi wisata dan *branding* Bangga Surabaya sebagai media informasi humas Pemkot Surabaya untuk masyarakat. Namun Kedua *branding* tersebut mewakili karakter

kota Surabaya, karena kedua branding tersebut kurang menampilkan banyaknya potensi yang dimiliki Kota Surabaya seperti tidak menampilkan potensi kota Surabaya sebagai pusat perdagangan di wilayah Jawa Timur, Potensi kota dengan nilai bersejarah yang tinggi maupun mewakili karakter budaya masyarakat Surabaya yang beragam. Kedua *branding* tersebut juga memiliki makna berbeda yang tidak melengkapi satu sama lain.



Gambar 3. Logo branding Sparkling Surabaya dan Bangga Surabaya
(sumber: <https://humas.surabaya.go.id/>, 2019. <https://sparkling.surabaya.go.id/>, 2017)

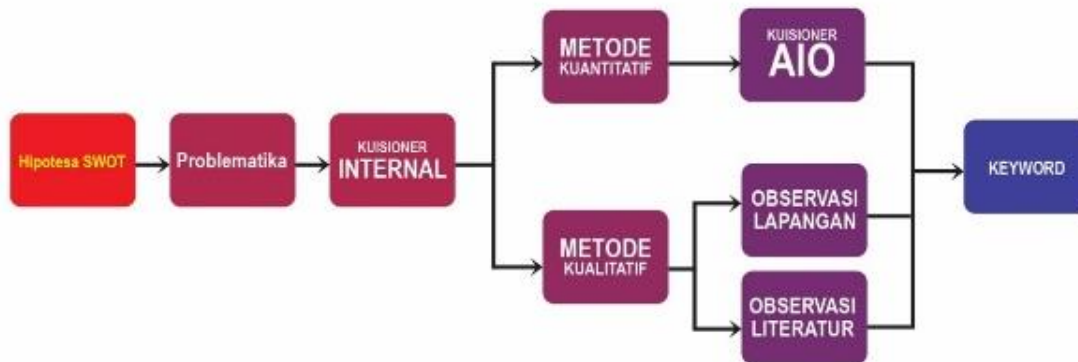
Konsep *destination branding* 'Sparkling Surabaya' menggambarkan Kota Surabaya adalah kota berkilau, semarak, gemilang, gemerlap kota menuju kota metropolitan kota pusat perhiasan (Yenny Hagijanto & Maer, 2014). Sedangkan Bangga Surabaya adalah bentuk *digital campaign* yang membingkai seluruh kanal pemberitaan yang dikelola oleh Humas Digital Pemkot

Surabaya dengan penulisan informasi dan penyajian konten dan visual tidak kaku.

Branding Bangga Surabaya memiliki peran untuk mempercepat pengiriman informasi ke ruang lingkup yang lebih luas, secara mudah dan terpercaya, sebagai sarana mengelola dan mensukseskan inovasi dari OPD (Organisasi Perangkat Daerah), memelihara dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah (Indrajayani & Mutiah, 2019:62 - 65).

Agar komunikasi kota Surabaya dapat efektif, maka kota Surabaya harus memiliki satu konsep *city branding* tepat dan relevan dalam menampilkan potensi dan karakter kota Surabaya. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, yang dilaksanakan selama 3 bulan dengan dilatar belakangi data dari hasil observasi lapangan, kuisisioner data masyarakat dan yang mencangkup wilayah berpotensi di Kota Surabaya seperti, wilayah cagar sejarah dan budaya, wisata kota Surabaya, pusat perdagangan atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat, maka akan menghasilkan konsep strategi *branding* yang tepat dan relevan dengan kota Surabaya yang heterogen, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan referensi konsep *city branding* Kota Surabaya yang tepat dan dapat mengangkat citra Kota Surabaya.

C. METODE



Gambar 4. Pola Metodologi Penelitian

Model metodologi penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang didukung oleh metode penelitian kualitatif untuk menemukan Strategi Branding dalam menentukan *Keyword*. Metode penelitian kuantitatif menggunakan data kuisisioner internal dan kuisisioner eksternal. Kuisisioner internal kami sebarakan kepada 100 masyarakat Kota Surabaya untuk mengetahui karakteristik masyarakat Kota Surabaya serta potensi Kota Surabaya yang terkait dari Budaya, Sejarah, dan Perdagangan. Sedangkan kuisisioner eksternal kami sebarakan kepada 50 masyarakat luar kota Surabaya dengan tujuan untuk mengetahui aktivitas, ketertarikan dan pendapat masyarakat luar kota Surabaya mengenai Kota.

Pada metode penelitian kualitatif, kami menggunakan data yang berasal dari hasil observasike tempat yang berpotensi mengangkat Kota Surabaya. Penggunaan metode kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan data – data mengenai

pandangan, simbol, ikon, ciri khas, dan *trademark* Kota Surabaya, kedua untuk melakukan uji hipotesis terkait asumsi dan pengumpulan data yang didapatkan sebelumnya dari internet. Setelah melewati tahap pengumpulan data maka tahap berikutnya adalah tahap *brainstorming* yaitu tahap penggalian ide tentang konsep *keywordcity* Kota Surabaya.

Kuesioner Internal

Dari hasil kuesioner internal didapati bahwa surabaya memiliki tata letak kota yang indah dengan infrastrukturnya unggul pada bangunan bersejarah, tugu pahlawan sebagai ikon yang dikenal masyarakat surabaya serta suro dan boyo sebagai sosok dari kota surabaya, Wisatawan yang datang ke Surabaya dominan keluarga. Masyarakat surabaya memiliki karakter yang berbicara terus terang begitu juga saat event budaya, pada *theater* perjuangan pahlawan, ludruk serta cangkruk, karakter dari masyarakat Surabaya akan muncul.

Observasi

Observasi dilapangan menguatkan hasil kuesioner internal dan menambah dimana budaya masyarakat cangkruk, karakter masyarakat surabaya yang berbicara terus terang itu masih ada hingga saat ini. Serta bangunan lama yang memiliki sejarah masih

dipelihara, bahkan rumah kelahiran tokoh bangsa dan yang pernah menjadi hunian kos Ir. Soekarno, Alimin, Musso, Soeherman Katrowisastro, Samoan dan lainnya, saat ini menjadi museum hos tjokroaminoto.

Tabel 1. Target Masyarakat Kota Surabaya Dan Target Audiens Kota Surabaya

Kategori	Deskripsi Target Sampling “Masyarakat” Kota Surabaya	Deskripsi target sampling “Audiens” kota Surabaya
Geografis	Surabaya merupakan pusat niaga di Nusantara. Surabaya kota yang banyak masyarakatnya yang merantau dalam segi Pendidikan maupun pekerjaan.	Jawa Timur, target audiens diambil dari luar kota Surabaya. Lebih rincinya daerah sekitar Surabaya (Mojokerto, Madura, Gresik).
Demografis	<p>Target Primer :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usia 20-45 tahun 2. Agama :seluruh agama 3. Pendidikan: lulus SMA sederajat, kuliah, hingga bekerja 4. Pekerjaan: pelajar, pengusaha, karyawan, nelayan, dan petani. <p>Targer Sekunder :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usia 0 – 19 tahun 2. dan ≥ 65 tahun 3. Agama : seluruh agama 4. Pendidikan : SD, SMP, SMA sederajat, pernah kuliah, lulus kuliah. 	<p>Target Primer :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usia 20-45 tahun 2. Agama :seluruh agama 3. Pendidikan: lulus SMA sederajat, kuliah, hingga bekerja 4. Pekerjaan : pelajar, pengusaha, karyawan, nelayan, dan petani. <p>Targer Sekunder :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usia 0 – 19 tahun dan ≥ 65 tahun 2. Agama : seluruh agama 3. Pendidikan : SD, SMP, SMA sederajat, pernah kuliah, lulus kuliah.
Psikografis	Audiens yang menjadi acuan penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan yang tinggal dan	Audiens yang menjadi pandangan riset kota Surabaya dari luar kota. Dengan gaya

	pernah tinggal di kota Surabaya. Dengan gaya hidup konvensional dan kepribadian pekerja keras.	hidup konvensional dan kepribadian pekerja keras.
Behavior	Peneliti melakukan pengambilan data dengan memperhatikan cara berinteraksi dengan produk-produk lokal, di kawasan kota Surabaya, dengan cara mendatangi langsung melihat-lihat cara masyarakat berinteraksi dan mewawancarai secara langsung, dengan membagikan beberapa kuisisioner internal. Laki-laki dan perempuan yang dapat mengenal baik kota Surabaya.	Peneliti melakukan pengambilan data dengan memperhatikan cara berinteraksi dengan produk-produk di kawasan kota Surabaya, dengan melakukan pembagian kuisisioner AIO. Laki-laki dan perempuan yang dapat mengenal kota Surabaya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisa Presepsi Masyarakat Kota Surabaya (Kuisisioner Internal)

Kota Surabaya merupakan kota metropolitan yang memiliki potensi berkembang namun tidak hanya itu melainkan Kota Surabaya juga memiliki keunikan yang didapatkan dari pendapat mayoritas masyarakat Kota Surabaya antara lain bangunan yang bersejarah, infrastruktur kota dan tata letak kota, beragam etnis, dan budaya yang bertoleransi dan gotong royong. Pendapat dari 100 masyarakat Kota Surabaya, wisatawan yang sering datang di Kota Surabaya diantaranya adalah keluarga (55 orang), pemuda/ pemudi (15 orang), pelajar (15 orang), dewasa (15 orang). Tiga kota yang

berpotensi menjadi pesaing Kota Surabaya antara lain Bandung, Jakarta, Malang. Urutan hal yang berpotensi di Kota Surabaya sejarah/ simbol kepahlawanan Kota Surabaya, Budaya/ adat istiadat di Kota Surabaya, Kegiatan Perdagangan di Kota Surabaya. Yang sering masyarakat Kota Surabaya lakukan berwisata (14 orang), menempuh pendidikan (37 orang), berbisnis (72 orang), berbelanja (7 orang). Kota yang bisa menjadi inspirasi Kota Surabaya Singapura, Bandung, Jakarta.

Adanya pelestarian budaya di Kota Surabaya (ya (87 orang), tidak (13 orang)). Budaya kesenian yang sering dilakukan oleh masyarakat di Kota Surabaya pentas kesenian, festival tahunan, parade bunga.

Kebudayaan yang menarik bagi masyarakat Kota Surabaya (cangkruk (72 orang), tepo sliro (2 orang), ludruk (15 orang), bicara terus terang (11 orang)). Karakter orang di Kota Surabaya (bicara terus terang (84 orang), kalem (1 orang), cekatan (5 orang), simple (10 orang)). Tiga kata saat mengingat Kota Surabaya yaitu Kota Pahlawan, keindahan tata letak, Bu Risma. Ikon/ sosok yang mewakili Kota Surabaya antara lain Tugu Pahlawan, Suro dan Boyo, Bamboo runcing. Adanya event menarik bagi wisatawan (ada (87 orang), tidak (13 orang)). Event budaya yang menarik teater perjuangan pahlawan, festival kuliner tahunan. Kelebihan Kota Surabaya tata letak yang indah dan infrastrukturnya dan Kekurangannya adalah tingginya kepadatan transportasi

b. Observasi Kota Surabaya

Aktivitas observasi ini melakukan kegiatan mengamati, mencatat dan merekam data yang ada di lapangan dengan melakukan kunjungan langsung ke berbagai daerah seperti pusat sejarah (rumah Hos Cokroaminoto, Jalan Tunjungan) Pusat kebudayaan (Makam sunan Ampel, Gedung Kebudayaan cak durasim, Balai Pemuda) dan Pusat perdagangan (Mall dan pasar) di Kota Surabaya. Temuan observasi pada penelitian ini untuk memperkuat data persepsi audiens dalam kota, menemukan variabel yang digunakan dalam pengumpulan data serta dasar dalam menemukan karakteristik kota Surabaya. Dari proses observasi yang di

lakukan Terdapat beberapa temuan yang didapatkan.



Gambar 5. Peta Pembagian Wilayah Kota Surabaya.

Lingkup dalam penelitian ini akan difokuskan ke tiga wilayah yang menonjol pada kota Surabaya yakni

- Sejarah : Jl. Indrapura; Jl. Pahlawan; Jl. Bubutan; Jl. Tunjungan; Jl. Gengtengkali; Jl. Pegirian; Jl. Peneleh; Jl. Maspati; Jl. Tembanan.
- Budaya : Jl. Tunjungan; Jl. Genteng kali; Jl. Kusuma bangsa; Jl. Ampel; Jl. Kapasan dan Jl. Bubutan.
- Perdagangan : Jl. Dupak; Jl. Kranggan; Jl. Jenderal Basuki Rachmat; Jl. Kapasari; Jl. Pabean; Jl. Perak Kecamatan Bulak.

Uraian Potensi Kota Surabaya

Untuk melengkapi penelitian, dilakukannya kunjungan ke berbagai daerah yang terdapat di Kota Suarabaya dengan tujuan mengamati, dan mencari tahu lebih lanjut mengenai Potensi Kota Surabaya dalam mencapai konsep *keyword*. Daerah yang dikunjungi di wilayah Kota Surabaya dimana daerah tersebut berpotensi besar dalam pembangunan kota Surabaya. Wilayah tersebut meliputi :

Sejarah

Sejak tahun 1950, Ir. Soekarno telah menyebut Kota Surabaya sebagai kota Pahlawan. Hal ini terjadi karena peran Kota Surabaya sangat penting mempertahankan kemerdekaan Indonesia (Raymond & Aditjipto, 2013 : 1). Hingga saat ini nilai pahlawan masih melekat di kota Surabaya. Hal tersebut terlihat dari peninggalan bersejarah di kota Surabaya seperti bangunan arsitektur, bangunan tugu, bambu runcing maupun benda bersejarah lainnya. Di tengah tengah modernisasi, Kota Surabaya masih mempertahankan keberadaannya peninggalan bersejarah. Beberapa bangunan bersejarah telah dikenal sebagai tempat wisata dan tempat pelayanan publik, misalnya Gedung Siola sebagai tempat layanan administratif dan museum pemerintahan, Tugu pahlawan, Rumah HOS Cokroaminoto, Museum Pendidikan, sebagai salah satu wisata sejarah.

Semua bangunan arsitektur sejarah tersebut, baik yang belum maupun yang sudah dimanfaatkan rata-rata terletak di Jl. Indrapura, Jl. Pahlawan, Jl. Bubutan, Jl. Tunjungan, Jl. Gengtengkali, Jl. Pegirian, Jl. Peneleh, Jl. Maspati, Jl. Tembanan (bangunan masih cukup terawat, walaupun banyak bangunan lama yang masih kosong dan belum dimanfaatkan).



Gambar 6. Hotel majapahit, Tugu Pahlawan, Museum HOS Cokroaminoto, Gedung Sioladan Museum Dr. Soetomo.

(Sumber :koleksi pribadi, 2020, postingan web dinas pariwisata kota Surabaya <https://sparkling.surabaya.go.id,2017>).



Gambar 7. (Temuan arsitektur bergaya eropa)

Banyak barang bersejarah yang juga telah dirawat baik di museum di Kota Surabaya. Sampai sekarang Museum tersebut menjadi tempat wisata edukasi sejarah dengan harga tiket yang terjangkau. Seperti kota pada umumnya, Kota Surabaya juga memiliki tugu di jalan seperti tugu bamboo runcing dan tugu ikan sura dan baya yang menggambarkan dongeng asal usul Kota Surabaya.



Gambar 8. Koleksi di museum 10 November, Museum Surabaya dan Museum Pendidikan (Sumber : Koleksi pribadi 2020 dan web dinas pariwisata kota Surabaya <https://humas.surabaya.go.id/> 2020)

Selain museum dan bangunan arsitektur, Surabaya juga terkenal sebagai pusat perdagangan dengan transportasi kalimas. Sungai kalimas merupakan sungai yang bersejarah dalam kegiatan perdagangan lalu lintas jalan laut yang ramai dikunjungi oleh perahu atau kapal layar dari berbagai pulau di Indonesia (Nugroho, 2019). Namun sekarang, sungai ini dimanfaatkan sebagai tempat wisata. Dengan lampu yang berwarna warni, pengunjung dapat mera-sakan indahny pemandangan malam sungai bersejarah.



Gambar 9. Wisata Sungai Kalimas (Sumber Halaman resmi humas pemerintahan kota Surabaya, <https://humas.surabaya.go.id/>, 2019)

Event teater sejarah juga salah satu event yang sering dilaksanakan di kota Surabaya. Dengan menampilkan aksi rekontruksi peristiwa pertempuran 10 november dan peristiwa perobekan bendera event ini diadakan untuk mengenang perjuangan para pahlawan. Adanya event ini berpotensi menarik minat masyarakat baik masyarakat Kota Surabaya maupun masyarakat Luar Kota Surabaya.



Gambar 10. Teater sejarah di tugu pahlawan dan hotel majapahit

(Sumber : Halaman humas pemerintahan kota Surabaya <https://humas.surabaya.go.id/,2018>).

Selain itu, kota Surabaya juga memiliki cerita rakyat yang terkenal seperti legenda asal-usul kota Surabaya dan kisah Sawunggaling. Kisah Sawunggaling adalah cerita rakyat yang menceritakan Sawunggaling berniat untuk membebaskan Surabaya dari cengkeraman Kompeni Belanda yang sudah mulai menyebarkan pengaruhnya di Jawa (Jihad,2018:2), sedangkan asal-usul Kota Surabaya merupakan cerita rakyat pertarungan ikan sura dengan buaya yang memperebutkan mangsa. Kisah ini sangat terkenal dan telah menjadi ikon kota Surabaya. Adanya peninggalan bangunan Arsitektur bersejarah, wisata sejarah event dan cerita rakyat yang terkenal, menunjukkan bahwa nilai sejarah sangat berkaitan erat kota Surabaya dan dapat mempermudah masyarakat umum mengenal Kota Surabaya sehingga berpotensi besar mendatangkan wisatawan umum yang berperan dalam pembangunan Kota Surabaya.

Budaya

Potensi budaya Surabaya dapat dilihat dari keberagaman budaya yang ada di Kota Surabaya. Meskipun Jawa adalah suku mayoritas (83,68%), tetapi Surabaya juga menjadi tempat tinggal berbagai suku bangsa

di Indonesia, termasuk suku Madura (7,5%), Tionghoa (7,25%), Arab (2,04%), dan sisanya merupakan suku bangsa lain seperti Bali, Batak, Bugis, Manado, Minangkabau, Dayak, Toraja, Ambon, dan Aceh atau warga asing (Soedarso, et all 2013: 68). Banyaknya perbedaan suku ini membuat kota Surabaya menjadi kota heterogen dengan etnis yang bercampur sehingga kota Surabaya merupakan kota dengan karakter masyarakat bertoleransi tinggi, egaliter, keterbukaan, dan berterus terang (Profil Surabaya 2016 :29).

Suku Jawa di Surabaya memiliki karakter yang berbeda dengan suku Jawa lain. Perbedaan karakter ini dapat dilihat dari Bahasa khas arek suroboyo yang tanpa menggunakan ragam tingkatan Jawa umumnya. Karakter tempramen masyarakat yang lebih keras dan karakter egaliter. Salah satu Penyebab terjadinya hal tersebut, karena jauhnya Surabaya dari budaya kraton yang dipandang sebagai pusat budaya Jawa (Soedarso, et all 2013: 68).

Kesenian khas yang sangat terkenal dari Surabaya adalah ludruk. Ludruk yang terkenal di Surabaya adalah Ludruk Organisasi (LO) yang diketuai oleh Gondo Durasim. Ludruk ini berkembang pesat pada awal abad 20 dimana pada masa itu kota Surabaya merupakan tempat pusat perekonomian pada masa Hindia Belanda, perkembangan teater dan sandiwara terbesar kedua di Indonesia dan salah satu tempat pusat pemerintahan Hindia Belanda. Sering dengan pergerakan

kala itu, Ludruk ini mulai memasukkan nilai kepahlawanannya dalam pementasannya untuk mengedukasi masyarakat mengenai nilai semangat dan perjuangan. (Munifatuz, 2018:97).

Sawunggaling merupakan cerita rakyat khas Surabaya yang bercerita tentang seorang Adipati yang disebut dengan istilah Wali Kota dengan karakter jujur, gagah, dan berani, Sawunggaling saat ini merupakan Kecamatan Lakarsantri Surabaya dan makam yang terletak di Desa Lidah Wetan yang saat ini menjadi saksi sejarah kebesaran kerajaan Surabaya pada masanya. (Sumber: <https://kumparan.com>).

Kota Surabaya juga memiliki cerita rakyat lain seperti cerita yang membentuk nama Kota Surabaya yang diceritakan adanya pertengkaran dan kesepakatan antara Hiu dengan sebutan “Sura” dan buaya dengan sebutan “Baya” yang diartikan Sura yaitu jaya atau selamat sedangkan Baya selamat dalam bahaya yang melanda dan menjadikan simbol Kota Surabaya (<https://bobo.grid.id>). Kidung juga merupakan pertunjukan budaya dalam bentuk pantun yang mengandung unsur humor.



Gambar 11. Kesenian Ludruk, Cerita Rakyat Sarip Tambak Oso, Sawunggaling, dan Sura Baya (Sumber: koleksi humas pemkot Surabaya, <http://ludrukmustikajaya.blogspot.com>, <https://kumparan.com>, dan Koleksi Probad)

Ada juga beberapa tradisi adat Surabaya yang biasa dilakukan antara lain Larung Ari – Ari yang merupakan bentuk upacara adat masyarakat yang tinggal di pesisir Surabaya yang dikenal sebagai menghanyutkan Ari – Ari yang dipercaya mampu memberikan rezeki yang banyak untuk orang tua dan anak. Temu manten merupakan tradisi yang masih sering dilakukan merupakan pertemuan calon pengantin pria dan wanita dengan mengenakan pakaian yang begitu kental dengan unsur budaya Surabaya, Tionghoa, dan Arab yang di lanjutkan dengan arak – arakan yang dilakukan dengan berjalan yang meriah bersama rombongan dan menjadi totonan banyak warga. (<https://surabaya.liputan6.com>).

Beberapa tempat di Surabaya yang telah digunakan sebagai tempat pelestarian budaya antara lain Gedung cak durasim dan Gedung Balai Pemuda.



Gambar 12. Tradisi Budaya, Gedung cak Durasim dan Kawasan Balai Pemuda.

(Sumber: <https://surabaya.liputan6.com>, <https://pewarta-indonesia.com>, dan Koleksi Pribadi)

Beberapa bentuk pelestarian budaya dalam bentuk event pertunjukan budaya juga sering dilaksanakan setiap tahunnya oleh pemerintahan kota Surabaya seperti pertunjukan tari Sawunggaling anak dunia (tari hasil produksi dari Rumah Kreatif binaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Surabaya), dan Jambore Sepeda Tua.



Gambar 13. Bentuk Pelestarian Budaya di Kota Surabaya

(Sumber: koleksi humas pemkot Surabaya)

Selain itu, Kota Surabaya juga terdapat bangunan tua yang meninggalkan kesan budaya cina, arab dan eropa. Dari hasil pengamatan kami, terdapat peninggalan budaya di sekitar daerah (Jl. Tunjungan, Jl. Genteng kali, Jl Bubutan Jl. Kusuma bangsa, Jl. Ampel dan Jl Kapasan dan Jl Kembang Jepun). Bangunan tua tersebut antara lain klenteng Boen Bio Kapasan, kampung pecinan di Jl. kembang jepun, Makam Sunan Ampel, sebagai tempat pusat ilmu agama Islam dan perdagangan oleh etnis arab dan Kampung Eropa yang berupa bangunan tua yang kebanyakan tidak berpenghuni di beberapa titik seperti Jl Tunjungan, Jl. Darmo. Jl. Rajawali dan Jl. Veteran (perkantoran dan pertokoan berarsitektur Belanda), Jl. Indrapura, Jl. Pahlawan, Jl. Bubutan, Jl. Tunjungan, Jl. Gengtengkali, Jl. Pegirian, Jl. Peneleh, Jl. Maspati, Jl. Tembanan



Gambar 14. klenteng Boen Bio Kapasan Surabaya , Kampung pecinan kembang jepun, Sunan ampel dan bangunan kampung eropa

Masih banyak wisata budaya yang ditawarkan Kota Surabaya. Beberapa wisata budaya lainnya yang ditawarkan pemerintah adalah, Masjid Muhammad Cheng Hoo (masjid memiliki arsitektur cina), Klenteng Hong Tiek Han, Pura Agung Jagat Karana.



Gambar 15. Wisata Budaya
(Sumber : Koleksi foto halaman dinas pariwisata Surabaya)

Perdagangan

Potensi perdagangan, Kota Surabaya menjadi salah satu kota Metropolitan yang tentunya terdapat pasar tradisional di Kota Surabaya yang peranannya sangat besar, dari aktivitas perekonomian yang tumbuh berkembang. Perdagangan Kota Surabaya banyak yang bergerak mengikuti perubahan zaman. Dari dulu terdapat pasar tradisional yang sampai saat ini masih beroperasi di kota Surabaya, seperti pasar Pabean, Pasar Keputran dan Pasar Atom. Pasar Pabean merupakan salah satu pasar legendaris yang sudah ada sejak tahun 1918 (Nisa & Hadiatin, 2019: 51).



Gambar 16. Gapura pasar Pabean, dan Pasar Keputran utara dan selatan
(Sumber : Suryanto/RADAR SURABAYA, danpasarsurya.surabaya)

Pasar ini terkenal sebagai pasar ikan di Surabaya dan pasar tradisional Keputran terbagi ada dua, yaitu Pasar Keputran bagian Selatan dan bagian Utara. Untuk Pasar Keputran Selatan, biasanya disebut juga pasar Keputran lama. Di sini pedagang menjual berbagai kebutuhan pokok, aneka bunga setaman, janur, dan manggar. Dalam

sejarahnya, wilayah ini dinamakan Keputran ada informasi menyebut kawasan ini adalah tempat tinggal khusus para wanita anggota keluarga Kerajaan Surabaya yang berdiri 31 Mei 1293. Di kawasan ini tinggal permaisuri, para selir dan putri raja yang masih lajang bagi orang kerajaan dulu. Namun lambat laun namanya berubah menjadi Keputran. (Pasar Surya, Surabaya 2019). Dengan latar belakang perdagangan tradisional di kota Surabaya yang sangat kuat, memungkinkan para pengusaha atau lembaga untuk membangun beberapa pusat perdagangan modern seperti mall dan pusat grosir yang sudah terbangun di beberapa wilayah kota Surabaya.

Tidak hanya pasar tradisional yang ada di Surabaya masih banyak pusat perdagangan yang ditawarkan di Surabaya. Beberapa pusat perdagangan modern lainnya yaitu Tunjungan Plaza, Pakuwon Mall, Galaxy Mall ini yang menjual berbagai kebutuhan fashion, kebutuhan rumah tangga, hingga barang barang mewah tersedia.



Gambar 17. Tunjungan Plaza, Pakuwon Mall Surabaya, dan Galaxy Mall
(Sumber : wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, Pakuwon Group 2018, wikipedia bahasa Indonesia, dan ensiklopedia bebas)

Terbukti dari fasilitas kota yang tercukupi dan mayoritas mengatakan mudah untuk mendapatkan barang dan berbelanja. Penelitian ini dilakukan di lokasi Jl. Dupak, Jl. Kranggan, Jl. Jenderal Basuki Rachmat, Jl. Kapasari, Jl. Pabean, Jl. Perak Kecamatan Bulak.

Pusat perniagaan di Surabaya, utamanya terletak di Surabaya Utara, yang sejak zaman dulu memiliki beberapa pabrik dengan berbagai bidang usaha. "Jenis usaha itu seperti perkebunan dan perdagangan serta industri baik berskala perusahaan maupun keluarga dengan beragam produk khas Surabaya," (Manager House of Sampoerna/HoS, Ina Silas). Seperti pabrik Siropen Telasih yang merupakan pabrik sirup pertama di Indonesia dan didirikan pada

tahun 1923, ini adalah pabrik limun dan botol dengan nama “Pabrik Limoen J.C. van Drongelen & Hellfach” (humas Surabaya 2018). Dan pabrik bernama Kecap Manis Cap Jeruk Pecel Tulen yang berdiri sejak tahun 1937 di jalan sidonipah (surya.co.id).



Gambar 18. Pabrik Siropen Telasih, dan Pabrik Kecap Manis Cap Jeruk Pecel Tulen
(Sumber: actasurya.com, surya.co.id)

Fasilitas perdagangan di Surabaya juga didukung oleh sarana distribusi barang yang baik. Pelabuhan tanjung perak adalah salah satu sarana distribusi perdagangan yang berdiri sejak tahun 1990). Pelabuhan ini menjadi pelabuhan terbesar dan tersibuk nomor dua di Indonesia setelah pelabuhan Tanjung Priok Jakarta. Hal tersebut dikarenakan, selain menjadi salah satu gerbang penghubung untuk Indonesia bagian timur Pelabuhan tanjung Perak juga sibuk dikarenakan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi di wilayah Provinsi Jawa Timur. Keadaan itu berakibat pada meningkatnya arus distribusi barang dari dan menuju wilayah Jawa Timur baik untuk

barang dalam negeri maupun perdagangan internasional (Edy, 2016:173).

c. Penggalian Data Dari Audiens Luar Kota Surabaya

Activity (kegiatan masyarakat luar kota di Kota Surabaya), Masyarakat luar kota datang ke Kota Surabaya untuk mengisi waktu luangnya kebanyakan melakukan kegiatan berbelanja ke pusat perdagangan (45,9%) seperti (Mall 64,7%, Pasar 15,3%, toko online 10%, warkop 10%), berjalan – jalan berkeliling Kota Surabaya (38%) dan lokasi berwisata (31,8) kebanyakan masyarakat luar kota memilih datang berkunjung ke tempat wisata yakni (Tugu Pahlawan 40%, gedung kesenian Cak Durasim Taman Budaya 28,2%, Siola 11,8%, PGS 20%) dengan ditemanin teman (43,5%) sebagian masyarakat memilih dengan anggota keluarganya (41,2%).

Interest (Ketertarikan masyarakat luar kota di Kota Surabaya), Masyarakat luar kota lebih menyukai topik yang membahas makanan unik (30,6%) dan budaya (38,8%) atau kebiasaan warga surabaya untuk mengenal Kota Surabaya. Dominan dari mereka menyukai tontonan yang berhubungan dengan hiburan (76,5%). Kebanyakan orang pendatang tertarik dengan Surabaya karena persediaan barang perbelanjaan mudah di dapat dan lengkap (50,6%) dengan fasilitas kota yang terpenuhi (44,7%). Kebanyakan pendatang menyukai Surabaya lebih tertuju pada wisata kuliner

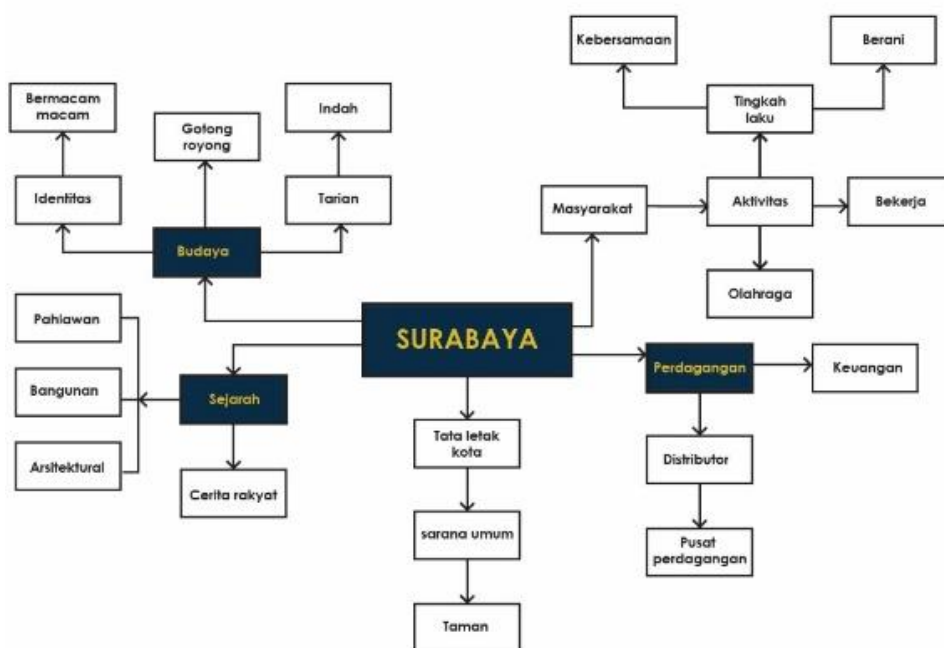
(78,8%) dan mereka suka mempelajari hal baru (30,6%). Surabaya sering mengadakan event terutama event kuliner sebagai hiburan mereka untuk menikmati wisata kuliner (58,8%) tersebut.

Opinion (Presepsi masyarakat luar kota di Kota Surabaya), Masyarakat luar kota menilai Kota Surabaya sebagai kota dengan perbelanjaan (43,5%) yang lengkap dan mudah didapatkan, berpotensi untuk berkembang (71,8%), walikota yang sangat berperan dalam memajukan Kota Surabaya (88,2%). Informasi yang mereka dapatkan tersebut melalui media sosial (69,4%) untuk mendapatkan informasi mengenai perdagangan (28,2%) dan tren budaya (27,1%). Menurut masyarakat luar kota agar tetap di kenal Kota Surabaya harus menjaga budaya untuk di lestarian (47,1%), masih kurangnya memberikan wawasan tentang adanya

Penjelasan Keyword Mind Mapping Keyword

kekerasan sosial (35,3%) yang meningkat di Kota Surabaya dan kurangnya kesadaran diri secara individu (32,9%).

Sehingga muncul sebuah kesimpulan bahwa dalam pandangan masyarakat luar kota Surabaya mayoritas dikenal dalam sejarah yang kuat yang di tunjukan dari peninggalan bangunan kuno, terdapat cerita kepahlawanan yang kuat, hingga barang – barang yang hingga kini masih dilestarikan. Kedua, dalam masyarakat luar kota juga memberi pendapat bahwa Kota Surabaya merupakan kota yang berbudaya karena masih banyaknya pelestarian dalam segi kesenian. Ketiga, banyaknya imigran sehingga menjadikan Kota Surabaya berpotensi berkembang, dalam segi fasilitas, transportasi, dan sebagai pusat perbelanjaan yang lengkap dengan barang yang mudah didapatkan.



Gambar 19. Mind Mapping Kota Surabaya

a. Keyword

Sejarah, Budaya, Perdagangan yang menyatu.

b. Makna Denotatif

1. Sejarah: Asal-usul (keturunan) silsilah, kejadian dan peristiwa yang benar-benar terjadi pada masa lampau; riwayat; tambo: cerita pengetahuan atau uraian tentang peristiwa dan kejadian yang benar-benar terjadi dalam masa lampau; ilmu sejarah.
2. Budaya: Pikiran, akal budi, hasil adat istiadat, menyelidiki bahasa dan sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju, sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan dan sukar diubah.
3. Perdagangan: Perihal dagang; urusan dagang; perniagaan.
4. Menyatu: Menjadi satu; berpadu; manunggal.

c. Makna Konotatif

Makna konotatif dari “Sejarah, Budaya, dan Perdagangan yang Menyatu” adalah Kota Surabaya mengutamakan sejarah kepahlawanan yang kuat dengan budaya beranekaragaman yang saling melengkapi satu sama lain, dan perdagangan yang menunjukkan Kota Surabaya merupakan kota yang terfasilitasi. Hal tersebut menjadikan Kota Surabaya memiliki sejarah kepahlawanan yang kuat dengan nilai budaya yang tinggi, dan fasilitas yang mudah di dapat, oleh karena itu Kota Surabaya cocok disebut kota sejarah, budaya, dan perdagangan yang menyatu.

1. Penggunaan kata SEJARAH dirasa tepat digunakan untuk gaya gambar atau konsep visual dikarenakan gaya gambar atau konsep visual dapat menggambarkan nilai kepahlawanan kota Surabaya yang tinggi
2. Penggunaan kata BUDAYA dirasa tepat untuk digunakan penerapan konsep warna, dikarenakan warna dapat mewakili budaya dan latar belakang masyarakat Surabaya yang beragam.
3. Penggunaan kata PERDAGANGAN dirasa tepat digunakan untuk pola desain yang dinamis.
4. Penggunaan kata MENYATU dirasa tepat digunakan untuk isi pesan media yang akan di baca masyarakat yang beragam, sehingga isi yang terkandung dapat dipahami oleh semua elemen masyarakat.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan konsep Strategi Branding kota Surabaya yang tepat dan relevan. Dalam penelitian ini kota Surabaya memiliki beberapa faktor penting dan beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mengangkat citra kota Surabaya, faktor – faktor itu adalah sebagai berikut:

1) Manusia

Masyarakat Kota Surabaya memiliki beberapa etnis, yakni Jawa, Madura, Tionghoa, dan Arab yang cukup besar menduduki wilayah Surabaya. Karak-

teristik beberapa etnis ini mempunyai kesamaan dalam segi perilaku dan perbedaan yang tidak terlalu jauh. Dengan ini faktor *Branding* nantinya harus memiliki latar belakang yang harus saling mendukung masyarakat di kota Surabaya agar menunjang dan berkerjasama dengan pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh Pemkot kota Surabaya karena masyarakat juga ikut andil dalam memajukan kota Surabaya.

2) Sosial dan Budaya

Masyarakat Kota Surabaya memiliki percampuran budaya yang muncul dalam masyarakat yang berbeda-beda. Sehingga sulit untuk melihat apakah masyarakat asli Surabaya atau pendatang. Namun perbedaan ini menjadi karakter yang kuat dan menjadi identitas bagi kota Surabaya. Selain itu masyarakat Surabaya yang sangat menerima budaya apa saja cukup mudah untuk nantinya strategi *Branding* diterapkan, dalam bentuk visual yang menarik berunsur kebudayaan.

3) Perdagangan

Kota Surabaya dari jaman dahulu merupakan salah satu pusat perdagangan yang ada di Indonesia sampai saat ini masih banyak pusat perdagangan modern dan perdagangan tradisional. Melihat Surabaya yang mampu menjangkau perdagangan dari kecil,

menengah, dan atas sangat berpeluang besar untuk menerapkan strategi *Branding* kota Surabaya yang membuka peluang – peluang bisnis dan perdagangan atau produk – produk yang dapat menunjang citra kota Surabaya untuk bersaing.

F. DAFTAR PUSTAKA

Adi, N. K. Peranan Sungai Kalimas Sebagai Sarana Transportasi Sungai Kota Surabaya Tahun 1900-1952. (2019). *Avatara, e-Journal Pendidikan Sejarah, Vol.7(1)*.

Alamsyah, M., & Suparno. (2019). *BPS statistik Daerah kota Surabaya Tahun 2018*. Badan Statistik Kota Surabaya: CV. Azka Putra Pratama.

A'an, A. Penanganan Pemerintah Kota Surabaya Terhadap Keberadaan Tuna Wisma Di Surabaya Masa Walikota Moehadji Widjaja (1980-1984). (Maret, 2017). *Avatara, e-Journal Pendidikan Sejarah, Vol.5(1)*, 151-164.

Baskoro, S. Surabaya sebagai Kota Kolonial Modern pada Akhir Abad ke-19: Industri, Transportasi, Permukiman, dan Kemajemukan Masyarakat. (2017). *Mozaiik Humaniora, Vol.17(1)*, 157.
DOI: <http://dx.doi.org/10.20473/mozaiik.v17i1.6597>

Ensiklopedia bebas. (2019). “*Sarip Tambak Oso*”. Diambil dari: https://id.wikipedia.org/wiki/Sarip_Tambak_Oso

Ensiklopedia bebas. (2020). “*Tunjungan Plaza*”. Diambil dari: https://id.wikipedia.org/wiki/Tunjungan_Plaza

Goestiana, W. (2019). “*Kisah Sawunggaling, Adipati Surabaya yang jujur dan dibenci saudaranya*”. Kumparan. 4 November 2019. Diambil dari: <https://kumparan.com/beritaanaksura>

- [baya/kisah-sawunggaling-adipati-surabaya-yang-jujur-dan-dibenci-saudaranya-1sBWsxrgKwv](#)
- Halim, F. R & Aditjipto, M. I. Fasilitas Eduwisata Sejarah Perjuangan Kota Surabaya. (2013). *JURNAL eDIMENSI ARSITEKTUR*, Vol. 1(2), 119-124.
- Indrajayani, G. G., & Muthiah. Digital Campaign Humas pemerintahan kota Melalui Branding “Bangga Surabaya” Dalam membentuk Citra Positif. (2019). *Commercium*, Vol.2(1), 62-65.
- Mulyaningtyas, D. (2019). “5 Tradisi Surabaya yang Unik dan Menarik, Wajib Banget Dilestarikan”. *Liputan6*. 13 Agustus 2019. Diambil dari: <https://surabaya.liputan6.com/read/4036593/5-tradisi-surabaya-yang-unik-dan-menarik-wajib-banget-dilestarikan>
- Mustika Jaya Ludruk. Diambil dari: <http://ludrukmustikajaya.blogspot.com/2016/03/sarip-pahlawan-tambak-oso.html>
- Nafisah, S. (2020). “Asal-usul Nama Kota Surabaya ternyata Berasal dari Dongeng! #MendongengUntukCerdas”. *Bobo.id*. 20 April 2020. Diambil dari: <https://bobo.grid.id/read/082113905/asal-usul-nama-kota-surabaya-ternyata-berasal-dari-dongeng-mendongenguntukcerdas?page=all#:~:text=Pertarungan%20antara%20ikan%20Hiu%20yang,berkesan%20di%20hati%20masyarakat%20Surabaya.&text=Na%20mun%20ada%20juga%20sebahagian%20berpendapat,berarti%20%22selamat%20menghadapi%20bahaya%22.>
- Nisa, C., & Hadiatin, H. Analisis Tindak Tutur Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pabean. (2019). *PENTAS*, Vol.5(2), 49-56.
- Pasar Surya. (2019). “Pasar Surya Keputran Utara”. Diambil dari: <https://pasarsurya.surabaya.go.id/index.php/pasar-keputran-utara/>
- Prabandari, T. F., Dewanto, T. H., & Ardianto, Y. R. Perancangan Multi-Constructional Pop-Up Book Cerita Sawunggaling Sebagai Upaya Pelestarian Legenda Asli Surabaya Untuk Anak-Anak. (2015). *Jurnal Art Nouveau* Vol.4(2), 210-219.
- Rozack, A. (2019). “Disiapkan Solusi Baru Penertiban Terkait Pedagang Pasar Pabean”. *RADARSURABAYA.ID*. 20 Februari 2019. Diambil dari: <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2019/02/20/120389/disiapkan-solusi-baru-penertiban-terkait-pedagang-pasar-pabean>
- Soedarso, S., Nurif, M., Sutikno, S., & Windiani, W. Dinamika Multikultural Masyarakat Kota Surabaya. (2013). *Jurnal Sosial Humaniora*, Vol.6(1), 62-75.
- Sugiharti, A. (2016). *Profil Kota Surabaya 2016*. Surabaya
- Yenny, Y., Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. Analisis Penerapan Sparkling Surabaya Sebagai City Branding Di Bandara Internasional Juanda. (2014). *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol.1(4), 15.
- Wibisono, A. B., Pattisellano, A. D., & Artanto, T. Strategi Branding Pesisir Pantai Kota Surabaya Sebagai Potensi Wilayah Berbasis Kelautan. (2019). *IDEA Jurnal Desain* Vol.18(2), 53-60.
DOI: http://dx.doi.org/10.12962/iptek_de_sain.v18i2.6210

TINJAUAN PROSES PEMBUATAN ALAT MUSIK GESEK BETAWI KONGAHYAN

Oleh:

Imam Firmansyah¹

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana*

Faisal Ibrahim²

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana*

Irgi Maulana Alfahrezy³

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana*

imam.firmansyah@mercubuana.ac.id¹; 42317210026@student.mercubuana.ac.id²,
42317210015@student.mercubuana.ac.id³

ABSTRAK

Kongahyan adalah sebuah alat musik gesek Betawi yang mempunyai fungsi penting dalam ansambel gambang kromong, yaitu sebagai pembawa melodi. Alat musik yang terbuat dari kayu dan batok kelapa ini dibuat oleh pengrajin yang juga pemain gambang kromong. Akan tetapi keberadaan pengrajin kongahyan sangat sedikit. Hanya ada dua di Jakarta dan satu di Tangerang. Kondisi ini sangat memprihatinkan karena tidak menutup kemungkinan alat musik ini akan punah karena keterbatasan pembuatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu menyajikan data dengan mengamati, mempelajari, mendokumentasikan proses pembuatan kongahyan. Dari penelitian ditemukan kongahyan terdiri dari tiga bagian besar, yaitu batang, batok, dan gesekan. Ketiga bagian besar itu kemudian dirangkai menjadi satu kesatuan. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan baik secara teoritis maupun praktis mengenai proses pembuatan alat musik kongahyan. Selain dalam bentuk tulisan, luaran penelitian ini juga menghasilkan video berupa pendokumentasian secara menyeluruh guna melengkapi tulisan.

Kata kunci: *Kongahyan, alat musik gesek Betawi, gambang kromong.*

ABSTRACT

Kongahyan is a Betawi stringed instrument that has an important function in the gambang kromong ensemble, as a bearer of melody. This musical instruments are made of wood and coconut shells. It's made by craftsmen who are also players of the gambang kromong. But the existence of kongahyan craftsmen is very rare. There are only two persons in Jakarta and one in Tangerang. This condition is very alarming because it does not rule out the possibility of this musical instrument will become extinct due to the limitations of the maker. The research method used is a qualitative research method with a descriptive approach that is to present data by observing, studying, and documenting the process of making a kongahyan. This research found that kongahyan consisted of three major parts, namely stem, coconut shell, and bow. The three major parts are then assembled into one unit. The results of this research can be used as a reference both theoretically and practically regarding the process of making kongahyan musical instruments. In addition, this research paper is also complemented with a comprehensive documentation of the manufacturing process.

Keywords: *Kongahyan, alat musik gesek Betawi, gambang kromong*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kongahyan adalah salah satu alat musik yang tergabung dalam ansambel musik tradisional gambang kromong, yaitu Gambang Kromong adalah sebuah orkes yang diadopsi dari musik kaum Tionghoa peranakan, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi musik Nusantara, hingga kini menjadi musik yang melekat dengan tradisi Betawi (Harlandea, 2016: 23). Kelompok-kelompok musik ini berkembang di wilayah Jakarta dan Tangerang. Nama gambang kromong diambil dari dua alat musiknya, yaitu *gambang* dan *kromong*. Selain kedua alat musik tersebut dalam gambang kromong juga terdapat gendang, kecrek, gong, suling, dan alat musik gesek yang terdiri dari tiga jenis, yaitu tehyan, kongahyan, dan sukong.

Tehyan adalah sebuah rebab dua senar yang berasal dari Tionghoa yang digesek dengan sebuah alat berserat yang disipkan di antara kedua senarnya. Beberapa orang pemain menyebutkan bahwa tehyan nama sebenarnya adalah kongahyan. Untuk itu peneliti menggunakan istilah kongahyan untuk menyebut alat musik melodis utama ini (Yampolsky, 1999: 9).

Kongahyan merupakan salah satu alat musik gesek yang masih sering dimainkan dalam ansambel tersebut. Fungsinya adalah sebagai pembawa melodi sehingga menjadi

alat musik yang terdengar paling menonjol dengan suaranya yang berkarakter tinggi (*high*).

Bentuk fisik kongahyan relatif kecil, sekitar 40 cm hingga 60 cm dengan material yang sebagian besar terbuat dari kayu dan batok kelapa. Ruang resonansinya terbuat dari batok kelapa yang ditutup dengan papan yang terhubung dengan leher (*neck*) yang terbuat dari kayu. Di atas ruang resonansi terdapat kuda-kuda (*bridge*) untuk meletakkan senar yang terbuat dari baja. Senar yang digunakan merupakan senar gitar string yaitu senar nomer 1 dan nomer 2. Pada ujung senar yang satunya dikaitkan dengan kayu atau dalam biola disebut *pegs*.

Alat untuk menggeseknya (*bom*) disebut dengan *gesekan*. Terbuat dari bambu yang diikatkan dengan kumpulan benang nylon tipis yang bisa dibuka. Posisi gesekan nilon ini terdapat di antara kedua buah senarnya.

Kongahyan dibuat secara manual oleh pengrajin-pengrajin home industri yang biasanya juga merupakan pemain gambang kromong. Jumlah pembuat kongahyan pada saat ini hanya sedikit, di Jakarta hanya ada dua orang dan di Tangerang ada satu orang. Keterbatasan jumlah pengrajin ini diperkirakan karena harga jualnya sangat rendah, yaitu sekitar Rp. 300.000 sampai dengan Rp. 1.500.000,- sementara proses pembuatannya membutuhkan waktu yang

lama, yaitu sekitar 2 sampai 3 hari per buahnya.

Pelatihan-pelatihan memainkan alat musik gesek Betawi sering diselenggarakan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta dan Pemerintah Kota Tangerang. Luarannya menghasilkan banyak pemain-pemain alat musik gesek yang siap pakai dan berkualitas. Akan tetapi pelatihan cara pembuatan alat musik tersebut tidak pernah diselenggarakan. Kondisi keterbatasan pengrajin ini sangat memprihatinkan karena apabila tidak ada lagi orang yang membuatnya maka alat musik ini akan punah.

Di masyarakat Batak Karo terdapat sebuah alat musik yang bentuk fisiknya menyerupai kongahyan, yaitu Murbab.

“Alat musik murbab merupakan alat musik gesek menyerupai rebab pada alat musik tradisional Jawa atau biola pada musik klasik barat. Murbab terdiri dari dua senar, sedangkan resonatornya terbuat dari tempurung kelapa. Alat musik murbab dahulu dipergunakan sebagai alat musik solo dan dimainkan dihadapan beberapa orang sebagai hiburan. Alat musik ini kemungkinan besar telah hilang dari kebudayaan musik Karo” (Gaol dan Ekomila, 2016: 20).

Alat musik Murbab resmi sudah punah karena diperkirakan sudah tidak ada lagi pengrajinnya dan fungsinya dalam ansambel digantikan oleh Biola.

Kasus Murbab tersebut dapat menjadi masukan bagi Kongahyan untuk menjaga ketersediaan pengrajinnya. Minimnya pengrajin kongahyan tentu saja membuat ketersediaan alat ini menjadi langka. Oleh

karena itu perlu dibuat satu penelitian yang juga mendokumentasikan proses pembuatan alat musik kongahyan secara terperinci. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penelitian ini diberi judul Tinjauan Proses Pembuatan Alat Musik Gesek Betawi Kongahyan.

Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan penjabaran di atas maka masalah penelitian dapat dirumuskan menjadi:

- Bagaimana proses pembuatan alat musik gesek Betawi kongahyan dari tahap awal hingga *finishing*?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Proses

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Proses adalah urutan suatu peristiwa yang semakin lama semakin meningkat atau semakin menurun; rangkaian tindakan perbuatan atau pengolahan yang menghasilkan produk tertentu. (Chulsum, 2006 : 549).

Penelitian ini membahas tahapan-tahapan proses, yaitu tindakan pengrajin perbuatan kongahyan mengolah beberapa material menghasilkan produk alat musik kongahyan. Tahapan tersebut akan dibahas secara terperinci dan sistematis berdasarkan urutannya.

Proses Produksi

Proses adalah suatu cara, metode maupun teknik untuk penyelenggaraan atau pelaksanaan dari suatu hal tertentu (Ahyari, 2002:

65). Sedangkan produksi adalah kegiatan untuk mengetahui penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi yang bermanfaat bagi pemenuhan konsumen (Reksodiprodjo, 2000: 1). Dari uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mengenai proses produksi, yang dimaksud dengan proses produksi adalah suatu cara, metode maupun teknik bagaimana penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan konsumen.

Pencatatan dan pengamatan mengenai cara, metode, dan teknik pembuatan kongahyan yang dilakukan oleh narasumber akan dideskripsikan secara terperinci sesuai dengan temuan di lapangan.

Organologi

Organologi dalam musik merupakan ilmu yang mempelajari tentang organ (bentuk) dan struktur alat musik. Organologi mempunyai maksud sebagai gambaran tentang bentuk dan rupa konstruksi suatu alat musik (Riswanto, 2015: 1).

Teori organologi digunakan untuk membahas secara mendalam mengenai material, bahan, konstruksi, dan bentuk fisik dari alat musik kongahyan. Semua hal-hal tersebut berhubungan dengan kualitas bunyi yang dihasilkan serta tingkat kenyamanan (ergonomi) bagi pemain.

C. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif Saryono (2010).

Penelitian mengenai proses pembuatan alat musik kongahyan ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 1988: 63).

Untuk mendapatkan data mengenai proses pembuatan kongahyan sebagai sebuah urutan peristiwa maka peneliti melakukan observasi ke lapangan dengan mengamati proses kerja pengrajin kongahyan, yaitu Muhammad Hasan Azmi. Peneliti memesan satu buah kongahyan kepadanya kemudian peneliti mempelajari proses pembuatannya dari awal hingga akhir. Pencatatan dan pendokumentasian juga dilakukan dalam tahapan ini.

Untuk mendapatkan data mengenai proses produksi yang meliputi cara, metode, dan teknik pembuatan dilakukan wawancara mendalam pada narasumber, yaitu si pengrajin Kongahyan Muhammad Hasan Azmi. Wawancara mendalam dilakukan secara online berbentuk google formulir sebanyak dua kali, dan wawancara tatap muka sebanyak satu kali yang bersamaan dengan pendokumentasian proses pembuatan. Wawancara melalui google form dilakukan pada 16 Mei 2020 dan 18 Juni 2020. Sedangkan wawancara tatap muka dilakukan pada 14 September 2020 sekaligus melakukan pendokumentasian audio visual.

Melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam peneliti juga dapat menemukan hal-hal yang berkaitan dengan teori organologi, yaitu berupa deskripsi mengenai material, bahan, konstruksi, dan bentuk dari alat musik Kongahyan. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara secara daring kepada beberapa pemain Kongahyan sebagai pengguna dari produk Hasan Azmi. Pengguna terdiri dari pemain profesional, semi profesional, dan amatir. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan kualitas bunyi dan juga tingkat kenyamanan (ergonomi). Wawancara daring ini dilakukan pada tanggal 14 September melalui google form.

Pada observasi yang dilakukan di lapangan peneliti juga melakukan pendokumentasian audio visual dengan menggunakan

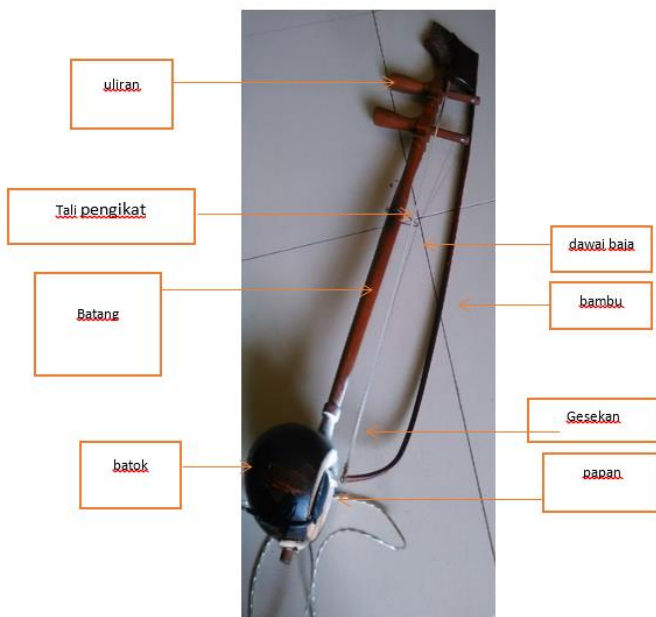
kamera serta *smartphone*. Alat tersebut digunakan untuk mendokumentasikan proses pembuatan tehyan dari awal hingga *finishing* yang dilakukan oleh dua orang anggota peneliti yang merupakan mahasiswa dengan menggunakan dua kamera video dan satu buah *smartphone* dan *clip-on* untuk merekam audio. Hasil dari pendokumentasian tersebut kemudian akan direduksi, yaitu pemilihan dengan cara melakukan *editing* video untuk kemudian disajikan untuk melengkapi tulisan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kongahyan merupakan salah satu alat musik gesek yang mempunyai peran cukup penting dalam gambang kromong. Fungsinya adalah sebagai pembawa melodi sehingga menjadi alat musik yang terdengar paling menonjol dengan suaranya yang berkarakter tinggi (*high*).

Sebagian besar bahannya terbuat dari kayu, tepatnya bagian leher (*neck*) sedangkan ruang resonansinya terbuat dari batok kelapa yang ditutup dengan papan yang terhubung dengan leher (*neck*) yang terbuat dari kayu. Di atas ruang resonansi terdapat kuda-kuda (*bridge*) untuk meletakkan senar yang terbuat dari baja. Senar yang digunakan merupakan senar gitar string yaitu senar nomer 1 dan nomer 2. Pada ujung senar yang satunya dikaitkan dengan kayu atau dalam biola disebut *pegs*. Alat untuk menggeseknya (*bow*) disebut dengan gesekan. Terbuat dari bambu yang diikatkan dengan kumpulan benang

nylon tipis yang bisa dibuka. Posisi gesekan nilon ini terdapat di antara kedua buah senarnya.



Gambar 1. Nama Bagian-bagian Alat Musik Kongsahyan

Alat musik gesek kongsahyan dibuat secara manual oleh pengrajin-pengrajin *home industry*. Proses pembuatannya memerlukan waktu yang lama untuk membuat satu buah kongsahyan, 2 sampai 3 hari. Meskipun waktu pembuatannya cukup lama harga jualnya cukup murah, yaitu antara Rp. 300.000 hingga Rp. 1.500.000. Harga yang tergolong sangat murah untuk sebuah alat musik.

Peneliti sudah mengadakan beberapa kegiatan untuk mendapatkan data. Wawancara sudah dilakukan melalui google form dengan fokus yang mengacu pada hal-hal teknis, diantaranya adalah mengenai alat-alat dan bahan untuk pembuatan alat musik kongsahyan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui data sebagai berikut: Pengrajin Kongsahyan yang bernama Muhammad Hasan Azmi (27 tahun) sudah menekuni bidang ini selama lebih dari 5 tahun. Ia menekuni bidang ini karena alasan suka. Ia mengaku bahwa hal tersebut merupakan hobby-nya. Pekerjaan aslinya adalah sebagai pemain musik. Sebagai pemain musik, ia biasa memainkan musik tradisional Betawi gambang kromong. Alat musik yang ia kuasai antara lain adalah, gendang, kongsahyan, dan kromong. Kelebihan dari pengrajin yang juga berprofesi sebagai pemusik adalah produk buatannya memang benar-benar bagus. Kelebihannya adalah nyaman digunakan dan mempunyai warna suara yang tepat. Sebagai pemusik ia sendiri bisa merasakan dan memahami bahwa alat musik buatannya, sehingga apabila ada kekurangan ia bisa merevisinya pada produk berikutnya.

Peralatan dan Bahan

Dalam membuat alat musik kongsahyan, Muhammad Hasan Azmi menggunakan cara-cara manual. Peralatan yang digunakan antara lain adalah:

- Gergaji berfungsi untuk memotong kayu yang akan menjadi batang/*neck* kongsahyan. Selain itu alat ini juga berfungsi untuk memotong batok kelapa, serta papan menjadi kecil-kecil

yang akan dipergunakan sebagai penutup batok kelapa.

- Bor kayu berfungsi untuk melubangi batok kelapa yang akan dimasuki batang/*neck* dari konghayan. Alat ini juga berfungsi untuk melubangi neck yang akan dimasuki steman (*pegs*) untuk menyetem.
- Pisau raut berfungsi untuk mengukir batang Konghayan ketika finishing dan juga untuk membentuk kuda-kuda/*bridge* yang menjadi dudukan senar Konghayan.



Gambar 2. Pisau Raut
(sumber: dokumentasi Hasan Azmi)

- Ampelas berfungsi untuk menghaluskan bagian-bagian Konghayan yang kasar sebelum di pernis. Kegiatan mengampelas ini dilakukan pada tahap finishing tepat sebelum Konghayan diplitur atau dipernis.
- Penggaris dan pensil berfungsi untuk membuat pola desain pada kayu pada tahap awal sebelum pengerjaan dimulai. Kegiatan ini masuk pada tahap awal pengerjaan Konghayan.
- Gerinda berfungsi untuk menggerus bagian-bagian kayu yang akan dijadikan

Konghayan, terutama bagian neck dan *pegs*.

- Golok berfungsi untuk menipiskan dan membelah kayu yang akan dibuat menjadi *neck* serta bambu yang akan dibuat menjadi gesekan.

Selain peralatan ada juga bahan-bahan yang digunakan untuk membuat Konghayan, antara lain yaitu:

- Kayu digunakan sebagai bahan untuk membuat *neck*, uliran, dan juga kuda-kuda. Kayu yang biasa digunakan untuk membuat Konghayan antara lain adalah maple, sonokeling, kamper, jati, ulin, meranti, rengas merah.



Gambar 3. Kayu Sonokeling
(sumber: dokumentasi Hasan Azmi)

- Bambu digunakan untuk membuat batang penggesek Konghayan. Bahan bamboo dipilih karena ia bersifat lentur dan bisa melengkung tanpa harus khawatir akan patah.

- Batok kelapa digunakan untuk membuat ruang resonansi dari Kongahyan. Batok kelapa yang biasa digunakan berjenis kelapa puyuh (*Cocos nucifera* L), yaitu jenis kelapa yang berukuran kecil, berbentuk lonjong dengan batang pohon yang tidak terlalu tinggi.



Gambar 4. Batok Kelapa Puyuh
(sumber: dokumentasi Hasan Azmi)

- Benang sol digunakan sebagai bahan untuk membuat tali pengikat senar.
- Benang nylon pancing digunakan untuk membuat serat penggesek benang nylon yang digunakan adalah yang berukuran 0,8 mm.
- Senar yang digunakan pada alat musik Kongahyan ini adalah senar gitar nomer satu dan dua, berukuran 0,9 mm, dan 11mm.
- Siongka atau biasa disebut juga gondorukem atau arpus, adalah hasil sulingan getah pinus. Bahan ini digesekan pada benang nylon agar kesat tidak licin.



Gambar 5. Siongka, Gondrukem atau Arpus
(sumber: <https://cqradio.wordpress.com/>)

- Plitur atau pernis digunakan untuk *finishing* agar kongayan terlihat mengkilap.

Proses Pembuatan

Pembuatan Kongahyan secara garis besar terbagi menjadi 3 bagian, yaitu proses pembuatan batang, batok, dan gesekan. Ketiga bagian tersebut kemudian dirakit menjadi satu dan diberi senar serta tali pengikat sebelum akhirnya bisa dimainkan.

Proses pembuatan batang Kongahyan terdiri dari:

- Membuat pola kayu yaitu menggambar pola bentuk batang Kongahyan dengan menggunakan pensil di atas kayu yang akan dibuat.
- Memotong pola kayu dengan menggunakan gergaji dan gerinda.
- Membuat pola ukir yaitu menggambar garis-garis yang nantinya akan dibuat menjadi pola ukir pada bagian atas batang.
- Mengukir dengan menggunakan pisau raut atau pisau cutter.
- Menghaluskan batang dengan ampelas.

- Membuat lubang dengan bor yang nantinya akan dipasang uliran.



Gambar 6. Membuat Lubang untuk Uliran

- Menipiskan batang dengan menggunakan gerinda dan menghaluskannya dengan ampelas.
- Membuat uliran dengan menggunakan mesin bubut yang kemudian dipasang pada bagian atas batang Kongahyan yang sudah dilubangi.
- *Finishing* dengan menyemprot dengan pernis atau cat yang warnanya tergantung selera pemesan dengan menggunakan kompresor.



Gambar 7. Memasang Uliran pada Batang Kongahyan



Gambar 8. Menyemprotkan Pernis pada Batang Kongahyan

Proses pembuatan batok Kongahyan terdiri dari:

- Membuat pola potong dengan mengambil titik tengah dengan jangka.
- Memotong batok dengan gergaji.
- Menghaluskan batok dengan ampelas.
- Membuat kayu tatakan untuk papan di dalam batok.
- Memasang papan di atas tatakan kayu dan direkatkan dengan lem Korea.
- Menghaluskan papan batok dengan ampelas.
- Melubangi batok untuk tempat masuknya badan Kongahyan.
- Membuat kuda-kuda/inang dengan pisau ukir.



Gambar 9. Menghaluskan Papan Batok dengan Ampelas

Proses pembuatan gesekan terdiri dari:

- Menggambar pola gagang gesekan dengan pensil di atas kayu.
- Membuat gagang kayu yang berfungsi sebagai pegangan gesekan dengan pisau ukir.
- Menyerut bambu hingga mencapai ukuran yang diinginkan.
- Menempelkan gagang dan bamboo dengan menggunakan paku kecil dan lem Korea.



Gambar 10 Pola Gagang Gesekan

- Menggulung nilon secara memutar mulai dari gagang ke ujung bambu kemudian balik lagi ke gagang berulang-ulang.
- Mengencangkan gulungan benang nilon agar benang nilon berbentuk bulat dan tidak berserabut.
- Menggesekan benang nilon pada sionka agar kesat.



Gambar 11 Gesekan Kongahyan
(sumber: dokumentasi Hasan Azmi)

Setelah ketiganya telah selesai dibuat, batang dan batok digabungkan menjadi satu yang kemudian dipasangkan dawai. Dawai yang biasa digunakan adalah dawai gitar baja nomer 1 berukuran 0,9 mm dan 2 berukuran 0,11 mm. Dawai dipasangkan dengan membuat simpul di bagian bawah batang, melewati batok yang ditumpu oleh kuda-kuda, hingga dimasukkan dalam lubang kecil pada uliran. Uliran ini kemudian diputar untuk mengencangkan senar untuk mencapai nada yang diinginkan. Setelah senar, batang, dan batok menjadi satu baru kemudian gesekan digabungkan dengan memasukan nilon diantara kedua belah dawai yang telah dipasang.



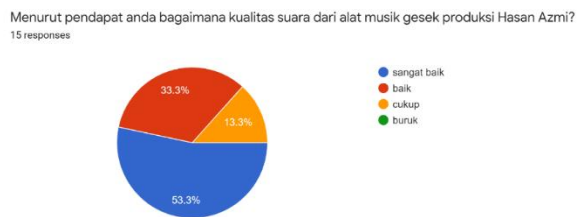
Gambar 12 Kongahyan yang Telah Selesai Dibuat
(sumber: dokumentasi Hasan Azmi)

Kualitas Bunyi

Untuk mengetahui kualitas bunyi produk Konghayan Hasan Azmi, peneliti membagikan kuesioner secara online kepada pengguna Konghayan buatan Hasan Azmi. Terdiri dari pemusik profesional dan semi profesional. Dari kuesioner tersebut didapatkan data 53 % mengatakan kualitas suara produknya sangat baik, 33% baik, dan 13 % cukup.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna merasa kualitas suara produknya sangat baik.

Tabel 1 Diagram Kuesioner Kualitas Suara Konghayan Buatan Hasan Azmi

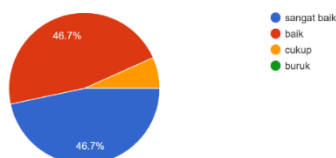


Tingkat Ergonomi

Dari 15 orang pengguna, 7 orang (46,7%) mengatakan tingkat kenyamanan dari produk Konghayan buatan Hasan Azmi sangat baik, 7 orang (46,7%) menyatakan baik, dan 1 orang (6,7%) menyatakan cukup.

Tabel 2 Diagram Kuesioner Tingkat Ergonomi Konghayan Buatan Hasan Azmi

Bagaimana tingkat kenyamanan (pegangan kayu & gesekan, genggam, berat) dari alat musik gesek produksi Hasan Azmi?
15 responses

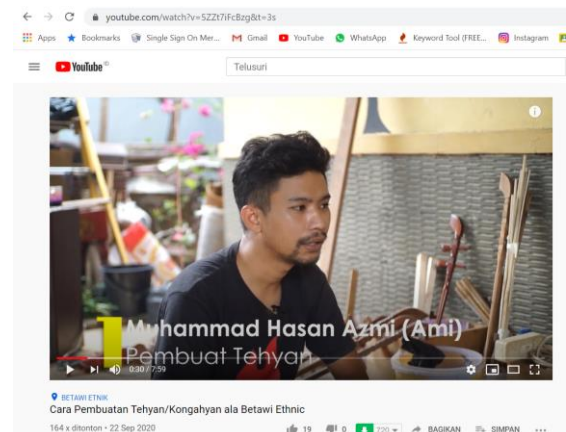


Dalam kolom kritik dan saran beberapa pengguna memberi masukan

kepada Hasan Azmi agar memperbesar pegangan pada bagian uliran agar mudah untuk mengatur ketinggian nada senar serta memperkecil ukuran batang agar lebih nyaman dipegang bagi pemain yang mempunyai tangan relatif kecil.

Dokumentasi Audio Visual

Penelitian ini juga dilengkapi dengan dokumentasi berupa rekaman audio visual yang telah diunggah ke dalam kanal Youtube. Dokumentasi tersebut dapat diakses melalui link <https://youtu.be/5ZZt7iFcBzg>.



Gambar 13 Dokumentasi Proses Pembuatan Konghayan dalam Bentuk Video Youtube

Video tersebut dibuat dengan tujuan untuk menggambarkan proses pembuatan Konghayan secara visual dan menambah apresiasi generasi muda pada produk budaya tradisional.

E. KESIMPULAN

Konghayan merupakan alat musik melodis yang mempunyai fungsi yang sangat penting dalam ansambel gambang kromong Betawi, yaitu Gambang Kromong. Di masa kini perkembangan alat musik tersebut cukup menggembirakan dilihat dari ketersediaan

pemain-pemain mudanya. Akan tetapi, dilihat dari sedikitnya pengrajin alat musik ini, keberadaannya cukup terancam. Hanya ada dua orang pembuat Kongahyan, yang berdomisili di Tangerang dan Jakarta.

Muhammad Hasan Azmi adalah salah pemuda yang menekuni bidang ini. Ia merupakan pengrajin Kongahyan yang sangat memperhatikan kualitas produknya karena ia juga berprofesi sebagai pemusik gambang kromong.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa proses pembuatan Kongahyan dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu batang, batok, dan gesekan yang kemudian ketiganya dirakit menjadi satu kesatuan.

Proses pembuatan batang Kongahyan terdiri dari membuat pola kayu, memotong pola kayu, membuat pola ukir, mengukir dengan menggunakan pisau raut atau pisau cutter, menghaluskan batang dengan ampelas, membuat lubang dengan bor, menipiskan batang dengan menggunakan gerinda, dan membuat uliran dengan menggunakan mesin bubut yang kemudian dipasang pada bagian atas batang Kongahyan yang sudah dilubangi, dan terakhir adalah *finishing* yaitu menyemprot dengan pernis atau cat.

Proses pembuatan batok Kongahyan terdiri dari membuat pola potong batok, memotong batok dengan gergaji, menghaluskan batok dengan ampelas, membuat kayu tatakan untuk papan di dalam

batok, memasang papan di atas tatakan kayu dan direkatkan dengan lem Korea, menghaluskan papan batok dengan ampelas, melubangi batok untuk tempat masuknya badan Kongahyan, membuat kuda-kuda/inang dengan pisau ukir.

Proses pembuatan gesekan Kongahyan terdiri dari menggambar pola gagang gesekan dengan pensil, mengukir gagang kayu yang berfungsi sebagai pegangan gesekan, menyerut bambu hingga mencapai ukuran yang diinginkan, menempelkan gagang dan bambu dengan menggunakan paku kecil dan lem Korea, menggulung nilon secara memutar mulai dari gagang ke ujung bambu kemudian balik lagi ke gagang berulang-ulang, mengencangkan gulungan benang nilon agar benang nilon berbentuk bulat dan tidak berserabut, menggesekan benang nilon pada sionka agar kesat.

Setelah ketiganya telah selesai dibuat, batang dan batok digabungkan menjadi satu yang kemudian dipasangkan dawai gitar baja yang dipasangkan dengan membuat simpul di bagian bawah batang, melewati batok yang ditumpu oleh kuda-kuda, hingga dimasukan dalam lubang kecil pada uliran. Setelah senar, batang, dan batok menjadi satu baru kemudian gesekan digabungkan dengan memasukan nilon diantara kedua belah dawai yang telah dipasang.

Dari segi organologi sebagian pengguna produk Hasan Azmi mengatakan kualitas suara produknya sangat baik, yaitu

53%, sedangkan 33% lainnya menyatakan baik, dan 13 % menyatakan cukup.

Dari segi ergonomi didapat data bahwa 46,7 % pengguna menyatakan produk buatan Hasan Azmi sudah sangat baik, yang artinya sangat nyaman digunakan. Akan tetapi ada masukan dari para pengguna yang berguna untuk kemajuan produknya. Masukan tersebut adalah pengguna sebagian besar menginginkan pegangan uliran yang lebih besar agar lebih mudah lagi mengatur ketinggian nada dan memperkecil batang agar lebih nyaman digunakan oleh pemain yang mempunyai tangan berukuran kecil.

Dokumentasi audio visual juga dibuat untuk mendukung tulisan ini dan telah diunggah ke dalam kanal Youtube. Tujuannya adalah untuk menggambarkan proses pembuatan Kongahyan secara visual dan menambah apresiasi generasi muda pada produk budaya tradisional.

Saran

Saran peneliti adalah agar lembaga dan institusi lebih banyak memfasilitasi wadah bagi penelitian dan publikasi ilmiah mengenai produk budaya semacam ini dengan tujuan agar keberadaannya dapat terus terjaga. Produk budaya semacam ini berpengaruh langsung terhadap perkembangan dan pelestarian budaya tradisional Indonesia.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada hibah Penelitian Dosen Muda Dikti dan Universitas Mercu Buana sebagai sponsor yang telah

mendanai penelitian, serta seluruh rekan-rekan yang mendukung terselenggaranya penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. (2002). *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi Buku 1*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Chulsum, Umi dan Windy Novia (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Kashiko.
- Gaol, M. R. L., & Sulian, E. (2016). "Perubahan Alat Musik Tradisional Etnis Karo pada Upacara Adat Kematian" dalam *Anthropos*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.
- Harlandea, M. R. (2016). "Sejarah dan Enkulturasasi Musik Gambang Kromong di Perkampungan Budaya Betawi" dalam *Jurnal Seni Musik*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Hulwan, I., & Ramdiana. (2016). "Proses Pembuatan Alat Musik Tradisional Gegendem di Desa Paya Jeget Kecamatan Pegasing Kabupaten Aceh Tengah. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Nazir, M. *Metode Penelitian* (1988). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parani, J. (2017). *Bunga Rampai Seni Pertunjukan Kebetawian*. Jakarta: IKJ Press.
- Ruchiat, R. (2014). *Tari Sipatmo yang Pernah Jaya*. Jakarta: Komite Tari Dewan Kesenian Jakarta.
- Riswanto, F. (2015). *Organologi Suling Tanah Bantan Tedi Nurmanto di Jati Wangi Majalengka*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: PT. Alfabeta.

Sugihartati, R. (2014). *Cokek: Milik Betawi Namun Asli Cina Benteng*. Jakarta: Komite Tari Dewan Kesenian Jakarta.

Sukotjo (2012). *“Musik Gambang Kromong dalam masyarakat Betawi di Jakarta” dalam Selonding*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Tabuh, T. (2020, 22 September). Cara Pembuatan Tehyan/ Kongahyan Ala Betawi Ethnic. Diambil dari:
https://www.youtube.com/watch?v=5Z_Zt7iFcBzg&feature=youtu.be

Yampolsky, P. (1999). *Musik dari Daerah Pinggiran Jakarta: Gambang Kromong*. Jakarta: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.

Narasumber

Muhammad Asmi (2020, 15 Juli). Wawancara bebas.

Muhammad Asmi (2020, 14 September 2020). Wawancara mendalam.

PERANCANGAN SIGNSYSTEM PADA DESA SADE LOMBOK TENGAH

Oleh:

Alfryan Tribuana P Repi¹

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer dan Desain
Universitas Bumigora*

Sandi Justitia Putra²

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer dan Desain
Universitas Bumigora*

Danang Adi Wiratama³

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer dan Desain
Universitas Bumigora*

Yanalfry@gmail.com¹ ; sandi.justitia@universitasbumigora.ac.id² ;
danang.wiratma@universitasbumigora.ac.id³

ABSTRAK

Desa Sade adalah ekowisata atau ekoturisme yang merupakan salah satu kegiatan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan pendidikan yang terletak di Desa Rembitan Kecamatan Pujut, Lombok Tengah. Sebagai salah satu warisan obyek wisata dengan luas area 5,5 hektar, Desa Sade sangat membutuhkan keberadaan *sign system* yang komunikatif dan informatif bagi yang akan membantu para wisatwan/ pengunjung dalam mengakses setiap fasilitas yang ada di Desa Sade. Penelitian ini akan merancang karya *sign system* dengan penerapan konsep *environmental sign system* dengan suasana yang tetap otentik dengan Desa Sade, yang dimana hal tersebut membuat pengunjung tetap merasakan suasana pedesaan Suku Sasak. Adapun metode perancangan yang digunakan penulis adalah metode *design thinking*. Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah terciptanya karya *environmental sign system* yang membuat para pengunjung dapat memanfaatkan fasilitas Desa Sade secara maksimal disaat berwisata.

Kata Kunci: *Signage, Sign system, Desa Sade.*

ABSTRACT

Sade Village is an ecotourism atau ecotourism that is one of the tourism activities that is environmentally minded with the priority of nature conservation aspects, aspects of economic sociocultural empowerment of local people as well as aspects of learning and education located in The Rembitan Village of Pujut Sub-District, Central Lombok. As one of the heritage attractions with an area of 5.5 hectares, Sade Village desperately needs the existence of a communicative and informative sign system for those who will assist wisatwan / visitors in accessing every facility in Sade Village. This research will design the work of sign system with the application of environmental sign system concept with an atmosphere that remains authentic with Sade Village, which makes visitors still feel the rural atmosphere of sasak tribe. The design method used by the author is the design thinking method. The expected result in this study is the creation of environmental sign system that makes visitors able to make the most of Sade Village facilities while traveling.

Keywords: *Signage, Sign system, Desa Sade.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: October 8th, 2020

Revised: November 17th, 2020

Accepted: December 2th, 2020

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kabupaten Lombok Tengah adalah salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Ibu kota daerah ini adalah Praya. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.208,39 km² dengan populasi sebanyak 860.209 jiwa. Kabupaten Lombok Tengah terletak pada posisi 82° 7' - 8° 30' Lintang Selatan dan 116° 10' - 116° 30' Bujur Timur, membujur mulai dari kaki Gunung Rinjani di sebelah Utara hingga ke pesisir pantai Kuta di sebelah Selatan dengan beberapa pulau kecil yang ada disekitarnya. Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu daerah yang banyak memiliki destinasi wisata mancanegara, seperti pantai Kuta, Kawasan Mandalikan dan Dusun Tradisional Sade. Desa Sade sendiri adalah sebuah destinasi wisata berbasis kearifan lokal yang banyak dikunjungi wisatawan lokal hingga mancanegara. Dusun Tradisional Sade berada di Desa Rembitan Kecamatan Pujut, Lombok Tengah. Desa ini telah lama ditata dan dipersiapkan sebagai tujuan wisata. Kesadaran masyarakat yang bertempat tinggal didalam kawasan kompleks Sade ini untuk menjadikan dusun mereka sebagai tujuan wisata, membuat penataannya berjalan dengan baik. Ada 150 rumah tradisional Suku Sasak Lombok Tengah, dengan 150 kepala keluarga di lokasi seluas 5,5 hektar yang dihuni oleh 700-an jiwa ini, yang masih bertahan hingga saat ini. Dusun Tradisional

Sade mulai dikembangkan sejak tahun 1975 dan masyarakat mulai menatanya sejak tahun 1986. Masyarakat Desa Sade terkenal masih memegang teguh budaya Suku Sasak baik dari bangunan sampai cara bersosialisasi juga masih berbasis Suku Sasak tulen (Sasak asli). Para penduduk di desa Sade sebagian besar menjadi pengrajin tenun ikat khususnya bagi kaum perempuan sedangkan kaum laki-laki menjadi buruh tani. Dusun ini mulai ramai dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara sekitar tahun 1988. Dalam sebulan, kata Sanah, salah seorang pemuda Sade sekaligus sebagai pemandu wisata di dusun ini, dusun ini dikunjungi wisatawan domestik rata-rata di atas angka 4.000-6.000 orang. Sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara rata-rata 3.000 orang dalam sebulan. Puncak kunjungan terjadi pada musim liburan yakni di bulan Juni, Juli dan Agustus. (Taufan, Imtihan, Naniek, 2020).

Desa Sade adalah ekowisata atau *ecotourisme* yang merupakan salah satu kegiatan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan pendidikan. Sebagai salah satu warisan obyek wisata dengan luas area 5,5 hektar tentunya Desa Sade sangat membutuhkan *sign system* yang komunikatif dan informatif bagi pengunjung Desa Sade berdasarkan penelitian secara langsung yang dilakukan oleh penulis terkait dengan *sign*

system yang sudah ada kurang memadai untuk mengumpulkan suatu informasi yang sangat penting untuk pengunjung dikarenakan *sign system* yang lama kurang informatif dan komunikatif.

Sign system menurut Sumbo Tinarbuko (Tinarbuko, 2015) adalah rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik, yang dibagi ke dalam 4 (empat) bagian antara lain yaitu, rambu lalu lintas/ *traffic sign*, *sign* yang biasa digunakan untuk kepentingan lalu lintas, yang kedua ialah *commercial sign*, *sign* tersebut biasa digunakan untuk nama toko dan tempat usaha, yang ketiga *wayfinding sign*, *sign* yang biasa ada di gedung atau area publik yang digunakan untuk penunjuk atau pemandu arah dan berbagai fasilitas yang ada bagi orang yang ada di dalamnya, lalu yang keempat ialah *safety sign*, *sign* untuk menunjuk keselamatan. Biasanya digunakan untuk konstruksi bangunan. Sumbo Tinarbuko (Tinarbuko, 2015) berpendapat bahwa, dalam merancang desain untuk *sign system* harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut, Memahami institusi dan lingkungannya serta mengetahui kegiatan utama institusi tersebut. Mengidentifikasi fasilitas yang akan dipresentasikan serta *sign* harus mengidentifikasikan fasilitas apa saja yang ada di institusi itu, menentukan lokasi penempatan serta lokasi harus mudah dilihat dan mudah diakses oleh semua orang,

implementasi *sign system*. Selain desain, kita juga harus memperhatikan material dalam pembuatan *sign*. Sekarang ini, desain menarik dan informasi yang benar saja tidaklah cukup.

Maka dari itu adapun luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah merancang *Sign system* untuk Desa Sade dengan tujuan agar masyarakat/ wisatawan yang berkunjung ke Desa Sade bisa mendapatkan informasi yang jelas dan terarah selama berkeliling di area Desa Sade yang sangatlah luas. Selain menyediakan informasi bagi pengunjung, *sign system* pada Desa Sade juga harus dirancang semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian pengunjung. Dengan adanya *sign system*, selain memberi nilai tambah bagi interior Desa Sade, pengunjung tidak akan lagi kesulitan menemukan informasi yang mereka perlukan. Oleh karena itu, tugas ini berjudul “Perancangan *Sign System* Pada Desa Sade Lombok Tengah”.

Rumusan Masalah

Dari uraian-uraian di atas maka didapatkan masalah yang harus dihadapi yaitu, bagaimana merancang *sign system* yang komunikatif dan informatif agar bisa dipahami oleh pengunjung Desa Sade?

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Signage

Signage ialah sejenis visual grafis dalam ukuran besar yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi kepada kalangan audience

tertentu (Kusrianto, 2010). *Signage* dulunya dikenal kedalam suatu bentuk tanda (*sign*) atau dalam bentuk aksara, layaknya penunjuk arah suatu tempat, nama suatu tempat dan sebagainya.

Menurut Phill Boines (Boines, 2008), mengemukakan bahwa *signage* ialah sekumpulan dari tanda-tanda individual yang telah di rancang untuk mengidentifikasi atau mengarahkan.

Sedangkan menurut Supriyanto (Supriyanto, 2008) *signage* ialah media luar ruang yang wujudnya berbentuk monument kecil atau tugu yang menyatu dengan lingkungan yang ditempatinya. Lalu didalam buku yang berjudul *The Design Manual*, karya dari Whitbread (Whitbread, 2009) menjelaskan bahwa *signage* ialah sebuah tanda hasil kombinasi antara sebuah symbol dan teks pada daerah dengan mobilitas tinggi, tanpa tergantung bahasa verbal yang terbatas.

Berelasi dengan lingkungan, *signage* menurut Rubenstein (Rubenstein, 1992) ialah sebuah sistem tanda bagian dari bidang komunikasi visual yang berfungsi untuk sarana informasi dan komunikasi secara arsitektural.

Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa *signage* secara garis besar merupakan media komunikasi visual lingkungan yang bisa menginformasikan suatu pesan dengan cerdas melewati integrasi bahasa visual dengan lingkungannya. Kebutuhan suatu *sign system* yang baik

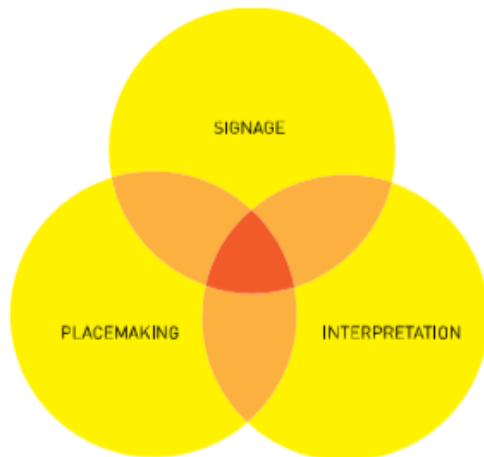
tentunya akan terus berkembang, khususnya dimana keramaian massa yang membutuhkan suatu informasi kepada masyarakat dengan cepat dan akurat. *Sign system* juga bisa menciptakan *public image* yang mudah untuk dikenali serta unik sehingga dapat bertahan dalam memori masyarakat dalam jangka waktu yang panjang dan membantu perusahaan yang berkaitan untuk bertahan di persaingan pasar (Follis, 1979).

b. Environment Graphics

Berdasarkan tulisan Chris Calori & Vandendynden (Eynden, 2015), *environment graphics*, atau biasa disingkat dengan EG, ialah grafis yang ditemukan di lingkungan. Grafis disini dipahami sebagai suatu gambar, tulisan dan kombinasi dari keduanya. EG secara umum memiliki suatu kepentingan untuk komunikasi, baik menyampaikan informasi atau pesan, maupun sebatas menkomunikasikan kesan. Apabila sebuah grafis di lingkungan tidak dapat berkomunikasi, maka secara fungsi umum, grafis tersebut tidak menuntaskan fungsi dari EG. Ada tiga aspek fungsi dari EG yang disampaikan oleh Wayne Hunt dalam buku Calori & Vandendynden. Ketiga aspek tersebut adalah *signage & wayfinding, interpretation and placemaking*.

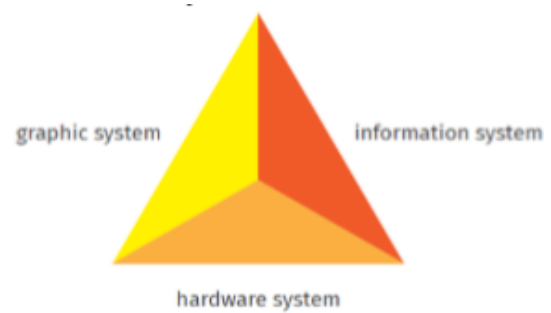
Aspek fungsi *signage & wayfinding* adalah aspek penunjuk arah dan penanda arah yang dilakukan oleh grafis. Aspek *interpretation* umumnya banyak ditemukan sebagai suatu *caption* atau bisa dibilang sebagai penjelasan obyek-obyek yang ada, aspek yang

ketiga, ialah aspek *placemaking* yang dimana hal tersebut merupakan aspek yang bertujuan untuk memberikan identitas atau karakter pada sebuah lokasi agar lebih mudah dikenali dan juga diingat.



Gambar 1. Aspek environment graphic sebagai fondasi.
(Sumber: pinterest)

Dalam mendesain *environment graphics*, terdapat hal-hal mendasar yang perlu diperhatikan agar desain dapat dilakukan dengan komprehensif dan koheren. Calori berpendapat bahwa tujuan dari sebuah *environment graphics* ialah untuk mengkomunikasikan informasi ataupun kesan tentang lingkungan melalui medium grafis yang diproduksi dalam sebuah material dan diimplementasikan ke lingkungan tersebut. Melalui pemahaman ini, Calori menjelaskan tiga komponen dalam desain sebuah *environment graphics*, khususnya dalam *signage*. Ketiga komponen yang dikemukakan Calori adalah *Information System*, *Graphic System* dan *Hardware System*.



Gambar 2. *Signage* pyramid dari Chris Calori
(Sumber: Pinterest)

Ketiga komponen piramid *signage* Calori membahas secara umum hal-hal yang perlu diperhatikan dan keperluan-keperluan didalam mendesain sebuah *signage*. Penjelasan Calori mengenai ketiga komponen tersebut adalah sebagai berikut :

1) *Information System* :

- a. Informasi apa yang perlu ditampilkan didalam *signage*?
- b. Bagaimana informasi tersebut ditampilkan? Menggunakan tulisan atau gambar?
- c. Bagaimana informasi tersebut disusun?
- d. Bagaimana pesan informasi tersebut tetap konsisten antar *signage*?

2) *Graphic System* :

- a. Komponen grafis apa saja yang digunakan (titik, garis, bidang, volume, warna, tipografi) untuk menyampaikan informasi?
- b. Bagaimana komponen grafis tersebut digunakan/dikomposisikan?
- c. Bagaimana grafis tersebut tetap konsisten antar *signage*?

3) *Hardware System*

- a. Material apa yang akan digunakan untuk *signage*? *Finishing* apa yang akan

digunakan? Bagaimana sistem pemasangannya?

- b. Bagaimana sistem pencahayaannya?
- c. Berapa ukuran *signage* tersebut? Apakah ukuran tersebut dapat kontekstual dengan lingkungan tempat *signage* itu berada?
- d. Bagaimana konsistensi material atau *hardware* antar *signage*?

Berdasarkan informasi yang ingin ditampilkan didalam *signage*, Calori membagi jenis-jenis *signage* menjadi tujuh. Pembagian yang dilakukan Calori adalah sebagai berikut:

- 1) *Identification sign*, atau tanda yang digunakan untuk mengidentifikasi sesuatu. Umumnya jenis tanda ini digunakan untuk menginformasi atau mengklarifikasikan suatu tempat, seperti pada nomor atau nama ruangan.
- 2) *Directional sign*, atau tanda yang digunakan untuk menunjukkan arah. Umumnya jenis tanda ini yang paling dikenali atau dipahami sebagai *signage*. Salah satu indikator utama dari *directional sign* adalah adanya tanda panah. Contoh dari *directional sign* adalah tanda-tanda yang memberi tahu dan menuntun kita ke suatu lokasi, seperti tanda yang menunjukkan dimana letak pintu keluar di parkiran.
- 3) *Warning sign*, atau tanda yang digunakan untuk memperingati. Tanda-tanda ini biasanya dikenali sebagai tanda yang mengajak orang untuk berhati-hati karena

adanya hal-hal yang dapat membahayakan apabila orang tersebut tidak waspada. Indikator utama dari *warning sign*, adalah warna kuning. Contoh dari *warning sign* adalah papan lipat penanda bahwa lantai basah.

- 4) *Regulatory & prohibitory sign*, atau tanda pengatur dan pelarang. Tanda ini digunakan untuk mengatur tata laku seseorang dalam suatu lingkungan. Tanda ini juga suka digunakan untuk melarang hal-hal yang tidak diperbolehkan didalam suatu lingkungan. Indikator utama dari *regulatory & prohibitory sign* adalah warna merah pada bidang putih. Untuk tanda pengatur, warna merah kerap ditemukan membingkai bidang putih, pada tanda larangan, warna merah tidak hanya membingkai bidang putih, namun juga menjadi garis diagonal merah.
- 5) *Operational sign*, atau tanda operasional. Tanda ini berfungsi untuk menjelaskan sistem operasional didalam suatu tempat. *Operational sign* umumnya ditemukan di pintu masuk dari suatu tempat, contoh dari *operational sign* adalah tanda yang memberitahu waktu buka dan waktu tutup dari suatu tempat, atau papan yang memberitahu harga tiket masuk.
- 6) *Interpretative sign*, atau tanda interpretatif. Tanda ini umumnya memuat narasi-narasi yang menjelaskan lebih lanjut mengenai lingkungan atau salah satu obek yang terdapat didalam lingkungan tersebut.

Didalam galeri pameran, *interpretative sign* ditemukan dalam bentuk tulisan kuratorial yang dipajang ataupun tulisan pengantar karya. Didalam kebun binatang, *interpretative sign* ditemukan dalam bentuk tulisan-tulisan yang memberitahu binatang apa yang berada dalam display tersebut. Didalam museum, *interpretative sign* ditemukan dalam bentuk penjelasan-penjelasan artefak dan koleksi.

- 7) *Honorary sign*, atau tanda penghormatan. Didalam tujuh kategori *signage* yang diberikan Calori, *honorary sign* mungkin merupakan tanda yang paling jarang ditemukan. Umumnya tanda ini dibuat untuk mengenang atau menghormati orang-orang yang berhubungan pada lokasi tersebut. Umumnya, *honorary sign* dapat ditemukan pada monumen-monumen atau tugu-tugu yang dibangun dalam maksud memperingati suatu momen tertentu.

c. *Sign system*

Sign (dalam bahasa Indonesia berarti tanda) adalah bentuk komunikasi yang dapat berbentuk verbal maupun visual. Keberadaan tanda menjadi suatu kepentingan bagi masyarakat karena dapat menyampaikan informasi akan sesuatu. Menurut Piliang, dalam kata pengantarnya pada buku semiotika komunikasi visual (Tinarbuko, 2009), menyatakan bahwa suatu tanda bukan ilmu yang bersifat pasti, melainkan suatu hal yang dibangun oleh pengetahuan yang lebih

terbuka.

Zoest juga menyatakan pendapatnya tentang tanda dalam buku Sumbo Tinarbuko (Tinarbuko, 2009) bahwa tanda adalah segala sesuatu yang dapat diamati dan dibuat teramati. Sementara menurut Ferdinand de Saussure, tanda ialah kesatuan antara dua bidang yang tak terpisahkan, secara garis besar terbilang bahwa tanda dan sistem memiliki dua hal yang akan ditangkap oleh indra kita, *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

Sign system menurut Sumbo Tinarbuko (Tinarbuko, 2009) ialah suatu rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang *public*, Sumbo Tinarbuko menjabarkan *sign system* kedalam empat bagian :

1) *TrafficSign*

Sign yang biasa digunakan untuk kepentingan lalu lintas.

2) *CommercialSign*

Sign tersebut biasa digunakan untuk nama toko dan tempat usaha

3) *WayfindingSign*

Sign yang biasa ada di gedung atau area publik yang digunakan untuk penunjuk atau pemandu arah dan berbagai fasilitas yang ada bagi orang yang ada di dalamnya

4) *SafetySign*

Sign untuk menunjuk keselamatan, biasanya digunakan untuk konstruksi bangunan.

d. Tipografi

Tipografi ialah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Fungsi dari tipografi adalah mengkomunikasikan idea tau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Dalam membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi harus diperhitungkan, karena tipografi dapat memperngaruhi susunan hirarki dan keseimbangan suatu karya desain tersebut (Wijaya, 1999).

Menurut Danton Sihombing (Sihombing, 2015) berpendapat bahwa tipografi ialah bidang ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf-huruf, yang dimana hal tersebut mempunyai kegunaan estetis komunikasi. Fungsi estetis membuat suatu teks jadi indah ketika di amati, sementara fungsi komunikasi ialah menyampaikan pesan sebuah teks. James Craig (Sihombing, 2015) menjabarkan huruf kedalam beberapa jenis, yaitu :

1) *Roman*.

Ciri dari huruf ini ialah memiliki sirip/kaki/*serif* yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf *Roman* mempunyai ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Representasi yang ditimbulkan ialah ekspresi tentang organisasi dan intelektualitas, klasik, anggun, lemah gemulai.

2) *Egyptian*

Egyptian memiliki ciri kaki/sirip/*serif* yang

berbentuk persegi layaknya seperti papan dengan ketebalan yang sama atau bisa juga hampir sama. Representasi yang ditimbulkan mengekspresikan kekokohan, kuat, kekar dan stabil.

3) *Sans Serif*

Pengertian *sans serif* adalah tanpa sirip/serif, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan mempunyai ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Representasi yang ditimbulkan mengekspresikan sesuatu yang modern, kontemporer dan efisien.

4) *Script*

Huruf *Script* menyerupai goresan tangan yang dibuat dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Representasi yang ditimbulkan mengekspresikan sifat pribadi dan akrab.

5) *Miscellaneous*

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornament, atau garis-garis dekoratif. Representasi yang ditimbulkan ialah dekoratif dan ornamental.

C. METODE

Untuk merancang karya yang baik, penulis menggunakan metode *Design Thinking*. Metode *Design Thinking* digunakan untuk terciptanya konsep kreatif dari *sign system* ini. *Design Thinking* memiliki 5 proses, yaitu (Brown, 2018):

a) *Empathise*

Proses Empathise berguna untuk mendalami permasalahan yang dihadapi.

b) *Define*

Tahap *Define* dilakukan untuk mengumpulkan segala studi-studi berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi, kemudian menganalisisnya.

c) *Ideate*

Ideate adalah tahap dimana penulis merealisasikan konsep kreatif yang telah terbangun sebelumnya berdasarkan analisa.

d) *Prototype*

Tahapan ini adalah tahapan dimana penulis merealisasikan rancangan ide dalam bentuk yang sebenarnya.

e) *Test*

Rancangan ini telah dibuat dalam bentuk yang sebenarnya dalam tahap Prototype akan diuji coba pada beberapa audiens guna mengetahui reaksi dan respon dari audiens sebelum disebarkan secara masal.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Konsep Media*

1) Tujuan Media

Tujuan Media ialah suatu alat pengajaran atau memberikan informasi yang digunakan untuk membantu menyampaikan sebuah pesan kepada target audiens. Selain itu tujuan dari media tersebut untuk memudahkan target audiens untuk memahami pesan, konsep, dan prinsip yang terkandung di dalam pesan tersebut.

Terciptanya suatu media informasi

berbentuk *sign system* yang dimana para penerima pesan mampu mendapatkan informasi yang akurat dan tepat disaat melakukan kunjungan ke dalam wilayah Desa Sade. *Sign system* yang menjadi media pendukung dari media utamanya yaitu menggunakan material berbahan kayu yang akan di tempatkan di beberapa jalur Desa Sade dan lokasi tempat seperti kafetarian, tempat *souvenir* dan toilet. Pemilihan material pada pembuatan *sign system* ini memanfaatkan interaksi antara pengunjung Desa Sade dengan media utama dan pendukungnya. Selain itu visualisasi yang penulis rancang ialah visual yang mudah dipahami oleh semua kalangan dan mudah di serap oleh target audiens.

2) Khalayak Sasaran

a) Segmentasi Demografis

- i. Umur : 14 tahun ke atas
- ii. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- iii. Pendidikan : Semua lapisan pendidikan
- iv. Kelas sosial : Lapisan menengah ke bawah

b) Segmentasi Psikografis

Target audiensnya secara umum adalah masyarakat yang menyukai hiburan atau pergi berwisata. Untuk memperlancar perancangan *sign system*, target audiensnya ditujukan kepada mereka yang memiliki keingintahuan terhadap segala sesuatu yang ada di sekitar mereka serta masyarakat urban

yang terbiasa membaca informasi lewat tanda/rambu.

b. Konsep Kreatif

Konsep kreatif ialah sebuah ide dan gagasan kreatif yang mampu digunakan untuk melakukan suatu klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya dinyatakan dengan istilah atau rangkaian kata yang mempunyai kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi dan unsur-unsur yang ada.

1) Tujuan Kreatif

- a) Perancangan *sign system* ini harus memiliki konsep kreatif yang sesuai dengan tujuan *sign system* yang akan dibuat, yaitu untuk mempermudah pengunjung mendapatkan informasi yang diberikan oleh objek wisata Desa Sade ini, sehingga pengunjung dapat menikmati fasilitas yang disediakan Desa Sade dengan maksimal, dan agar tercapai keadaan yang aman dan nyaman.
- b) Dengan perancangan ini diharapkan mampu untuk menciptakan sebuah *sign system* yang efektif dan komunikatif serta tetap memiliki ciri khas dari Desa Sade.

2) Strategi Kreatif

- a) Isi Pesan (*what to say*) adalah mempermudah pengunjung mendapatkan suatu informasi dengan menggunakan tema *sign system* yang selaras dengan ciri khas Desa Sade.

- b) Bentuk Pesan (*how to say*) adalah *Environmental sign system* yang menyatu dengan suasana lingkungan Desa Sade.

c. Program Kreatif

1) Tema Pesan/ *Big Idea*

Sign system ini akan menjadi media yang informatif bagi pengunjung atau wisatawan Desa Sade. Secara garis besar, *sign system* ini akan menyampaikan informasi informasi penting untuk penunjuk arah di wilayah Desa Sade. *Big idea* untuk rancangan *sign system* ini ialah membuat pengunjung tetap merasakan suasana tradisional dan pedesaan yang alami.

2) Strategi Penyajian Pesan

Sign system yang dibuat dengan konsep tradisional mampu menyajikan suasana yang tepat di dalam wilayah Desa Sade.

3) Pengarahan Pesan Visual

a) Momen Visual

Dalam perancangan *environmental sign system* yang akan dibuat oleh penulis, momen visual yang diharapkan ketika audiens melihat *sign system* ini ialah momen visual khas tradisional.

b) Citra Visual

Citra visual yang diharapkan ketika audiens melihat dan menafsirkan *sign system* ini ialah bercitra tradisi/ adat. Dalam kasus ini, penulis akan membuat *sign system* bercitra tradisi/ adat dan mampu menjadi titik fokus perhatian yang disebabkan karena *sign system* ini memiliki visual yang menarik dan informatif sehingga *sign system* tersebut bukanlah hanya sekedar papan

informasi yang terpampang namun mampu membuat pusat perhatian untuk target audiens yang sedang berkunjung di wilayah Desa Sade.

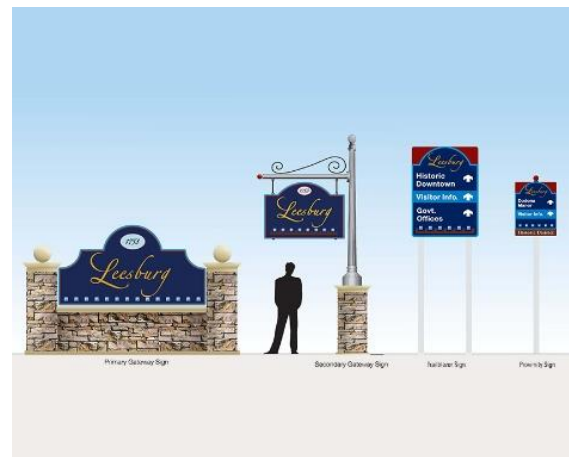
c) Tipe Huruf

Dalam perancangan *sign system* Desa Sade ini, penulis akan membuat tipografi khusus untuk objek tersebut, jenis font yang akan penulis buat ialah bernama Sade, font Sade ini terinspirasi dari suku kata atau aksara tradisional Jawa yang bernama Hanacaraka. Tipografi yang akan penulis gunakan hanya satu jenis, hal tersebut bertujuan untuk menyeragamkan *sign system* yang ada, jenis font Sade, digunakan di seluruh *sign system* dan *wayfinding* yang akan dirancang. Untuk pemilihan font tersebut, digunakan berdasarkan bentuknya yang non-formal namun masih tetap terbaca dan jelas.

d) Layout

Sebagai pendukung dari citra visual *sign system* Desa Sade, media utamanya menyatu dengan media pendukungnya yaitu bahan material kayu, yang dimana penataan dari elemen-elemen visual dan data informasinya juga harus sesuai dan saling mendukung pada penataan visual-nya. Oleh karena itu, elemen visual dari *sign system* ini menggunakan penataan rata tengah yang rapi agar stabilitas antara elemen visual dan materialnya seimbang yang artinya stabilitas atau kesan adanya daya tarik yang sama antara bagian yang satu dengan bagian yang

lainnya.



Gambar 3. Contoh Penataan Desain
(Sumber: Pinterest dan Google Tahun 2020)

e) Gaya Desain

Pada perancangan *sign system* Desa Sade ini, penulis menggunakan gaya desain *Continuity* namun dengan suasana tradisional dan kearifan lokal, gaya desain ini merupakan gaya desain yang sederhana, dengan menggunakan warna-warna yang khas dari Desa Sade. Sehingga target audiens yang dituju dengan mudah memahami suatu papan informasi yang terkandung didalamnya.



Gambar 4. Gaya Desain
(Sumber : danthonia.com)



Gambar 5. Gaya Desain
(Sumber: pinterest.fr)

f) Gaya Visual

Gaya visual yang ditunjukkan ialah elemen-elemen visual yang sederhana berbasis tradisional dan kearifan lokal yang simple dan tidak terlalu detail. Kesan visual yang ditunjukkan bersih, tidak ada sampah visual yang bisa mengganggu penyampaian informasi dari *sign system* ini.

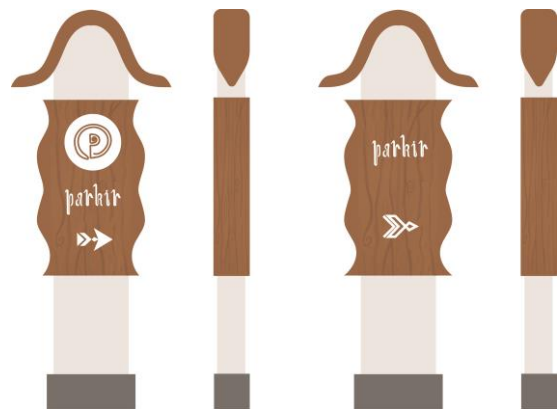
d. **Layout Komprehensif**

1) *Icon*



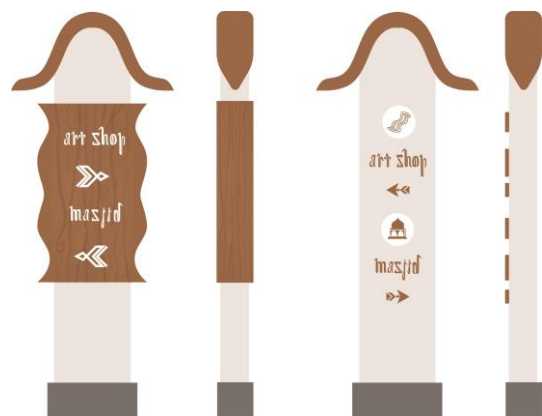
Gambar 6. Komprehensif ikon

2) *DirectionalSign*



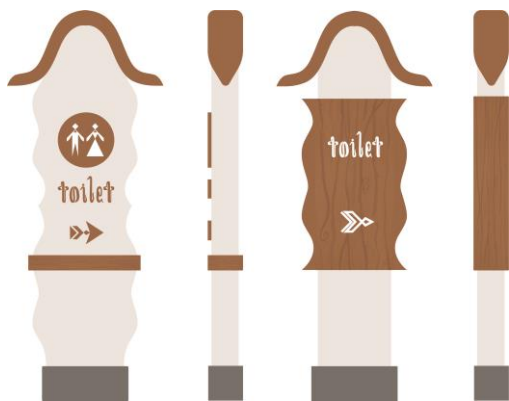
Gambar 7. Komprehensif *directionalsign*

Directional sign yang pertama ialah *directional* yang di letakkan pada luar Desa Sade, *Directional* tersebut mengarahkan para pengunjung untuk ke tempat parker kendaraan. 2 gambar tersebut merupakan penggambaran dan pengembangan secara digital dari penataan visual kasar sebelumnya.



Gambar 8. Komprehensif *directionalsign*

Directional yang kedua ialah *directional sign* yang mengarahkan pengunjung pada dua arah yang berbeda, *sign* ini tentunya akan diletakkan pada tiap persimpangan rute jalan di area Desa Sade. 2 gambar tersebut merupakan penggambaran dan pengembangan secara digital dari penataan visual kasar sebelumnya, kedua *sign* ini mempunyai komposisi bentuk pentagon yang berbeda-beda.



Gambar 9. Komprehensif *directionalsign*

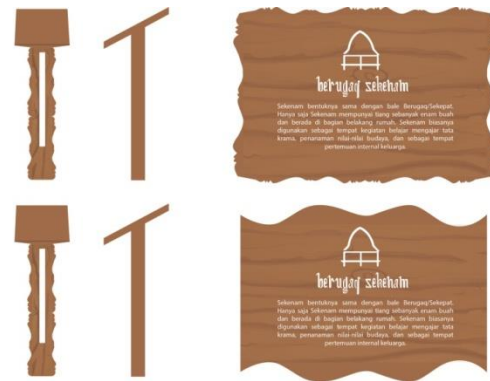
Directional yang ketiga ialah *directional sign* yang mengarahkan pengunjung menuju toilet.



Gambar 10. Komprehensif *directionalsign*

Dan *directionalsign* yang terakhir ialah sebuah *signage* pilihan atau opsional kedua untuk *directionalsign* menuju toilet.

3) Identification Signage



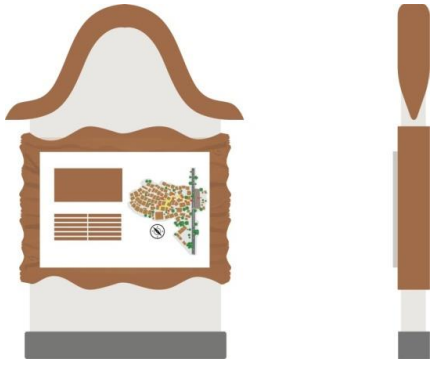
Gambar 11. Komprehensif identification *sign*

Identification signage ialah *sign* yang di tempatkan di beberapa destinasi yang dimana hal tersebut mengidentifikasi destinasi atau tempat tersebut, sama halnya dengan memberitahu para pengunjung bahwa mereka sudah sampai tujuan pada tempat itu.



Gambar 12. Komprehensif *identification sign*

Identification sign yang kedua ialah *sign* yang di tempatkan di tembok toilet, *sign* ini mempunyai bentuk yang sama namun di bagi menjadi dua gender yaitu, gender yang ada pada bagian kiri ialah gender wanita dan yang kanan ialah gender pria.



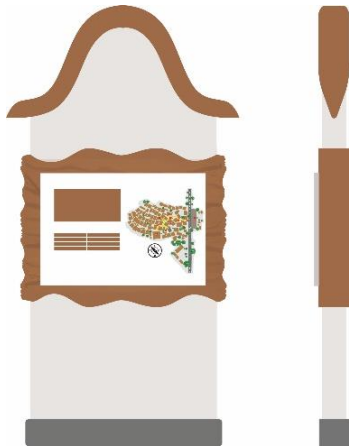
Gambar 13. Komprehensif *directional sign*

Identification sign yang ketiga ialah *sign* yang menyediakan peta kecil untuk pengunjung, yang dimana hal ini bisa membuat pengunjung mengetahui rute-rute ketika ingin memasuki area kawasan Desa Sade, *signage* ini diletakkan di area depan Desa Sade.

e. Eksekusi Final Design

1) *Directional Signage*

a) Peta Rute Desa Sade



Gambar 14. *Final design* Peta Rute Desa Sade

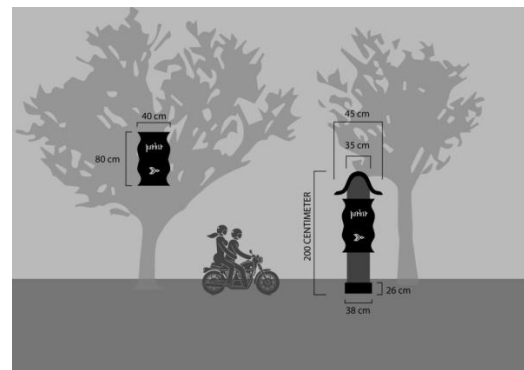


Gambar 15. Skala *signage* Peta Rute Desa Sade

b) *Directional sign* parkir :



Gambar 16. *Final Design*

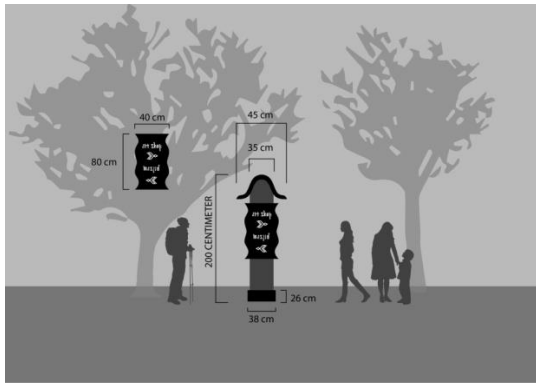


Gambar 17. Komprehensif *directional sign*

c) *Wayfinding*



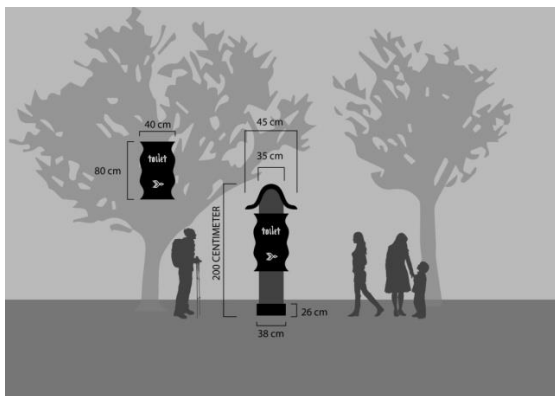
Gambar 18. *Final Design*



Gambar 17. Komprehensif *directional sign*



Gambar 19. *Final Design*



Gambar 20. Komprehensif *directional sign*

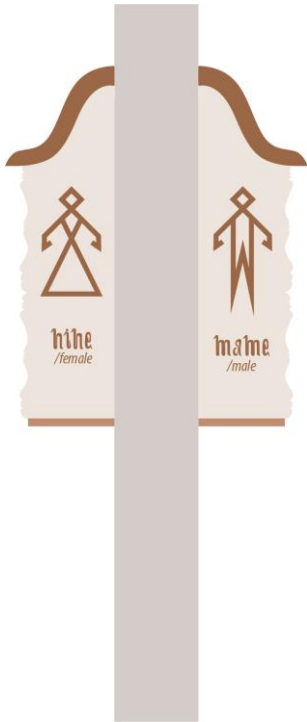
2) *Identification Signage*



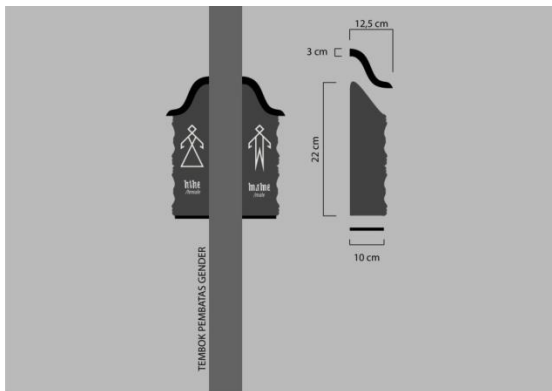
Gambar 21. Komprehensif *directional sign*



Gambar 22. Komprehensif *directional sign*



Gambar 23. Komprehensif *directional sign*



Gambar 24. Komprehensif *directional sign*

3) Hasil Mockup



Gambar 25. Hasil Mockup *Sign system Toilet*



Gambar 26. Hasil Mockup *Sign system Art Shop*



Gambar 27. Hasil Mockup *Sign system Parkir*



Gambar 28. Hasil Mockup *Sign system Sign Biotoh*



Gambar 29. Hasil Mockup *Sign system Berugak*



Gambar 30. Hasil Mockup *Sign system* Dinding Toilet

E. KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, penulis ingin merancang sebuah karya *environmental sign system* pada obyek wisata Desa Sade yang dapat membantu para wisatawan agar dapat dengan mudah mendapatkan informasi secara maksimal tentang destinasi wisata Desa Dade sekaligus tetap dapat merasakan suasana pedesaan Suku Sasak yang masih otentik.

Selain menciptakan *sign system* yang efektif, menarik, dan komunikatif, dalam perancangan ini juga menciptakan keseragaman yang terdapat dalam setiap *signage* yang ada agar dapat tercipta kesinambungan antar *signage* yang terdapat dalam Desa Sade sehingga dapat menciptakan suatu ciri khas yang menonjol.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Bumigora Mataram dan

pengelola destinasi wisata Desa Sade.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Boines, P. (2008). *Standaritation Of Sign System*. Surabaya: CV. Andi Offset.
- Brown, D. K. (2018). *An Introduction ti Design Thinking*. London: Institute Of Design at Stanford.
- Eynden, C. C. (2015). *Signage and Wayfinding Design Second Edition, A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems*. New Jersey: John Wiley and Son Inc.
- Follis, J. (1979). *Architectural Signing and Graphic*. London: The Architectural, Ltd.
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex Media.
- Rubenstein, H. (1992). *Pedestrian Malls, Streetscapes and Urban Spaces*. Canada: John Willey & Sons Inc.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Supriyanto, S. (2008). *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard*. Yogyakarta: Pustaka Grhatama.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalsutra.
- Tinarbuko, S. (2015). *Dekave Desai Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Penerbit CAP.
- Whitbread, D. (2009). *The Design Manual*. Australia: UNSW Press Book.
- Wijaya, P. Y. (1999). *Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual*. *Nirmana*, 48-59.

ANALISA IDENTITAS “BRANDING KOPI DULU”

Oleh:

Dwi Ramayanti

*Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana
Dwi.ramayanti@mercubuana.ac.id*

ABSTRAK

Kopi adalah minuman yang populer di dunia. Para penikmat kopi di Indonesia semakin hari semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya bisnis kedai kopi atau *coffee shop* di berbagai kota di seluruh Indonesia. Bisnis kedai kopi atau *coffee shop* merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan berkembangnya tren minum kopi di kedai kopi atau biasa disebut nongkrong, sebuah *lifestyle* dan sarana menunjukkan eksistensi yang dilakukan oleh orang dewasa sampai remaja, pria dan wanita.

Kota Depok memiliki banyak kedai kopi yang tersebar ke sebelas kecamatan yang masing-masing kecamatan terdapat empat sampai enam kelurahan. Penelitian ini dilakukan pada salah satu kedai kopi di kecamatan sukrajaya depok.

Metode analisa yang digunakan dalam Analisa Identitas Branding Kopi Dulu adalah metodologi tinjauan visual analisis elemen desain komunikasi visual pada identitas branding. Elemen-elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, layout, warna, ilustrasi/fotografi/gambar dan elemen identitas branding seperti Brand (merek, logo) yang bisa berbentuk visual, teks, atau keduanya kemudian warna (produk, korporat) komposisi semua elemen penyusunnya dan media promosi juga media informasinya.

Kata Kunci: *Identitas Branding, kedai kopi, Kopi Dulu.*

ABSTRACT

Coffee is a popular drink in the world. Coffee lovers in Indonesia are increasing day by day. This is marked by the proliferation of coffee shop businesses in various cities throughout Indonesia. The coffee shop business is a promising business. This is due to the growing trend of drinking coffee in coffee shops or so-called hanging out, a lifestyle and a means of showing the existence of adults to adolescents, men and women.

Depok City has many coffee shops spread across eleven sub-districts, each of which has four to six sub-districts. This research was conducted at a coffee shop in the Sukrajaya district, Depok.

The analytical method used is a visual review methodology of visual communication design elements analysis on branding identity. Visual communication design elements such as typography, layout, colors, illustrations / photography / images and branding identity elements such as brands (brands, logos) which can be visual, text, or both then color (product, corporate) the composition of all the constituent elements and promotional media as well as information media.

Keywords: *Branding Identity, Coffee Shop, Kopi Dulu.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: August 13rd, 2020

Revised: December 28th, 2020

Accepted: December 30th, 2020

A. PENDAHULUAN

Kopi adalah minuman yang populer di dunia. Para penikmat kopi di Indonesia

semakin hari semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya bisnis kedai kopi atau *coffee shop* di berbagai

kota di seluruh Indonesia. Bisnis kedai kopi atau coffee shop merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan berkembangnya tren minum kopi di kedai kopi atau biasa disebut nongkrong, sebuah *lifestyle* dan sarana menunjukkan eksistensi yang dilakukan oleh orang dewasa sampai remaja, pria dan wanita.

Menurut suara.com tahun 2019, data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018, menyatakan bahwa jumlah penduduk yang termasuk kategori pemuda adalah sebesar 63,82 juta jiwa. Jumlah tersebut merupakan seperempat dari total penduduk Indonesia. Jika dilihat dari banyaknya jumlah pemuda tersebut, trend konsumsi kopi di kalangan pemuda berpotensi besar meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Pernyataan tersebut didukung oleh data yang bersumber dari International Coffee Organization (ICO) yang menunjukkan adanya trend kenaikan konsumsi kopi di Indonesia. Pada tahun 2015 ICO merilis data pertumbuhan jumlah peminum kopi di Indonesia, yaitu sebesar 8%, lebih besar daripada pertumbuhan dunia yang hanya mencapai 6%.

Data peningkatan konsumsi kopi tersebut menunjukkan bahwa bisnis kedai kopi merupakan bisnis yang memiliki prospek yang baik ke depannya, yang harus

dipikirkan pebisnis adalah strategi bersaing yang baik agar dapat bertahan.

Kota Depok memiliki banyak kedai kopi yang tersebar ke sebelas kecamatan yang masing-masing kecamatan terdapat empat sampai enam kelurahan. Penelitian ini dilakukan pada salah satu kedai kopi yang terdapat di kecamatan sukrajaya Depok. Peneliti tertarik melakukan penelitian di kecamatan Sukrajaya Depok karena merupakan kawasan yang penduduknya paling padat di antara kecamatan lainnya yang terdapat di kota Depok. Seperti kata Lilis Setyaningsih (2014), Kedai kopi tidak hanya di kota-kota besar, kedai kopi terus tumbuh di kota kecil bahkan setingkat kecamatan di Indonesia.

Peneliti belum menemukan penelitian dengan objek yang sama pada penelitian-penelitian sebelumnya, seperti penelitian oleh Saripa Nugrawati dan Muhammad Yunus Amar yang berjudul Pengelolaan Kopi Kalosi Enrekang dalam Branding Kopi Toraja, tahun 2018. Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk-bentuk promosi kopi Kalosi Enrekang dan kendala-kendala yang menghambat aktifitas promosi kopi Kalosi Enrekang. Penelitian selanjutnya oleh Maria Christine Wijaya, Petrus Gogor Bangsa, Mendy H. Malkisedek yang berjudul Perancangan Rebranding Produk” Kopi Jagung Sidomukti” Kota Malang, tahun 2019. Penelitian ini mengenai Kopi

jagung Sidomukti yang merupakan salah satu produk kopi dari toko kopi Sidomukti Kota Malang sejak tahun 1950. Begitu juga dengan penelitian oleh Taufik Kurniawan, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda dengan judul Perancangan *Visual Identity Central Coffee* di Alahan Panjang, tahun 2018. Penelitian ini mengenai *Central Coffee* yang merupakan produsen kopi yang berlokasi di kanagarian Alahan Panjang, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat.

Metode analisa adalah metodologi tinjauan visual analisis elemen desain komunikasi visual pada identitas branding. Elemen-elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, layout, warna, ilustrasi/ fotografi/ gambar dan elemen identitas branding seperti Brand (merek, logo) yang bisa berbentuk visual, teks, atau keduanya kemudian warna (produk, korporat) komposisi semua elemen penyusunnya dan media promosi juga media informasinya. Adapun luaran yang telah dicapai dalam penelitian ini publikasi ilmiah jurnal nasional terakreditasi.

Identifikasi Permasalahan

- a. Bagaimana Identitas Branding kedai kopi?
- b. Bagaimana Identitas Branding yang dimiliki kedai kopi Kopi Dulu?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Terdapat beberapa penelitian mengenai objek penelitian sejenis yang akan menjadi landasan penelitian serta bahan referensi

penelitian ini. Berdasarkan perumusan masalah, berikut ini adalah review beberapa penelitian terdahulu :

a. Penelitian Sejenis

- 1) Saripta Nugrawati dan Muhammad Yunus Amar dalam “Pengelolaan Kopi Kalosi Enrekang dalam Branding Kopi Toraja”, tahun 2018. Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk-bentuk promosi kopi Kalosi Enrekang dan kendala – kendala yang menghambat aktifitas promosi kopi Kalosi Enrekang. Penelitian ini tidak menganalisa mengenai identitas branding yang dimiliki kopi tersebut, meskipun dalam mengevaluasi penerapan strategi branding adalah brand positioning, brand identity dan brand personality (identitas branding menjadi salah satu bagian yang harus dievaluasi)
- 2) Maria Christine Wijaya, Petrus Gogor Bangsa, Mendy H. Malkisedek dalam penelitian yang berjudul “Perancangan Rebranding Produk Kopi Jagung Sidomukti” Kota Malang, tahun 2019. Penelitian ini menghasilkan perancangan rebranding dengan harapan mengubah persepsi masyarakat akan produk kopi jagung Sidomukti sehingga mendorong dan mempengaruhi masyarakat untuk mengonsumsi produk. Perancangan

- 3) Taufik Kurniawan, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda, “Perancangan Visual Identity Central Coffee di Alahan Panjang”, tahun 2018. Perancangan visual identity diharapkan Central Coffee dapat memiliki pengaplikasian identitas visual dan logo yang mampu meningkatkan brandloyalty-nya.

b. Kajian Pustaka

1) *Brand Identity*

Identitas merek adalah sesuatu yang nyata dan menarik bagi indra. Anda bisa melihatnya, menyentuhnya, memegangnya, mendengarnya dan melihat pergerakannya. Identitas merek memicu pengakuan, memperkuat diferensiasi, dan membuat ide besar dan makna mudah diakses. Identitas merek mengambil elemen yang berbeda dan menyatukan mereka ke dalam seluruh sistem.

“Design plays an essential role in creating and building brands. Design differentiates and embodies the intangibles—emotion, context, and essence—that matter most to consumers.” (Moira Cullen Senior Director, Global Design The Hershey Company).

2) Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru. (Tinarbuko, 1998:66)

3) Elemen-elemen DKV

Sumbo tianrbuko (2015:5) mengatakan bahwa Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju.

4) *Brand Identity Ideals*

Cita-cita sangat penting dalam tanggung jawab proses kreatif terlepas dari ukurannya perusahaan atau bersifat bisnis. Cita-cita ini berlaku apakah keterlibatan identitas merek adalah dalam hal meluncurkan usaha kewirausahaan, menciptakan produk atau layanan baru, memposisikan ulang merek, mengerjakan merger, atau menciptakan kehadiran ritel. *Brand Identity ideals* meliputi: *vision, meaning, authenticity, differentiation, durability, coherence, flexibility, commitment, value.*

5) *Brand Identity Elements*

Robin Landa mendefinisikan identitas visual sebagai artikulasi visual dan verbal dari suatu merek atau grup termasuk semua aplikasi desain terkait, seperti kop surat, kartu nama, dan kemasan, di antara banyak aplikasi lain yang memungkinkan.

Aline wheeler (2009:50-67) membagi elemen identitas branding: *Brandmarks, Wordmarks, Letterform marks, Pictorial marks,*

Abstract marks, Emblems, Characters, Look and feel.

Identitas Branding Kedai Kopi yang akan dibahas

- Logo
- Desain Kemasan
- Media cetak lainnya; menu, poster, banner
- Media Promosi Internet

C. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif, menggunakan analisis. Landasan teori sebagai acuan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan wawancara, observasi dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan pemilik kedai kopi Kopi Dulu, Bapak Adrian, wawancara dengan pakar DKV, Eka Sofyan Rizaldan wawancara target audience. Observasi langsung mendatangi kedai kopi Kopi Dulu yang berada di Jl. Sentosa Raya No.11A, Depok dua tengah, kel. Mekarjaya Kec.Sukmajaya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) *Analisa Desain Komunikasi Visual pada identitas branding Kopi Dulu*

• Logo

Logo Kopi dulu sudah mengalami perubahan rancangan. Perubahan disebabkan perpindahan lokasi dan desain logo terdahulu

telah digunakan oleh merek produk lain. Perancang dari logo kopi dulu adalah pemiliknya sendiri.



Gambar 1: Logo pertama
(Sumber: @dulukopi)

Logo pertama secara visual berbentuk logotype; nama perusahaan ditulis dengan tipografi yang khas dan dikombinasikan dengan elemen garis segi enam yang melambangkan tempat. Makna tahun 2018 sebagai tahun berdirinya usaha tersebut, dan tagline 'bahagia kemudian' diletakkan di dalam bagian logo itu sendiri.

Menurut pengakuan dari pemiliknya, logo ini dirancang tanpa memiliki konsep yang jelas. Dirancang dengan menggunakan aplikasi Canva, meskipun demikian, logo ini terlihat *effective without colour*, namun tidak mampu mendeskripsikan perusahaan, dalam skala kecil elemen-elemen logo seperti titik dan tagline tidak akan terlihat. Logo ini juga akan sulit diingat, karena aplikasi Canva digunakan oleh banyak orang, dan kemungkinan besar bentuk logo seperti ini telah dipalikasi ke dalam logo brand yang lainnya. Tagline pada logo juga bukan

penjelasan logo secara verbal, penempatan tagline didalam logo seperti menjadi bagian dari logo tersebut, belum lagi penempatan angka tahun di atasnya, juga seperti bagian dari logo itu sendiri, semuanya itu membuat logo terlihat tidak simpel, seperti menambah informasi yang tidak dibutuhkan pada sebuah logo.



Gambar 2: Logo kedua
Sumber: @dulukopi

Logo kedua juga berbentuk logotype dengan tambahan outline garis segi empat sebagai bingkai, terlihat lebih simpel, *effective without colour, scalable*. Tagline pada logo ini juga berubah, “caffeine & calories”. Transformasi tagline sudah menjelaskan arti logo tersebut, mampu mendeskripsikan produk yang dijualnya. Namun, penempatan tagline masih menyatu dengan logo. Pada implementasinya logo Kopi dulu tidak diaplikasikan dengan konsisten pada media lainnya.

• Kemasan



Gambar 3: Kemasan minuman plastik
(Sumber: @dulukopi)

Salah satu desain kemasan minuman kopidulu terbuat dari plastik bening, terbuat dari PET atau *Polyethylene Terephthalate*. Struktur fisik pada kemasan ini tidak ada yang istimewa, sama seperti kemasan minuman yang sering dijumpai. Desain yang dicetak dengan sablon terdapat di dua sisi kemasan tersebut. Sisi pertama adalah logo kopi dulu, sisi lainnya berisi slogan “Sruputt sebentar! Apa sih yang dikejar? dibawah kalimat terdapat alamat instagram kopi dulu. Warna yang digunakan pada desain ini adalah warna primer dari kopi dulu, yaitu biru tosca yang memberikan kesan sejuk. Warna ini mudah dikenali sebagai identitas dari kopi dulu yang memang berbeda dari warna yang digunakan kedai kopi lainnya di Depok. Layout pada slogan menggunakan *left alignment*, sedangkan pada alamat instagram yang digunakan adalah *center alignment*, walaupun sepertinya terlihat tidak berpengaruh, namun hal tersebut membuat tidak terwujudnya hukum kesatuan atau *Law of Unity*, dalam layout. Tipografi yang digunakan adalah *casual script*.



Gambar 4: Kemasan botol
(Sumber: @dulukopi)

Kopi dulu juga memiliki kemasan minuman kopi dan non kopi dalam botol 1000ml, 500ml dan 250ml. Struktur fisik seperti kemasan botol plastik pada umumnya, dengan warna tutup botol yang terdapat dua macam yaitu putih dan hitam, masih seirama dengan warna yang terdapat pada desain grafisnya. Desain interface dicetak dengan stiker segiempat, terdapat sedikit perbedaan desain pada botol besar yang menambahkan warna biru lebih banyak dibandingkan dengan botol lainnya. Logo kopi dulu diletakkan menyatu dengan ilustrasinya yang menggambarkan suasana kedai lengkap dengan pengunjungnya. Ilustrasi pada kemasan cukup komunikatif, informatif, mudah dipahami. Layout yang digunakan adalah *center alignment*. Hukum kesatuan dan keseimbangan simetris sudah terbentuk pada layout kemasan ini, begitu pula dengan hukum keberagaman dan ritme, karena sudah menerapkan gambar, tipografi dan warna, sehingga tidak terkesan monoton. Tipografi yang digunakan adalah SanSerif, ada dua jenis tipografi yang digunakan dalam kemasan ini,

yaitu *casual script* dan *Neo Grotesque*. Headline diterapkan pada slogan “kini kopi susu”, memberi kesan kuat seakan-akan nama dari merek kopi itu sendiri, sedangkan penempatan logo merek menyatu dengan ilustrasinya mem-buatnya nyaris tidak terlihat.



Gambar 5: Kemasan makanan
(Sumber:@dulukopi)

Kopi dulu menyediakan makanan yang dikemas dalam wadah *paper bowl cup* yang berbahan dasar kertas. Desain grafis pada kemasan dicetak dengan sablon berwarna biru toska. Terdapat nama merek dan tagline, ilustrasi dan alamat instagram pada bagian paling bawah kemasan. Gaya ilustrasi pada kemasan makanan menggunakan gambar manual, berbeda dengan ilustrasi pada kemasan botol, garisnya terlihat stabil seperti gambar yang didigitalkan atau diolah kedalam bentuk vector. Nama merk kopidulu garisnya dibuat seirama dengan garis pada gambar ilustrasi. Antara ilustrasi dan nama merk menjadi satu kesatuan, akan tetapi nama merk tersebut diletakkan seperti halnya sebuah logo dengan bentuk yang berbeda, ini

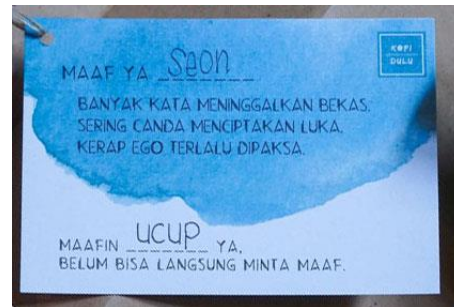
merupakan salah satu bentuk inkonsistensi bentuk logo pada kemasan kopidulu.



Gambar 6: Hampers
(Sumber: <https://www.tokopedia.com/kopidululent/hampers-lebaran-2-3-4-botol-kemasan-1000-ml-kartu-ucapan-hard-box-2-botol-1-liter>)

Kamus Dewan Malaysia Edisi Keempat (2010) mengartikan hamper sebagai sejenis bakul besar berisi berbagai barang makanan (biasanya diberikan sebagai hadiah). Kopidulu menyediakan hampers untuk hari raya lebaran, terbuat dari bahan karton box dilengkapi dengan kartu ucapan dan dua stiker pada box. Stiker pertama adalah ilustrasi yang sama pada kemasan botol, berfungsi sebagai perekat kemasan box. Stiker kedua untuk logo yang diletakkan dibawah kanan kemasan hampers. Isi hampers terdiri atas pilihan botol; 4 botol 1 liter, 3 botol 1 liter dan 2 botol 1 liter. Struktur hampers cukup kokoh untuk menampung berat air satu liter. Logo yang tercantum pada kemasan dan kartu ucapan ini juga mengalami perubahan bentuk. Huruf “o” pada logo kopi dulu di neon box berubah bentuk menjadi biji kopi pada hampers dan

kartu ucapan. Teks yang terdapat pada kartu ucapan diklasifikasikan sebagai huruf *script casual*.



Gambar 7: Kartu ucapan pada hampers
(Sumber: <https://www.tokopedia.com/kopidululent/hampers-lebaran-2-3-4-botol-kemasan-1000-ml-kartu-ucapan-hard-box-2-botol-1-liter>)

Jarak margin pada kartu ucapan tersebut tidak sama, jarak teks dengan logo terlalu berhimpitan, ukuran huruf hendaknya menyesuaikan ukuran kertas dan dibedakan informasi yang dianggap penting untuk disampaikan dibuat lebih kontras ukurannya, guna menimbulkan *focal point* atau pusat perhatian.

• Menu

Pengaplikasian logo kopi dulu pada menu, kehilangan outline segiempatnya, tidak hanya itu, bentuk susunan logonya pun berubah, walaupun disini sudah terlihat penempatan tagline berada terpisah dari logo merupakan sesuatu yang baik, namun tetap saja merupakan suatu bentuk inkonsistensi.

Terdapat dua jenis huruf yang digunakan dalam menu ini, yaitu *script casual* dan *neo-grotesque*. Alignment yang digunakan adalah *center-alignment*, tampak margin sudah diterapkan dengan rapih.



Gambar 8: menu kopi dulu
(Sumber: @dulukopi)



Gambar 9: menu kopi dulu
(Sumber: @dulukopi)

Daftar minuman dan makanan tersebut juga sudah dilengkapi dengan harga. Desain menu ini sudah memenuhi kaidah yang sesuai dengan prinsip desain. Dengan menambah foto minuman atau makanan dapat membuat menu ini terlihat lebih menarik lagi.



Tampilan menu kopidulu berikutnya terlihat lebih menarik dengan adanya penambahan foto dengan kualitas cahaya yang baik pada menu, namun kerapihan masih belum terlihat baik pada margin dan alignment. Penggunaan warna primer perusahaan yaitu biru toska sebaiknya ditetapkan pantononya, sehingga tidak berbeda-beda di setiap implementasinya.

• Media Promosi

Bauran promosi yang pernah dilakukan kopi dulu adalah:

- 1) Iklan pada koran Radar Depok, pergikuliner.com, detik.com, traveloka.com.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*) berupa kupon, dan potongan harga.
- 3) Hubungan masyarakat (*public relation*) dilakukan dengan melakukan event fotografi di kedai kopidulu.
- 4) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

dengan pemasaran online pada Instagram dan tokopedia.com.

- Promosi penjualan (sales promotion)



Gambar :10 Voucher Kopi Dulu (Sumber: @dulukopi)

Salah satu bentuk promosi penjualan Kopi Dulu berupa kupon voucher. Dicitak seukuran dengan kartu nama, menggunakan center-alignment, dua jenis huruf yaitu *Neo-Grotesque sans serif* dan *script casual*. warna yang digunakan ada lima jenis warna yang merupakan perpaduan dari warna panas dan dingin. Kupon ini juga menampilkan elemen gambar lingkaran-lingkaran pada tepi kupon. Keseluruhan tampilan desain ini terlihat margin masih tidak seimbang antara sisi atas dan bawah, pemakaian elemen gambar lingkaran dengan warna panas menjadi poin of interest dari kupon ini mengalahkan pesan yang ingin disampaikan, walaupun teks headline pada kupon telah diberikan ukuran yang lebih besar dari teks lainnya dan bentuk logo Kopi Dulu juga berubah pada kupon ini.



Gambar 11: Potongan harga Kopi Dulu (Sumber: @dulukopi)

Desain promosi potongan harga pada instagram terlihat rapih pada *center-alignment* dan margin yang digunakan. Pemilihan huruf *Grotesque Sans Serif* dan *Neo-Grotesque Sans Serif* terlihat nyaman dimata, begitu pula dengan pemilihan warna kontras antar biru dengan jingga. Elemen gambar seperti bercak air pada latar juga tidak mengganggu pesan yang akan disampaikan dikarenakan pemilihan warna turunan dari warna biru membuat headline berwarna putih tampak tetap menonjol sebagai *point of interest*.

- Hubungan masyarakat (public relation)

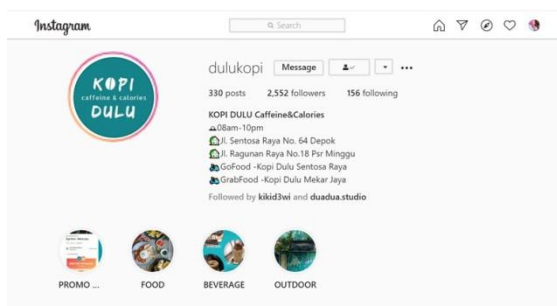


Gambar 12: event workshop photocoffee (Sumber: @dulukopi)

Sekilas desain media promosi *event photography* ini terlihat menarik, elemen desain yang digunakan cukup lengkap; gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout, namun masih terlihat margin yang tidak sempurna, bentuk logo yang berbeda pada huruf “o” yang digantikan dengan biji kopi. Jenis huruf yang digunakan ada tiga, yaitu *geometric sans seris*, *neo-grotesque* dan *casul script*. Elemen verbal seperti antara sub judul dan teks lainnya terlihat sama, terkesan bobot informasi tidak ada yang ditonjolkan, seperti isi dari workshop tersebut tidak lebih penting dari informasi lokasi, waktu dan penyelenggaranya.

- **Pemasaran langsung (direct marketing)**

Posting pertama dimulai sejak September 2018, kualitas foto dan konten yang ditampilkan lengkap dengan hastag sudah cukup menarik. Kopi Dulu juga rutin memposting di tiap bulannya.



Gambar 13: Profil Instagram Kopi dulu
(Sumber: @dulukopi)

Posting pertama dimulai sejak September 2018, kualitas foto dan konten yang ditampilkan lengkap dengan hastag sudah cukup menarik. Kopi Dulu juga rutin memposting di tiap bulannya, produk,

pelayanan dan promosi lainnya dalam bentuk foto, desain grafis ataupun video. Jika diperhatikan bentuk logo yang digunakan dalam biodata intagram adalah logo dengan huruf “o” yang dihanti dengan biji kopi.

2) **Analisa Branding**

Jenis branding kedai kopi adalah produk branding yaitu branding sebuah produk untuk mendorong konsumen untuk memilih produk miliknya diantara produk pesaing.

Beberapa elemen identitas branding yang dimiliki Kopi Dulu; memiliki jenis *topology marks* yang berubah-ubah dimulai dari *emblems* lalu *emblems* dan *wordmarks*. *Look and feel basic* yang dimiliki dari seluruh tampilan desain terlihat cukup baik, begitu juga dengan *color palettes* yang digunakan dengan biru sebagai warna utama digunakan di beberapa implementasi media desainnya, namun pemakaian tipografi yang digunakan terlalu beragam. Pada *Imagery* dalam konten pengayaan, penempatan elemen visualnya cukup baik. Dari segi *sensory*, media promosi yang digunakan pada sosial media cukup beragam begitu juga pada kemasan produk cukup beragam dan tampilannya menarik baik dari struktural ataupun *interface* desainnya.

Identitas branding ideals yang ada pada Kopi Dulu sangat jelas terlihat dari *Vision* dimana pemilik Kopi Dulu cukup bersemangat dalam mengembangkan usahanya, dan juga terbuka atas masukan dari peneliti untuk menggunakan jasa

desainer dalam mendisain agar tidak terjadi kesalahan serupa dalam merancang logo ataupun media lainnya. Pada tingkat *Authenticity* dan *Differentiation*, Kopi Dulu sangat mengenali khalayak pasarnya, posisi proposisi nilai dan perbedaan jenis usahanya dengan kompetitor sejenisnya. *Value* yang ditawarkan Kopi Dulu memiliki keunikan dengan konsep kedai kopi lainnya yang ada di Depok saat ini, yaitu kualitas yang diberikan dari segi pelayanan, dan varian produknya.

Identitas merek yang kuat dapat mencapai konsistensi, kejelasan, dan keterpaduan dalam identitas merek memiliki efek dramatis pada keberhasilan bisnis dan kemampuannya untuk menciptakan hubungan positif dengan prospek, pelanggan, pasar, dan komunitas tempat mereka berinteraksi dan melayani.

E. KESIMPULAN

Merek atau *brand* yang kuat menonjol di pasar yang sangat padat. Orang-orang jatuh cinta pada merek, mempercayai mereka, dan percaya pada keunggulan mereka. Setelah menganalisa identitas branding yang dimiliki kedai kopi Kopi Dulu yang merupakan salah satu kedai kopi yang terdapat di Kecamatan Sukmajaya, menandakan memang semakin menjamur bisnis kedai kopi atau diberbagai kota di seluruh Indonesia, sampai tingkat kecamatan. Namun kurangnya pengetahuan mengenai kekuatan sebuah merek membuat perancangan identitas branding Kopi Dulu tanpa dilandasi konsep yang kuat. Seperti

yang terjadi pada logo dan implementasinya yang inkonsisten pada beberapa media.

Saran

Kopi Dulu harus mampu konsisten dalam setiap perancangan identitas brandingnya, membuat konsep logo yang kuat dan diterapkan pada setiap implementasinya. Tetapkan pantone warna primernya, sehingga warna tidak berubah-ubah. Tetapkan paling banyak 3 jenis tipografi yang akan digunakan untuk diaplikasikan pada setiap media desain komunikasi visualnya. Gaya gambar ilustrasi juga diusahakan agar tidak berubah. Tampilan media promosi pada Instagram sudah cukup baik, hanya perlu membuat variasi konten-konten yang lebih menarik seputar pecinta kopi. Kopi Dulu harus mampu konsisten dalam setiap perancangan identitas brandingnya.

F. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada hibah Penelitian Dosen Muda Dikti dan Universitas Mercu Buana sebagai sponsor yang telah mendanai penelitian, serta seluruh rekan-rekan yang mendukung terselenggaranya penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hill, G. (2010). *The essentials of branding: from The Big Book of Marketing*. London: Hill Companies.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Maria, C. W., Petrus, G.B., & Mendy, H.M. (2019). *Perancangan Rebranding*

- Produk” Kopi Jagung Sidomukti”
Kota Malang. *Jurnal DKV Adiwarna*.
01(14).
- Rustan, S. (2019). *Warna*. Jakarta: PT Lintas
Kreasi Imagi.
- Saripa, N., Muhammad, Y.A. (2018). Kopi
Kalosi Enrekang dalam Branding
Kopi Toraja. *Jurnal Komunikasi Kareba*
07(02). 289:294.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain
Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
Utama.
- Suprianto, H. (2010). *Desain Komunikasi
Visual*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Swystun, J. (2007). *The Brand Glossary*. New
York: Palgrave Macmillan.
- Taufik, K.M., Nasrul, K. Riri, T. (2018).
Perancangan Visual Identity Central
Coffee di Alahan Panjang.
*DEKAVE/Jurnal Desain Komunikasi
Visual*. 08(02).
- Tinarbuko, S. (2015). *Dekave: Desain
Komunikasi Visual Penanda Masyarakat
Global*. Yogyakarta: Center for
Academic Publishing Service.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand
Identity*. John Wiley & Sons, Inc. All
rights reserved.
- Kedai Kopi, Bisnis Masa Kini, Menjanjikan di
Masa Depan*. (2019, Oktober 25).
Diambil dari:
<https://www.suara.com/yoursay/2019/10/25/065000/kedai-kopibisnis-masa-kini-menjanjikan-di>
- PergiKuliner.com Kopi Dulu*. (2020). Diambil
dari:
<https://pergikuliner.com/restaurants/kopi-dulu-depok-ii-tengah-2/gallery>
- PergiKuliner.com Monotype Coffee Station*. (2020).
Diambil dari:
<https://pergikuliner.com/restaurants/depok/monotype-coffee-station-depok-ii-timur>
- Akbar, Y.I, (2019). *Coffeedelity*. Diambil dari:
https://pergikuliner.com/yudistira?search_place=&search_name_cuisine=Coffeedelity&city=Depok&from_date=&to_date=&date_range=
- Narasumber
Adrian Dwi Surya (2020,24 Juni). wawancara
tatap muka.
Eka Sofyan Rizal (2020,24 Juni). wawancara
daring.

KAJIAN ELEMEN ESTETIK PADA RUANG TUNGGU GEDUNG DOKTORAL UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

Oleh:

Anggi Dwi Astuti

*Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana, Jakarta
anggi.dwi@mercubuana.ac.id*

ABSTRAK

Ruang tunggu menjadi bagian penting dalam sebuah bangunan karena menjadi ruang persinggahan sementara yang digunakan untuk kegiatan menunggu dan dilewati sebagai jalur keluar-masuk sebuah bangunan. Sementara itu, ruang tunggu pada gedung doktoral Universitas Mercu Buana tidak hanya berfungsi sebagai ruang untuk menunggu, tapi juga digunakan untuk berbagai macam kegiatan di area publik seperti pelayanan yang berkaitan dengan kemahasiswaan, kegiatan bimbingan mahasiswa dengan dosen, dan terkadang menjadi area *display* untuk pameran poster. Oleh karena itu, ruang tunggu telah menjadi area vital bagi Gedung Doktoral Universitas Mercu Buana. Sebagai ruangan yang dapat diakses oleh publik, maka desainnya harus dapat memenuhi kebutuhan ruang dan menghadirkan keindahan yang dapat dinikmati secara visual. Salah satu bagian penting dari desain interior yang mempengaruhi tampilan visual adalah elemen estetika. Elemen estetika berupa pola-pola tertentu yang membentuk sebuah komposisi serta dirancang dengan menggunakan prinsip desain. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk mendapatkan hasil yang mendalam tentang elemen estetika pada Ruang Tunggu Gedung Doktoral. Proses analisis data kualitatif dengan membandingkan data lapangan dengan data literatur yang sesuai. Penelitian ini dikaji dengan teori estetika D.K. Ching yang mengatakan bahwa estetika sebuah ruang interior terbentuk dari penggunaan prinsip desain yaitu proporsi, skala, keseimbangan, keserasian, kesatuan dan keragaman, ritme, serta penekanan atau penegasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur estetika pada Ruang Tunggu Gedung Doktoral dan prinsip desain apa saja yang diterapkan. Berdasarkan analisis, Ruang Tunggu Gedung Doktoral mempergunakan ke tujuh prinsip desain. Namun, yang sangat terlihat dominan adalah ritme yang berasal dari pengulangan garis vertikal dan horizontal pada dinding serta keseimbangan dari struktur bangunan interior maupun pada peletakkan *furniture*.

Kata Kunci: *elemen estetika, ruang tunggu, gedung doktoral Universitas Mercu Buana, prinsip desain.*

ABSTRACT

The waiting room is an important part of a building. Because it is a temporary transit space used for waiting activities and is passed route to a building. Meanwhile, the waiting room for the doctoral building at Mercu Buana University not only functions as a space for waiting, but is also used for various activities in the public area such as services related to student affairs, student guidance activities with lecturers, and sometimes a display area for poster exhibitions. As a space that can be accessed by the public, the design must be able to meet the needs of space and present a beauty that can be enjoyed visually. One of the important parts of interior design that affects visual appearance is the aesthetic element. Aesthetic elements in the form of certain patterns that form composition and are designed using design principles. The research method used is descriptive qualitative to get in-depth results about the aesthetic elements of the Doctoral Building Waiting Room. Qualitative data analysis process by comparing field data with appropriate literature data. This research was studied with the aesthetic theory of D.K. Ching said that the aesthetic of an interior space is formed from the use of design principles,

namely proportion, scale, balance, harmony, unity and diversity, rhythm, and emphasis or affirmation. This study aims to determine the aesthetic elements of the Doctoral Building Waiting Room and what design principles are applied. Based on the analysis, the Doctoral Building Waiting Room uses the seven design principles. However, what really looks dominant is the rhythm that comes from the repetition of vertical and horizontal lines on the wall and the balance of the interior building structure, and the placement of furniture.

Keywords: *aesthetic elements, waiting room, the doctoral building at Mercu Buana University, design principles.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: August 18th, 2020

Revised: December 31st, 2020

Accepted: December 31st, 2020

A. PENDAHULUAN

Latar belakang

Desain interior berarti suatu sistem atau cara pengaturan ruang dalam yang mampu memenuhi persyaratan kenyamanan, keamanan, kepuasan kebutuhan fisik dan spiritual bagi penggunanya tanpa mengabaikan faktor estetika (Suptandar: 1995). Tujuan desain interior sendiri yaitu memperbaiki fungsi, menambah estetika serta meningkatkan aspek psikologis pada sebuah ruang. Pada proses mendesain interior, berbagai elemen dipilih dan kemudian dirancang sedemikian rupa hingga menjadi pola-pola yang menghasilkan nilai estetika. Hubungan dari elemen-elemen tersebut akhirnya menciptakan kualitas visual yang sesuai dengan fungsi ruang hingga kemudian membentuk pemahaman, opini dan penilaian publik.

Elemen desain terdiri dari elemen pembentuk ruang dan elemen estetik. Elemen pembentuk ruang terdiri dari setiap hal dasar yang membentuk ruangan, seperti

lantai, dinding, plafon dan furnitur. Sementara elemen estetik berupa kelengkapan interior yang dapat diolah menjadi elemen yang memiliki nilai keindahan berupa warna, tekstur, cahaya, pola, skala, aksesoris dan lainnya. Elemen estetik dapat dioptimalkan dengan berbagai cara untuk memaksimalkan fungsi ruang dan menciptakan suasana ruang.

Elemen estetik terdapat pada setiap ruang karena pada dasarnya naluri manusia adalah menyukai keindahan. Disadari atau tidak pasti setiap orang berusaha untuk menghadirkan atau menciptakan keindahan pada ruangan yang dihuni. Namun, ada beberapa jenis ruang yang elemen estetikanya dirancang khusus untuk menciptakan suasana tertentu seperti ruang kelas, ruang pasien, ruang kerja, ruang tunggu dan ruangan lain yang dihuni dalam jangka waktu tertentu akan mempengaruhi psikologis penghuninya. Oleh karena itu, elemen estetik harus disesuaikan dengan jenis ruangan dan fungsi ruangan.

Sesuai dengan namanya, ruang tunggu berfungsi sebagai ruangan atau area yang digunakan untuk menunggu. Menurut Ian A. Cameron dalam penelitiannya yang berjudul “*What’s happening in your waiting room?*”, menjelaskan bahwa aktifitas penghuni ruang tunggu yang tidak hanya sekedar duduk tapi juga melakukan berbagai aktifitas seperti mendengarkan music yang diputarkan, membuka *smartphone*, melihat-lihat majalah, dan mengobrol dengan orang lain. Ini menunjukkan bahwa menunggu menyebabkan kebosanan dan orang akan mencoba menghilangkan kebosanan dengan melakukan kegiatan lain. Kegiatan tersebut harus difasilitasi agar ruang tunggu tidak terasa membosankan.

Aktifitas yang terjadi di ruang tunggu juga tergantung dari jenis bangunannya. Ruang tunggu di rumah sakit tentu akan berbeda dengan ruang tunggu pada kantor dan ruang tunggu pada bangunan pendidikan. Salah satu bangunan pendidikan yang memiliki ruang tunggu adalah universitas. Bangunan sebuah universitas terdiri dari ruang kelas, ruang aula, ruang auditorium, ruang kerja karyawan, perpustakaan, ruang dosen, ruang seminar, ruang tunggu dan lainnya tergantung pada kebutuhan untuk memfasilitasi kegiatan mahasiswa.

Ruang tunggu pada Gedung Doktoral Universitas Mercu Buana tidak hanya berfungsi sebagai ruang untuk menunggu,

tapi juga digunakan untuk berbagai macam kegiatan di area publik seperti pelayanan yang berkaitan dengan kemahasiswaan, kegiatan bimbingan mahasiswa dengan dosen, dan terkadang menjadi area *display* untuk pameran poster. Oleh karena itu, ruang tunggu telah menjadi area vital bagi gedung doktoral Universitas Mercu Buana. Sebagai area yang memiliki banyak aktifitas dan dilalui banyak orang, maka desain interior pada ruang tunggu menjadi hal penting yang memerlukan perhatian khusus.

Rumusan Masalah

Ruang tunggu umumnya digunakan untuk menunggu. Kebosanan saat menunggu dapat dialihkan dengan memperhatikan keadaan sekitar. Estetika ruang dapat mengalihkan perhatian penghuni ruang. Dengan perlu dikaji lebih lanjut mengenai estetika yang terdapat pada Ruang Tunggu Gedung Doktoral dan prinsip desain yang terdapat pada elemen estetik pada Ruang Tunggu Gedung Doktoral.

Batasan Masalah

Ruang tunggu Gedung Doktoral Universitas Mercu Buana digunakan untuk banyak kegiatan, hal tersebut menuntut desain sebuah ruang ini untuk menampilkan kesan menarik dan cozy. Oleh karena itu, ruang tunggu Gedung Doktoral layak dikaji untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana penggunaan elemen estetik melalui implementasi konsep desain yang dapat

terbentuk sesuai dengan prinsip – prinsip desain.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Estetika

Estetika berasal dari Bahasa Yunani yaitu, *aisthetica* dan *aesthesis*. *Aisthetica* merupakan sesuatu yang dapat dipikirkan atau diserap dengan pancaindera, sementara *aesthesis* adalah penyerapan indera atau persepsi inderawi. Estetika selalu berkaitan dengan bentuk dan ekspresi. Keindahan bentuk adalah unsur yang dapat dilihat dan diperhitungkan, sementara keindahan ekspresi tergantung pada persepsi dan rasa individu. Keindahan ekspresi akhirnya menjadi citra bangunan yang didukung oleh karakter bangunan dan gaya desainnya (Ishar:1990). Di sisi lain pengalaman estetik merupakan pengalaman dalam menghayati keindahan dan bagaimana keindahan itu dimaknai (Jajuli: 2008). Sebagai jenis pengetahuan inderawi, estetika dibedakan dengan pengetahuan intelektual (Leibniz: 1716 dalam Rosadi: 2013).

Prinsip Desain

Desain interior berkaitan dengan pengaturan elemen serta penyusunannya untuk memenuhi kebutuhan akan fungsi dan estetika.

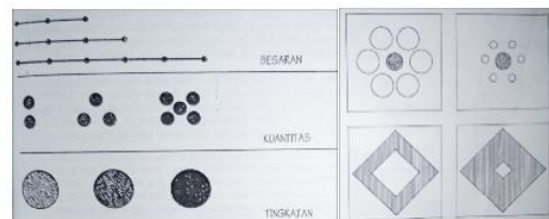
Dalam perancangan sebuah ruang setiap elemen yang digunakan disusun dengan pola-pola tertentu. Semua bagian bergantung pada hasil akhir dilihat dari

manfaat visual satu sama lain. Pedoman yang dapat digunakan untuk menyusun elemen desain menjadi pola-pola tertentu yaitu dengan penerapan prinsip desain.

Estetika dipelajari untuk mengetahui bagaimana mempertimbangkan kesesuaian pola, fungsinya terhadap visual, dan manfaatnya bagi pengguna ruang. Oleh karena itu, prinsip desain membantu mempertahankan serta mengembangkan kesan keteraturan visual diantara elemen-elemen desain sebuah ruang dan memenuhi tujuan juga fungsi ruangnya (Ching: 1996).

Prinsip desain terdiri dari tujuh komponen yaitu proporsi, skala, keseimbangan, keserasian, kesatuan dan keragaman, ritme, serta penekanan atau penegasan.

1. Proporsi : Ukuran nyata sebuah objek dipengaruhi oleh besaran relatif terhadap objek lain di sekitarnya.



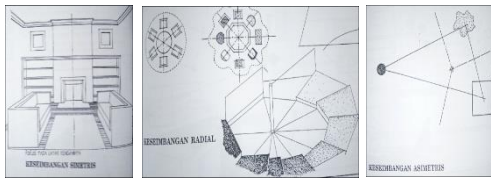
Gambar 1. Ilustrasi Proporsi
(Sumber: Buku Ilustrasi Desain Interior)

2. Skala : berkaitan dengan proporsi



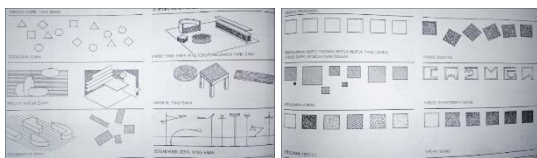
Gambar 2. Ilustrasi Skala
(Sumber: Buku Ilustrasi Desain Interior)

3. Keseimbangan



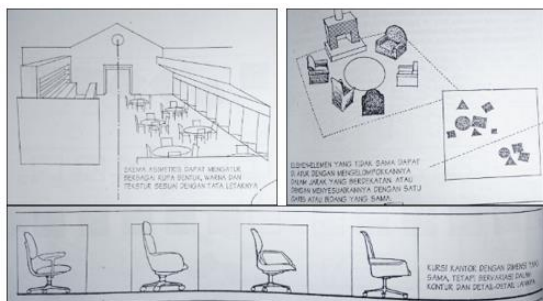
Gambar 3. Ilustrasi Keseimbangan
(Sumber: Buku Ilustrasi Desain Interior)

4. Keserasian : Harmoni



Gambar 4. Ilustrasi Keserasian
(Sumber: Buku Ilustrasi Desain Interior)

5. Kesatuan dan Keragaman : Variasi objek yang beragam dengan karakteristik yang sama atau tidak sama disusun secara berkelompok membentuk entitas tersendiri.



Gambar 5. Ilustrasi Kesatuan dan Keragaman
(Sumber: Buku Ilustrasi Desain Interior)

C. METODE

Penelitian dilakukan pada bulan November 2019 – April 2020. Lokasi penelitian berada di Universitas Mercu Buana, di Gedung doctoral lantai 1 yang beralamat di Jalan Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat.

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berdasarkan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun penelitian

kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata - kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (moleong, 2007: 6).

Hasil analisa akan dijelaskan melalui deskripsi tahapan perencanaan gambar dan system penataan desain dan fasilitas ruang, yang selanjutnya di buat kesimpulan apakah data tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip desain interior yang berdasarkan pada :

1. Perencanaan sudah sesuai dengan fungsi, manfaat dan tujuan desain dan memiliki ketercapaian desain.
2. Memenuhi kriteria prinsip – prinsip desain
3. Gaya dan Citra serta kesan estetis yang muncul memiliki keterkaitan dengan motif local budaya sehingga ketercapaian desain sudah sesuai dengan pencapaian dan kesimpulan yang diharapkan.

Data yang sudah dikumpulkan, tentu saja tidak akan langsung dapat memberikan informasi yang peneliti butuhkan, perlu diolah dan dianalisis dengan beberapa tahapan, diantaranya :

- a) Analisa Non Fisik: tahapan ini melalui aspek pengguna ruang
 - Analisa fungsi ruang yang berdasarkan pada jenis kegiatan,

perilaku, sifat, syarat dan standar kegiatannya.

- Analisa Sosial Budaya yang berdasarkan pada karakteristik perilaku pengguna dan penerapannya pada kearifan local sebagai symbol identitas budaya

b) Analisa Fisik

- Analisa tapak lokasi ruang
- Analisa pola dan sirkulasi ruang
- Analisa utilitas dan fasilitas ruang

c) Analisa Konsep Gaya dan Tema

Setelah semua data dan analisa terkumpul barulah dibuat laporan penelitian agar mendapatkan hasil temuan penelitian yang dapat bermanfaat dalam mengambil suatu keputusan dan bisa dimengerti oleh orang lain maka dibuatlah hasil laporan penelitiannya. Laporan ini harus dibuat dalam bentuk komperhensif dan mudah dipahami.

Jenis Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berdasarkan pendekatan kualitatif. Adapun penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata - kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (moleong, 2007: 6).

Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah lebih menitik beratkan pada data observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti berikut :

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Pada metode pengumpulan data ini, metode yang digunakan adalah dengan cara wawancara dan angket (kuesioner). Wawancara di lakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan langsung kepada pengguna yaitu mahasiswa disertasi dan karyawan UMB. Wawancara bersifat santai dengan cara mengajukan point penting dalam mendukung terciptanya suasana ruang yang nyaman dan memiliki estetika yang baik. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang ditulis dalam lebaran kertas dan diberikan kepada pengguna yang terkait untuk mendukung topik yang akan di teliti.

2. Analisa Data

Setelah semua data terkumpul, masuk kedalam analisa data, tahapan analisa datanya yaitu :

- Programing: Pada data ini berupa data programming dan data kajian desain yang akan dijadikan ide utama

dalam menganalisa kebutuhan ruang dan pengguna ruang.

- Skematik: Setelah mengetahui permasalahan dan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dari data programing yang sudah disimpulkan, barulah dilanjutkan kepada tahap skematik desain dimana kesimpulan dari programing akan dijasikan proses desain untuk memecahkan setiap masalah yang timbul pada ruang/ area tersebut.
- Desain Akhir: Membuat analisa desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan menitik beratkan pada elemen estetik yang didasarkan pada prinsip – prinsip desain.

3. Pengolahan Data,

Kegiatan ini dilakukan setelah analisis data. Data yang telah dianalisis dijelaskan dan akan diolah menjadi sebuah bentuk visual dengan konsep yang telah disesuaikan dengan hasil analisis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

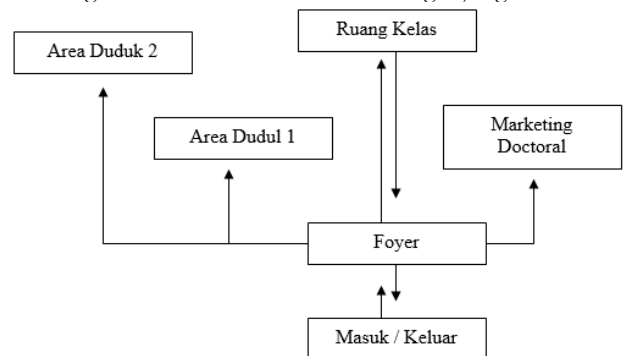
Pada penelitian ini penulis mengkaji elemen estetik pada ruang tunggu Gedung Doktoral Universitas Mercu Buana Jakarta. Area ini merupakan area vital yang pasti dilalui ketika hendak memasuki gedung doctoral, maka perlu adanya sarana yang menunjang kenyamanan dalam memberikan kesan pencitraan yang baik untuk setiap pengguna melalui standar fasilitas ruang tunggu.

Konsep desain yang akan diciptakan sangat besar peranannya dalam hal kenyamanan dan kepuasan pengguna ketika berada di area tunggu Gedung Doktoral UMB ini. Oleh karena itu, aspek non-fisik dan aspek fisik serta elemen yang terkandung dalam ruangan menjadi bagian terpenting dalam area ruang tunggu.

Analisa Non Fisik

Berdasarkan aspek manusia, pengguna sangat berpengaruh terhadap kebutuhan fasilitas ruang tunggu yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Berdasarkan jenis kegiatan dan perilaku pengguna diantaranya sebagai berikut:

Bagan 1. Aktifitas dan Sirkulasi Pengunjung



Tabel 1. Aktifitas dan Fasilitas Ruang

No	Aktifitas	Fasilitas	Area / Ruang
1	Keluar-Masuk Gedung Doktoral	Pintu <i>Swing Double</i> dengan matrial Kaca Tempert	Lobi Utama UMB Lobi Atrium UMB
2	Melewati Area menuju tempat tujuan	Area Kosong dengan dekoratif dinding dengan	<i>Foyer Lobby</i>

		unsur lokal konten	
3	Area Duduk 1	10 <i>Single seat</i> berderet 5 – 5 buah	Samping kiri pintu Lobi Utama
4	Area Duduk 2	- 16 sofa <i>single seat</i> (di gabung 2) - 4 <i>coffee table</i> -Tanaman hidup indoor -Dekoratif dinding	Samping kiri pintu Lobi Atrium
5	Area Marketing Doktoral	- 8 sofa <i>single seat</i> -16 <i>single seat</i> -8 meja <i>Office</i> -Dekoratif dinding -4 Lampu gantung	Samping kanan pintu Lobi Atrium
6	Ruang Kelas	Dalam 1 kelas terdiri dari: -6 Meja siswa -24 Kursi siswa -1 Kursi dosen -1 Meja dosen -1 Proyektor -1 Set Komputer -1 Papan tulis	Lantai 3 -5

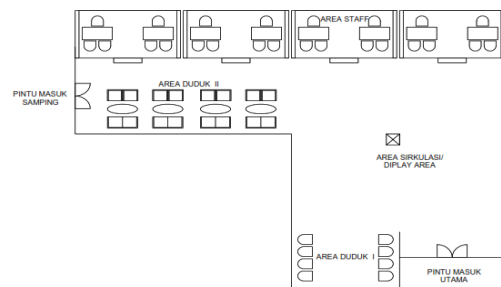
Analisa sosial budaya yang berdasarkan pada karakteristik perilaku pengguna dan penerapannya pada kearifan lokal sebagai simbol identitas budaya. Hal ini tercerminkan pada Dekoratif dinding yang teraplikasikan pada dinding runga tunggu 2 dan area *marketing doctoral*. Dekoratif tercermin dari

ornamen lingkaran dan motif persegi yang di susun secara diagonal serta lingkaran.

Analisa Fisik

a. Tata letak Ruang Tunggu

Ruang tunggu merupakan ruangan yang terletak di depan atau sekitar pintu masuk biasa digunakan untuk menunggu seseorang atau kegiatan tertentu. Ruang tunggu juga dilalui untuk akses keluar-masuk Gedung Doktoral. Ruang tunggu pada bangunan Gedung Doktoral berada di lantai satu dan berbentuk letter 'L'.



Gambar 6. Tata letak Gedung Doktoral

Gedung Doktoral memiliki dua pintu masuk yang terdiri dari pintu masuk utama dan pintu masuk samping. Pintu masuk utama berada di sebelah barat bangunan yang berhadapan dengan area parkir, sementara pintu samping berada di depan area Atrium. Di depan pintu masuk utama terdapat area sirkulasi yang terkadang dijadikan untuk area *display* pameran karena cukup luas. Area duduk terbagi menjadi dua area dengan perbedaan bentuk serta warna furnitur, area duduk satu berada di sebelah kiri pintu masuk utama dan terdapat delapan kursi. Sementara pada area duduk dua berada di depan pintu masuk samping dengan furnitur berupa empat sofa *double seat*, delapan sofa *single seat*,

dan empat *coffee table*. Pada area tunggu juga terdapat empat area staff dibedakan dengan ketinggian lantai dan materialnya, dinding, serta plafon yang berbeda dari ruang tunggu.

Pintu Masuk Utama

Pintu masuk utama menggunakan material kaca sehingga menggunakan *frame* yang disusun dengan jarak yang sama. Kesamaan jarak tersebut menciptakan ritme baik secara vertikal maupun horizontal. Dari garis tengah pintu jarak ke kanan dan ke kiri sama besarnya dan terdapat pot tanaman di depannya, maka terlihat keseimbangan. Penekanan tampak pada kusen pintu yaitu dari ketebalan kusen yang lebih tebal dari *frame* kaca yang lainnya. Tinggi pintu termasuk proposional dengan ketinggian standar yaitu 2.1 meter dari lantai.



Gambar 7. Pintu Masuk Utama
Foyer



Gambar 8. Foyer

Foyer merupakan tempat transisi yang terletak di depan pintu masuk ke dalam bangunan. Pada foyer langsung terlihat area staff. Terdapat keseimbangan yang terlihat pada posisi kolom dan dinding ruang Poliklinik serta pada *drop ceiling* yang berada di atas area staff. Unsur ritme tampak pada lis kolom dan dinding ruang Poliklinik. Warna lantai dan dinding yang senada membuatnya terlihat serasi.

Area Sirkulasi/Display Area

Pada area sirkulasi terlihat keragaman pada desain langit-langit, pada bagian kanan menggunakan *drop ceiling* sementara pada bagian kiri menggunakan desain yang sama dengan dinding. Penekanan terdapat pada warna dinding diatas ruang staff yang terlihat begitu kontras dengan sekitarnya. Ritme tampak pada desain dinding dan plafon sebelah kiri, yaitu pengulangan garis vertikal dan ornamen berukuran kecil yang menghiasinya.

Skala yang terdapat pada Ruang Tunggu Gedung Doktoral bukan skala manusia karena ketinggiannya hingga dua kali tinggi pintu lift, sehingga ada kesan manusia lebih kecil dari bangunannya bila berada di dalam.

Area Duduk I



Gambar 9. Area Duduk 1

Area Duduk 1 berada di sebelah kiri pintu masuk utama. Jendela menggunakan material full kaca dengan *frame* yang dipasang dengan jarak yang sama membentuk ritme. Proporsi yang terlihat bukan proporsi manusia bila dibandingkan dengan kursi yang ada, tingginya mencapai empat kali lipat dari tinggi kursi. Keseimbangan terdapat dari penempatan jumlah kursi yang sama di tepi dinding sebelah kanan dan kiri. Desain langit-langit yang disamakan dengan dinding membuatnya terlihat memiliki ritme.

Area Duduk II



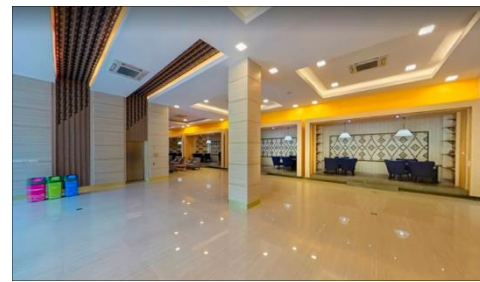
Gambar 10. Area Duduk 2

Area Duduk 2 memiliki empat sofa *double seat* dan delapan sofa *single seat* yang diletakkan berhadap-hadapan untuk mempermudah komunikasi dua arah. Garis-garis pada dinding yang dipasang vertikal dan

horizontal membentuk ritme. Jarak antara satu garis vertikal satu dan lainnya terlihat seimbang.

Perbedaan warna ornamen lingkaran, bentuk persegi yang membingkainya dan dinding warna bekalangnya terlihat beragam namun tetap mengandung kesatuan. Ornamen lingkaran ditengah dinding menjadi penekanan yang terlihat mencolok. Prinsip penekanan terlihat pada lingkaran ornamen berwarna hitam yang terdapat diantara bingkai dinding.

Area Marketing Doctoral



Gambar 11. Area Marketing Doctoral

Analisa Elemen Pembentuk Ruang

Pada area ruang tunggu gedung doctoral Universitas Mercu Buana ini, untuk desain interior pada fasilitas utilitas yang ada akan disesuaikan dengan kebutuhan analisa pengguna. Analisa desainnya membentuk pola tatanan *layout* yang dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan ruang yang sudah ditentukan dari analisa aktifitas pengguna. Pada elemen pembentuk ruang ini terdapat ciri-ciri yang sama dari pemakaian elemen pembentuk lantai, dinding dan elemen pengisi ruang serta pemakaian model furnitur yang memberi kesan muatan lokal pada motif

dindingnya. Pemakaian elemen lantai pada area ruang tunggu gedung doctoral ini menggunakan material *homogeneous tile* pada area lobi hingga ruang tunggu 1 dan 2 serta pemakaian karpet pada area marketing. Penggunaan sofa dan kursi dipilih warna dominan biru sehingga suasana yang ditimbulkan terkesan dingin namun elegan serta nyaman.

Pada elemen dinding dan *plafond* keduanya menggunakan material perpaduan unsur kayu dengan warna natural. Pemilihan unsur kayu dengan warna natural didasarkan pada unsur warna kayu yang memberi kesan karakter ruang bernuansa lokal budaya setempat serta memberikan kesan elegan, *luxury* serta *cozy*. Perbedaan warna ornamen lingkaran, bentuk persegi yang mbingkainya dan dinding warna belakangnya terlihat beragam namun tetap mengandung kesatuan. Ornamen lingkaran ditengah dinding menjadi penekanan yang terlihat mencolok. Prinsip penekanan terlihat pada lingkaran ornamen berwarna hitam yang terdapat diantara bingkai dinding.

Penerapan konsep desain memenuhi aspek estetika berdasarkan penerapan elemen desain dan dari kaidah prinsip desain berdasarkan:

- *Unity Harmony*, baik dari unsur garis, warna dan tekstur.
- *Balance Simetris*, bidang pada ornamen dinding di kiri dan kanan ruang tunggu.

- *Focal Point*, ornamen karakter lokal sebagai *point of interest main entrance*.
- Ritme, pengulangan unsur pada bidang ornamen dan *panel wood* di area ruang duduk.
- Detail, pemilihan warna dan material.
- Proporsi Skala, perbandingan tinggi, lebar, luas, massa, volume sudah proporsional.
- Warna, memberi kesan elegan, *luxury* serta nyaman di setiap area.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan

Ruang tunggu Gedung Doktoral tidak hanya digunakan untuk aktifitas menunggu tapi juga digunakan untuk berbagai aktifitas lain seperti pelayanan yang berkaitan dengan kemahasiswaan, kegiatan bimbingan mahasiswa dengan dosen, dan terkadang menjadi area *display* untuk pameran poster. Berdasarkan hasil observasi dan analisa elemen estetik ruang tunggu Gedung Doktoral mengandung prinsip-prinsip desain interior yang dikemukakan oleh D.K. Ching yaitu proporsi, skala, keseimbangan, keserasian, kesatuan dan keragaman, ritme, serta penekanan atau penegasan.

Pada pintu masuk utama prinsip desain ritme, keseimbangan dan penekanan terdapat pada *frame* jendela dan kusen pintu yang lebih tebal. Pada foyer prinsip desain yang tampak ialah keseimbangan yang terlihat pada posisi kolom dan dinding ruang Poliklinik serta pada *drop ceiling* yang berada di atas area staff.

Unsur ritme tampak pada lis kolom dan dinding ruang Poliklinik. Prinsip desain yang tampak pada area sirkulasi/ display area yaitu keragaman pada desain langit-langit, penekanan pada warna dinding diatas ruang staff, dan ritme pada desain dinding dan plafon. Sementara itu, pada area duduk 1 ritme terlihat pada *frame* jendela, proporsi yang terlihat bukan proporsi manusia bila dibandingkan dengan kursi yang ada, dan keseimbangan pada penempatan. Pada area duduk 2 keseimbangan tampak pada penyusunan sofa, ritme dan keseimbangan tampak pada dinding, serta penekanan pada ornamen dinding.

Saran

Saran yang diharapkan penulis untuk kemajuan penelitian ini diharapkan bisa berlanjut tak hanya mengkaji seputar area ruang tunggu doctoral saja tetapi area lainnya seperti perpustakaan, auditorium dan ruang kelas pada gedung doctoral.

F. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada hibah Penelitian Dosen Muda Dikti dan Universitas Mercu Buana sebagai sponsor yang telah mendanai penelitian, serta seluruh rekan-rekan yang mendukung terselenggaranya penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.

- Atmadi, T. Kajian Metode Pendekatan Desain Interior. (2016). *NARADA* 3 (1).
- Atmadjaja, J. S., & Dewi, M. S. (1999). *Estetika Bentuk*. Jakarta. Gunadarma.
- Ching, Francis D.K. (1996). *Ilustrasi Desain Interior*. Trans. Paul Hanoto Adjie. Jakarta: Erlangga.
- Dennis, L. (2010). *Green Interior Design*. Thailand: Allworth Press.
- Fanuel, W, Y. Kajian Estetika Interior Restoran Boncafe Di Jalan Pregolan Surabaya. (2014). *Intra Vol. 2* (2),7-12.
- Fitrah, M., & Lutfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Jawa Barat. CV Jejak.
- Jajuli. (2008). *Paradigma Konstekstual Pendidikan Seni*. Semarang: Unesa.
- Kelvianto, N., & Kusuma, W. Laksmi. Kajian Estetika Interior Restoran Sisingamangaraja Sites Semarang. (2013). *Dimensi Interior Vol. 11* (1), 44-53.
- Kusmiati, A. (2004). *Dimensi Estetika pada Karya Arsitektur dan Disain*. Jakarta: Djambatan.
- Laurens, J. M. (2002). *The Design Studio*. Department of Architecture Faculty of Civil Engineering and Planning Petra Christian University: Surabaya.
- Lawson, B. (2005). *How Designers Think*. Oxford: Architectural Press.
- Miller, J. (2008). *The Style Sourcebook*. Firefly Book: Richmond Hill.Canada.
- Nadaa, Z. Pengaruh Desain Interior pada Faktor Kenyamanan Pasien di Ruang Tunggu Unit Rawat Jalan Rumah Sakit. (2017). *NARADA Vol. 4*(3), 239-257.
- Permatasri, Rr. C. Kajian Estetik Pengolahan Motif Kain Grising Sebagai Elemen Dekoratif Pada Rosemoon Boutique

- Hotel Bali. (2018). *NARADA Vol. 5(3)*, 319-331.
- Rosadi, Jessica. 2014. Kajian Estetika Thomas Aquinas Pada Interior Kayu Aga House di Canggu Bali. (2014). *Intra Vol. 1(1)*, 1-4.
- Sudarwani, Maria, M., Ekaputra, & Dicky, Y. (2014). Karakteristik Ruang Tunggu pada Instalasi Rawat Jalan Bangunan Rumah Sakit (Kajian Studi Rumah Sakit Elisabeth Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Ke-5 2014*. FT Universitas Wahid Hasyim Semarang, Semarang, pp. 20-25. ISBN 978 602 99334 3 7.
- Yusuf, A. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta. Kencana Prenada Media.

DESAIN GANTUNGAN PAKAIAN SUSUN

Oleh:

Andrian Eka Nursetya

Malibu 62 Studio

andriannursetya@gmail.com

ABSTRAK

Gantungan pakaian adalah termasuk sebagian dari salah satu produk peralatan rumah tangga yang digunakan sebagai alat bantu atau perangkat penunjang untuk menggantung atau menyangkutkan pakaian. Gantungan pakaian ini biasa kita gunakan pada saat akan menjemur pakaian, menyimpan pakaian dalam lemari, untuk mendisplay pakaian di toko pakaian dan lain-lain. Dari berbagai macam dan jenis gantungan pakaian yang sudah ada terdapat jenis gantungan pakaian susun. Dengan menggunakan gantungan pakaian susun ini kita bisa menghemat ruang gantung dan menggantung pakaian lebih banyak dibandingkan menggantung pakaian yang digantung secara sejajar atau berurutan. Oleh sebab itu timbul ketertarikan dari perancang untuk merancang produk tersebut. Dalam proses perancangan produk ini perancang memulai dari tahap pencarian data, analisis data, penggalian ide, konsep perancangan, pembuatan prototipe, evaluasi dan pengujian produk, kemudian menentukan material yang tepat hingga pada proses produksi dan *finishing* produk. Rancangan desain produk Gantungan Pakaian Susun ini memiliki 1 batang kepala gantungan (*Hook*) yang memiliki 6 ruang atau tempat untuk mengkaitkan lengan gantungan (*Hanger*) yang terbagi di setiap sisi sampingnya 3 ruang pengait bersusun dari atas ke bawah dan menyatu dengan penambahan layer-layer sebagai organizer atau tempat tambahan untuk menggantung pelengkap pakaian seperti hijab, scraf, dasi dll yang berada di ujung bawah kepala gantungan (*Hook*) yang berjumlah 6 layer. *PVC Solid Board* dipilih sebagai material yang digunakan untuk memproduksi produk prototipe dari rancangan desain produk Gantungan Pakaian Susun ini.

Kata kunci: *Desain, Gantungan, Pakaian, Sistem, Susun.*

ABSTRACT

Clothes hanger is one of the household products which is used as a supporting tool to hang clothes. In general, people use the clothes hangers to dry the clothes, hang clothes in a cupboard, or display the clothes in a clothing store. One of the varieties of clothes hanger which is already known is hack clothes hanger. This product has become the designer's interest. The process of designing the hack clothes hanger involves searching for supporting data, analyzing the data, discovering ideas, designing concepts, making a prototype, evaluating and testing products, and determining the materials prior to production process and finishing product. The design of the stack clothes hanger consists of 1 hook, which has six spaces to hang the hanger. Each part has 3 hooks space arranged from top to bottom and it is fused by adding several layers as an organizer or additional place to hang complementary clothes, such as veil, scarf, ties, etc. The total of the hooks placed at the bottom is 6 layers. Furthermore, there are 6 hanger arms which can be used to hang men's and women's clothes, such as: Kebaya, Robe, Shirt, Suit, T-shirt, and various types of pants. PVC solid board was chosen as a material to make the prototype products of stack clothes hanger design.

Keywords: *Design, Hanger, Clothes, System, Stack.*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: December 31st, 2020

Revised: January 4th, 2021

Accepted: January 4th, 2021

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di dalam keseharian kehidupan ini, kita pasti telah mengenal istilah Pangan, Papan dan Sandang. Ketiga hal tersebut merupakan unsur terpenting yang harus kita penuhi sebagai kebutuhan primer dalam menjalankan roda kehidupan ini. Salah satu hal yang harus kita penuhi terlebih dahulu dan wajib hukumnya adalah hal sandang, karena hal tersebut merupakan bagian terpenting yang dimana setiap manusia harus memiliki dan mengenakannya dimulai dari lahir hingga meninggal. Berkenaan dengan sandang atau yang biasa kita sebut dengan istilah pakaian adalah sebuah benda yang umumnya terbuat dari bahan tekstil yang memiliki fungsi sebagai penutup atau pelindung tubuh kita. Dalam bahasa kita pakaian yang dimaksud ini adalah segala perlengkapan yang melekat pada bagian tubuh kita, yang terdiri dari baju, celana dan lain sebagainya. Berkaitan dengan sandang atau pakaian pasti kita temui pula terdapat sebuah benda atau alat yang selalu digunakan dan berhubungan dengan pakaian itu sendiri yaitu gantungan pakaian (*hanger*).

Gantungan pakaian ini adalah termasuk salah satu dari sebagian peralatan rumah tangga yang selalu digunakan dalam keseharian kita, diantaranya adalah untuk menjemur pakaian setelah dicuci, untuk menyimpan pakaian di dalam lemari pakaian, memajang atau mendisplay pakaian di toko

pakaian, jasa laundry, industri konveksi dan mungkin masih banyak lagi yang lainnya. Dari hasil pengamatan yang penulis telah lakukan dan temui selama ini terdapat berbagai macam dan jenis gantungan pakaian, baik itu dari jenis materialnya, bentuknya maupun ukurannya yang disesuaikan dengan sebuah kebutuhannya masing-masing, seperti yang kita ketahui bersama gantungan pakaian ini juga selain untuk menggantungkan pakaian orang dewasa dapat kita temui juga jenis gantungan pakaian yang di khususkan untuk pakaian balita hingga anak-anak, bahkan terdapat juga yang di desain khusus untuk jenis-jenis pakaian tertentu seperti celana jeans, gaun pengantin, setelan jas, mantel, jaket atau pakaian dengan ukuran yang lebih besar, tebal dan berat. Terdapat juga gantungan yang di fungsikan khusus sebagai organizer untuk hijab, syal, scraf, dasi dll. Umumnya gantungan pakaian ini memiliki bentuk standar yang hampir sama dari setiap macam jenis yang ada, yang dimana selalu terdapat bentuk pengait yang berbentuk 3/4 lingkaran yang berfungsi untuk menggantungkan gantungan pakaiannya itu sendiri pada sebuah penyangga baik itu pada perangkat jemuran pakaian ataupun pipa dalam lemari pakaian, sedangkan pada bagian lainnya yang berbentuk horisontal mengikuti bentuk pada bahu pakaian yang berfungsi sebagai penahan pakaiannya tersebut supaya bisa digantungkan dan tidak terjatuh.

Berdasarkan pembahasan yang telah diulas diatas, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa ternyata gantungan pakaian ini adalah termasuk dari sebagian produk peralatan rumah tangga yang keberadaannya dianggap sangat penting untuk membantu kebutuhan hidup kita pada saat akan menggantungkan pakaian. Menurut pengamatan dari penulis, tanpa sadar kebanyakan pemahaman dari kita selama ini memandang bahwa produk ini remeh, hanya sekedar dilihat dari fungsinya saja, apapun dan bagaimanapun bentuknya asalkan fungsinya bekerja yaitu bisa digunakan untuk menggantungkan pakaian. Akan tetapi tanpa kita sadari juga bahwa telah banyak bermunculan berbagai macam bentuk dan jenis gantungan pakaian yang di definisikan atau di kelompokkan sesuai fungsinya, bentuknya dan meterialnya masing-masing. Permasalahan yang ditemukan terkadang kita pada saat menggunakan produk ini tidak sesuai dengan jenis pakaian kita yang akan digantungkan, sebagai contoh misalkan kita menggunakan gantungan pakaian dengan material kawat tapi untuk menggantungkan pakaian berbahan tebal atau lembut sehingga akan menimbulkan kerusakan pada pakaian tersebut. Terdapat juga masalah pada saat kita menyadari sudah memiliki banyak pakaian yang akan digantungkan akan tetapi kapasitas lemari pakaian kita sudah tidak memadai lagi, kebanyakan dari kita biasanya terlalu memaksakan jumlah pakaian yang tidak

sesuai dengan ukuran lemari tersebut, akibatnya isi lemari kita tampak berantakan, sehingga pakain tersebut pada saat akan kita kenakan menjadi kusut dikarenakan terlalu menumpuknya antara pakaian yang satu dengan yang lainnya.

Untuk menjawab dari sebagian permasalahan yang telah kita dapati tersebut, penulis sangat tertarik untuk melakukan sebuah perancangan desain dan menciptakan produk gantungan pakaian atau *hanger* ini.

2. Rumusan Masalah

Adapun terdapat permasalahan perancangan, adalah sebagai berikut:




- Bagaimana rancangan ukuran yang sesuai untuk gantungan pakaian susun ini?



Hal ini untuk mendapatkan ukuran yang diinginkan, karena pada hasil akhirnya bertujuan untuk memanfaatkan ruang penyimpanan yang sempit agar dapat menampung jumlah pakaian yang lebih banyak lagi.

3. Orisinilitas

Studi Karya Desain Sejenis

Tabel 1: Studi Karya Desain Sejenis

No	Produk Gantungan	Analisis
1	 <p>Deskripsi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kategori : <i>Multi-Function Folding Hanger</i> (Gantungan pakaian multifungsi) • Material : Plastik • Kapasitas : 8 Pakaian • Dimensi : Tidak ada data 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagian Hook: <ul style="list-style-type: none"> - Pada saat direntangkan, posisi pakaian tersusun melintang atau sejajar. - Pada saat terlipat, posisi pakaian menjadi tersusun dari atas ke bawah. - Bisa ber rotasi 360 derajat • Bagian Lengan Gantungan Pakaian: <ul style="list-style-type: none"> - Bisa dilipat dan direntangkan, sehingga memudahkan kita pada saat akan menggantung dan melepas pakaian dari gantungannya. - Keseluruhan gantungan menjadi satu antara hook dan lengan gantungan
2	 <p>Deskripsi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kategori : <i>Space Saving Hanger Organizer</i> (Gantungan penunjang untuk mengaitkan gantungan pakaian) • Material : Plastik • Kapasitas : 8 Pakaian • Dimensi : Tidak ada data 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan gantungan ini, bisa disusun melintang sejajar (horisontal) dan disusun dari atas ke bawah (vertikal) • Sistem kerjanya terdapat pada <i>hook</i> nya yang bisa di geser-geser untuk menentukan pada posisi pengait gantungan menjadi horisontal atau vertikal sesuai kebutuhan yang diinginkan • <i>Hook</i> / kepala gantungan dan gantungan pakaiannya terpisah. Sehingga bebas menggunakan jenis gantungan pakaian apapun.
3		<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki 2 kepala/ <i>Hook</i> yang berfungsi untuk mengatur posisi gantungan sesuai kebutuhan yang diinginkan pada posisi disusun melintang sejajar (horisontal) atau disusun dari atas ke bawah (vertikal) • <i>Hook</i>/ kepala gantungan dan gantungan pakaiannya terpisah. Sehingga bebas menggunakan jenis gantungan pakaian apapun.

	<p>Deskripsi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kategori: <i>Space Saving Hanger Organizer</i> (Gantungan penunjang untuk mengaitkan gantungan pakaian) • Material : Plastik • Kapasitas : 5 Pakaian • Dimensi : Tidak ada data 	
4	 <p>Deskripsi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kategori : <i>Hanger Organizer</i> (Gantungan susun multifungsi untuk Celana, Hijab, Syal, Handuk dll) • Material : Metal • Kapasitas : 5 Layer • Dimensi : 32 x 26 cm • Berat : 300 gram 	<ul style="list-style-type: none"> • Batang lengan gantungan bersusun dari atas ke bawah (vertikal)
5	 <p>Deskripsi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kategori : <i>Hanger Organizer</i> (Gantungan susun multifungsi untuk Hijab, Syal, Dasi dll) • Material : Plastik • Kapasitas : 2 sisi @ 8 layer • Dimensi : Tidak ada data 	<ul style="list-style-type: none"> • Batang lengan gantungan 2 sisi bersusun dari atas ke bawah (vertikal).

Berdasarkan data dari studi karya desain sejenis di atas, penulis dapat

mengambil wawasan dan referensi yang akan digunakan sebagai konsep awal ide

perancangan untuk mendesain produk gantungan susun. Setelah mengamati dan mempelajari setiap karakter dari tiap produk gantungan susun yang sudah ada, penulis dapat menyimpulkan bahwa dari setiap jenis gantungan susun tersebut memiliki kelebihan dan tujuan desain yang sama yaitu untuk mengatur atau menata pakaian supaya lebih rapi dan bisa menghemat ruang penyimpanan agar mampu menampung lebih banyak lagi pakaian yang akan digantungkan. Kesimpulan lain yang dapat diambil dari gantungan susun yang sudah ada tersebut memiliki fungsi masing-masing untuk jenis pakaian yang berbeda, maksudnya adalah jenis gantungan susun yang di khususkan untuk pakaian jenis kemeja itu sendiri, gantungan susun untuk celana itu sendiri dan gantungan susun untuk hijab, syal, dasi dll itu juga sendiri. *Point* yang di maksud oleh penulis adalah kenapa dari setiap gantungan susun tersebut tidak bisa di satukan sekaligus fungsinya untuk semua jenis pakaian dalam satu gantungan. Mengambil dari hasil pemikiran tersebut, penulis memiliki ide untuk menyatukan fungsi tersebut dalam satu kesatuan sebagai dasar konsep perancangan produk gantungan pakaian susun.

4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan perancangan dari Gantungan Pakaian Susun, adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menjawab permasalahan yang terdapat pada produk gantungan

pakaian atau *hanger* yang sudah ada dan biasa kita gunakan selama ini.

- 2) Untuk memberikan solusi dengan berinovasi dan merancang hingga menciptakan alternatif desain pada produk *hanger* ini dan pada tujuan akhirnya adalah produk ini dapat digunakan dengan tepat, lebih praktis, lebih efisien, dapat mengurangi resiko kerusakan pada pakaian dan bisa memaksimalkan ruang penyimpanan pada ruang yang sempit, sehingga mampu menampung pakaian lebih banyak lagi.

Adapun manfaat perancangan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Penulis dijadikan sebagai kelengkapan Tugas Akhir untuk syarat wajib kelulusan. Dengan harapan sebagai mahasiswa mampu melalui proses belajar mendesain hingga menciptakan produk.
- 2) Bagi Instansi dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran keilmuan, khususnya Desain Produk.
- 3) Bagi Masyarakat atau Pengguna dapat dijadikan sebagai sarana untuk menunjang kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.

B. KONSEP PERANCANGAN

1. Kajian Sumber Perancangan

Gantungan pakaian atau *hanger* adalah suatu alat yang digunakan untuk menggantungkan atau menyangkutkan pakaian. “Gantungan”

adalah sebuah alat untuk menyangkutkan, mengkaitkan, menggantungkan sesuatu, sedangkan “Pakaian” adalah sesuatu yang dipakai, digunakan, dikenakan untuk menutupi atau melindungi bagian tubuh atau badan, seperti baju, celana dan lain sebagainya. Sedangkan arti kata “Susun” atau dengan kata lain tumpuk adalah seperangkat barang yang diatur bertingkat-tingkat, tindih-menindih, beraturan. Sehingga makna dari “Gantungan Pakaian Susun” ini adalah sesuatu barang yang akan digunakan untuk menggantungkan, mengkaitkan, menyangkutkan pakaian seperti baju, celana dan lain sebagainya yang akan diatur bertumpuk, tindih-menindih, bertingkat-tingkat.

2. Landasan Perancangan

Pada proses perancangan produk gantungan pakaian susun ini, pastinya penulis sangat membutuhkan data-data pendukung untuk membantu dan mempermudah dalam menyelesaikan proses perancangan produk ini. *Point-point* data yang dibutuhkan diantaranya adalah sebagai berikut:

- **Pengetahuan**

Untuk merancang sebuah produk gantungan pakaian susun ini, langkah awal yang akan dilakukan oleh penulis adalah mencari dan menambah pengetahuan atau wawasan dan pengumpulan data sebanyak-banyaknya tentang produk gantungan pakaian. Penulis harus benar-benar memahami terlebih dahulu dengan melakukan riset atau penelitian berkenaan dengan produk

tersebut, baik dari berbagai macam dan jenisnya dari ukuran dan fungsinya bahkan hingga ke materialnya. Selain itu penulis juga harus bisa menemukan kelebihan dan kekurangan produk tersebut dari berbagai macam dan jenisnya. Kemudian penulis uraikan dari semua data yang dikumpulkan untuk menjawab permasalahan pada produk gantungan pakaian yang penulis telah temukan. Khususnya pada produk gantungan pakaian susun penulis harus mempelajari lebih jauh lagi dari produk sejenis yang sudah ada melalui sistematisnya, ukurannya maupun materialnya agar menghindari kesamaan pada konsep ide yang akan penulis lakukan. Tujuannya adalah supaya penulis dapat menemukan inovasi baru atau pembaharuan terhadap produk tersebut. Data-data pengetahuan sebagai berikut:

- 1) Data referensi produk sejenis
- 2) Data analisis produk sejenis
- 3) Data riset produk sejenis
- 4) Data *brain storming* dan *problem solving*
- 5) Data analisis material
- 6) Data vendor / produsen

- **Keterampilan**

Keterampilan yang bisa dilakukan oleh penulis hanyalah sebatas merancang dan memberikan konsep ide melalui gambar sketsa dan gambar kerja hingga *mockup* produk yang kemudian akan diserahkan kepada pihak produsen atau vendor untuk melanjutkan ke proses produksi. Keterampilan yang dibutuhkan oleh penulis

disini selain mampu menggambar juga harus mampu menganalisa pengolahan data sehingga dapat menemukan kebaruan desain gantungan pakaian susun baik dari segi desain, fungsi dan cara penggunaannya secara tepat agar hasil rancangan penulis dapat diterima oleh pengguna. Data-data keterampilan sebagai berikut:

- 1) Gambar Sketsa
- 2) Gambar Kerja
- 3) *Mockup*

- **Kelengkapan Peralatan**

Dalam proses perancangan desain produk, kelengkapan peralatan sangatlah penting agar dapat menunjang proses perancangan, mulai dari awal konsep ide sampai ke tahap produksi hingga pada hasil akhir produk yang siap di gunakan. Data-data kelengkapan peralatan sebagai berikut:

- 1) Alat gambar (Buku gambar, Pensil, Pensil warna, Penghapus dan Penggaris)
- 2) *Hardware & Software* untuk desain:
 - Komputer
 - Software Bitmap, Vector dan 3D
- 3) Alat pembuatan *mockup*
 - Alat pemotong (Cutter, Pensil, Penggaris)
 - Perekat (Lem)
- 4) Alat Produksi
 - Mesin Potong CNC Router
 - Cat Duko
 - Dempul
 - Perekat (Lem)
 - Amplas

- **Ketersediaan Material**

Untuk menentukan material yang tepat penulis harus mengumpulkan data dari berbagai jenis material yang memungkinkan dapat digunakan untuk produk gantungan pakaian susun. Data-data material sebagai berikut:

- 1) Termoplastik Polimer (Plastik Molding)
- 2) PVC Board
- 3) ABS (*Acrylonitrile Butadiene Styrene*)
- 4) WPC (*Wood Plastic Composite*)

- **Biaya Perancangan**

Perhitungan biaya perancangan juga harus dilakukan oleh penulis dimulai dari awal konsep perancangan hingga tahap produksi.

Data-data biaya sebagai berikut:

- 1) Biaya material pembuatan *mockup*
- 2) Biaya komodasi
- 3) Biaya bahan material
- 4) Biaya jasa produksi

- **Kemungkinan Produksi**

Terdapat beberapa kemungkinan produksi yang penulis harus tentukan, dengan proses seperti apa saja pengerjaan produksinya. Apabila sudah menemukan cara kerja atau sistem produksinya yang tepat, material yang tepat, biaya produksi yang tepat pula, bukan tidak mungkin produk ini akan di produksi secara massal dan dipasarkan. Data-data kemungkinan produksi, sebagai berikut:

- 1) *Laser Cutting*
- 2) *CNC Router*
- 3) *Molding*

3. Tema/Ide/Judul

Salah satu faktor yang memperkuat karakter dari sebuah produk adalah produk yang memiliki tema desain. Tema desain ini berjalan bersamaan dengan ide awal perancangan produk, karena tema desain ini yang akan mengarahkan seorang desainer agar lebih fokus kepada bagaimana nantinya hasil akhir dari sebuah rancangannya tersebut. Dengan kata lain tema desain akan menjadi kerangka dasar atau pondasi dari sebuah ide desain yang akan direalisasikan. Pada produk gantungan pakaian susun ini, perancang mengangkat tema desain yang minimalis, elegan, praktis dan fungsional. Berdasarkan pemaparan dari kelompok pengguna produk ini yaitu kelompok dengan status ekonomi menengah ke atas, sudah barang tentu pada karakteristik kelompok tersebut adalah kelompok yang kebanyakan lebih menyukai suatu hal yang minimalis akan tetapi tampak elegan, mewah dan berkelas.

4. Konsep Perwujudan/ Penggarapan

1) Konsep Dasar

Konsep dasar rancangan dari produk gantungan pakaian susun ini berawal dari pengamatan perancang terhadap sebagian dari produk perkakas rumah tangga ini secara langsung maupun tidak langsung. Gantungan pakaian susun ini mungkin kita dapati masih jarang yang menggunakannya, mungkin di karenakan jenis gantungan ini dianggap belum terlalu sangat di butuhkan. Yang sering kita jumpai adalah jenis gantungan yang

bersusun yang dikhususkan penggunaannya untuk menggantung hijab, syal, scarf dll. Sedangkan gantungan susun yang di khususkan untuk pakaian (kemeja, *t-shirt*, celana dll) jarang kita temui, bahkan perancang pun belum pernah melihatnya secara langsung. Selama proses perancangan produk ini, perancang hanya melakukan observasi melalui data internet. Hal itu lah yang mendasari perancang tertarik untuk merancang jenis gantungan pakaian susun ini. Konsep dasar yang menjadi acuan bagi perancang untuk merancang produk ini adalah ingin menggabungkan 2 fungsi gantungan susun antara gantungan susun untuk *organizer* (hijab, syal, scarf, dasi dll) dengan gantungan susun untuk pakaian. Pemikiran ide awal ini dianggap oleh perancang cukup menarik, karena selama melakukan penelitian, analisa data dan observasi perancang belum mendapati jenis gantungan susun seperti itu yang di jadikan dalam satu perangkat. Sejauh perancang yang ketahui kedua perangkat itu terpisah, berdiri sendiri dengan fungsinya masing-masing.

Kemudian muncul pertanyaan dari perancang, “Kenapa kedua perangkat tersebut harus terpisah dan mungkinkah seandainya kedua perangkat tersebut dijadikan dalam satu perangkat?” dari hasil pertanyaan tersebutlah yang dijadikan oleh perancang sebagai konsep dasar rancangan produk “Gantungan Pakaian Susun”.

2) Konsep Ukuran

Dalam perancangan sebuah produk, kita sebagai perancang atau desainer harus mampu menyampaikan hasil pemikiran rancangannya melalui gambar kerja. Gambar kerja ini adalah gambaran ukuran detail dari rancangan produk yang akan di jadikan acuan atau pedoman untuk merealisasikan ide ke dalam wujud atau bentuk fisik. Gambar kerja itu sendiri biasanya terdiri dari berbagai unsur yang memuat informasi mengenai dimensi atau ukuran produk. Hasil akhir dari gambar kerja ini dijadikan sebagai suatu alat komunikasi, informasi atau perintah dari perancang untuk disampaikan kepada pelaksana produksi atau produsen supaya mempermudah dalam proses produksinya dan menghasilkan wujud atau bentuk fisik produk yang sesuai dengan gambar kerjanya tersebut. Sehingga antara perancang dan pelaksana produksi memiliki maksud dan tujuan bersama.

Dalam pelaksanaan konsep ukuran ini, perancang melakukan perancangan yang diawali mulai dari gambar sketsa manual secara kasar terlebih dahulu kemudian berlanjut pada proses penyempurnaan gambar ke dalam bentuk gambar berbasis 2D atau *vector* dan 3D agar dalam memberikan informasi segala unsur ukuran atau dimensi produk lebih jelas, detail dan mudah dipahami oleh pihak produsen.

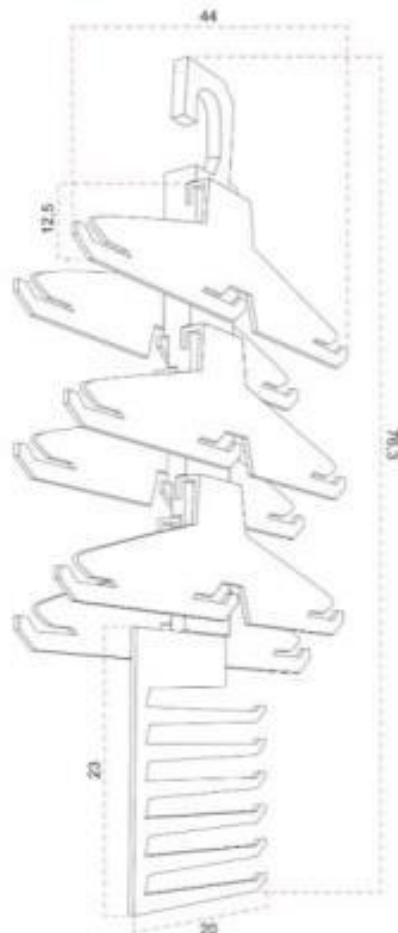
Berikut adalah konsep ukuran atau dimensi produk gantungan pakaian susun:

1. Kepala Gantungan (*hook*)

Tinggi = 76,3 cm, Panjang keseluruhan = 20 cm, Panjang pengait = 8,3 cm, Diameter pengait = 4 cm, Ketebalan = 3,5 cm s/d 0,5 cm pada bagian bawah (bagian atas lebih tebal, mengecil ke bawah). Sehingga secara keseluruhan ukuran kepala gantungan (*hook*) adalah: Tinggi = 76,3 cm, Panjang = 20 cm, Lebar = 3,5 cm.

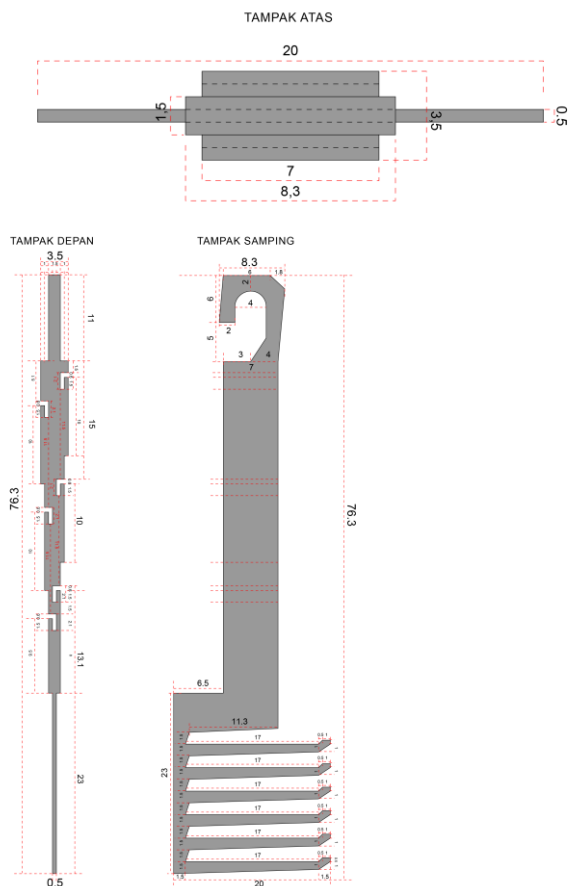
2. Lengan Gantungan (*banger*)

Tinggi = 12,5 cm, Panjang = 44 cm, Panjang pengait = 7 cm, Lebar bahan = 0,5 cm, Lebar pengait = 2 cm.



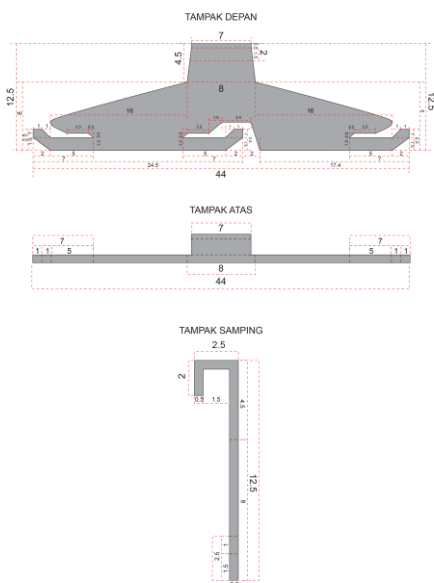
Gambar 1. Dimensi / Ukuran Gantungan Pakaian Susun

- Detail ukuran kepala gantungan (*hook*)



Gambar 2: Dimensi / Ukuran Kepala Gantungan (*Hook*)

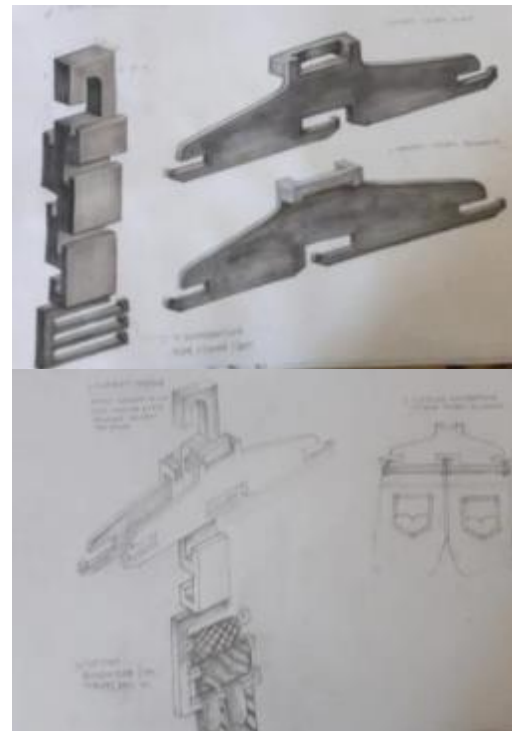
- Detail ukuran lengan gantungan (*hanger*)



Gambar 3: Dimensi / Ukuran Lengan Gantungan (*Hanger*)

3) Konsep Bentuk

Konsep bentuk pada produk gantungan pakaian susun ini mengambil dari bentuk geometris. Bentuk geometris ini biasanya mudah untuk di kenali karena menampilkan kesan yang terstruktur dan simetris atau teratur. Karena yang ingin perancang tampilkan dari konsep bentuk produk ini adalah yang berkesan minimalis dan elegan. Secara keseluruhan bentuk dari produk ini di dominasi oleh bentuk bidang dasar persegi empat.



Gambar 4: Sketsa awal rancangan dan ilustrasi

4) Konsep Material

Pada perancangan produk gantungan pakaian susun ini, perancang mengambil pertimbangan dengan memilih menggunakan material *PVC Solid Board* untuk memproduksi produk prototype gantungan pakaian susun ini. Karena material jenis ini memiliki karakteristik bagian luarnya seperti

plastik, mudah di proses, aman dan kuat. Pertimbangan lain yang diambil oleh perancang adalah mengenai harga yang dimana material ini masih terhitung lebih murah dibandingkan dengan material termoplastik dengan asumsi keseluruhan biaya produksinya. Apabila menggunakan material termoplastik, bagi perancang untuk saat ini tidak mampu mengeluarkan anggaran untuk pembuatan molding yang dirasa sangat mahal. Begitu juga dengan pertimbangan menggunakan material 3D *print*, dengan banyaknya jumlah perangkat dalam satu set gantungan susun ini saja perancang sudah memperkirakan biaya produksinya yang membengkak.

Berdasarkan dari semua pertimbangan yang telah perancang jabarkan, pada akhirnya memilih *PVC Solid Board* adalah pilihan yang tepat untuk merealisasikan rancangan produk gantungan pakaian susun ini.

Secara umum berikut ini kelebihan *PVC Solid Board*:

- Insulasi suara, penyerap suara, insulasi panas, dan mampu mengontrol panas
- *Flame retardancy*, yaitu tahan api dan aman digunakan
- *Moistureproof*, *mouldproof*, ketahanan terhadap asam dan alkali
- Ringan, penyimpanan dan transportasi mudah
- Kinerja jauh lebih baik daripada pemrosesan kayu, merupakan pengganti

yang ideal untuk kayu, aluminium, plat komposit

- Karakteristiknya mudah digergaji, pengeboran, perencanaan, dipaku, sambungan dan cetakan panas
- Dapat digunakan dengan proses pembentukan panas, pembengkokan panas dan lipat
- Permukaan halus, kekerasan tinggi, tahan gores, sering digunakan untuk membuat furnitur, dan dapat dicetak.

5) Konsep Warna

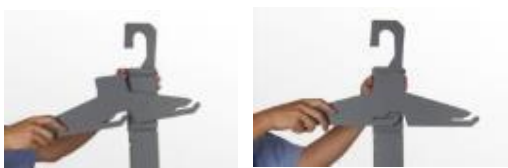
Pada konsep warna perancang memilih warna abu-abu (*grey*) untuk rancangan produk gantungan pakaian susun ini. Warna abu-abu memiliki karakteristik lebih netral, elegan dan formal. Faktor warna ini akan mendukung tema desain dari produk ini yang ingin menampilkan kesan minimalis dan elegan. Unsur kenetralan juga terdapat pada warna ini, karena produk ini secara umum dapat digunakan oleh pria maupun wanita.

6) Konsep Mekanik

Konsep mekanik atau cara kerja pada rancangan produk gantungan pakaian susun ini cukup sederhana. Sistematisnya hanya pada cara penggunaannya saja. Karena terdiri dari dua perangkat yaitu kepala gantungan (*Hook*) dan lengan gantungan (*hanger*), maka sistematisnya terletak pada bagaimana caranya supaya kedua perangkat tersebut bisa saling terhubung dan terkait. Untuk lebih jelasnya lagi perancang akan menjabarkan sistematis atau cara penggunaan pada produk

ini melalui kata-kata atau kalimat dengan tujuan agar lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh pengguna.

Berikut adalah ilustrasi cara penggunaan pada produk ini: Langkah pertama adalah ketika hendak menggantung atau mengkaitkan perangkat lengan gantungan (*hanger*) pada kepala gantungan (*hook*) yaitu hanya mendorong masuk bagian lengan gantungan (*hanger*) ke dalam bagian lubang yang sudah terdapat pada bagian perangkat kepala gantungan (*hook*) dan langkah kedua adalah ketika hendak melepaskan atau memisahkan kedua perangkat tersebut yaitu hanya menarik keluar bagian lengan gantungan (*hanger*) dari bagian kepala gantungan (*hook*). Atau lebih mudahnya perancang menyebutnya dengan sistem geser (*sliding*) ke dalam dan keluar atau dari kanan ke kiri maupun sebaliknya pada bagian perangkat lengan gantungan (*hanger*) dari bagian perangkat kepala gantungan (*hook*).



Gambar 5: Ilustrasi Mekanisme Produk

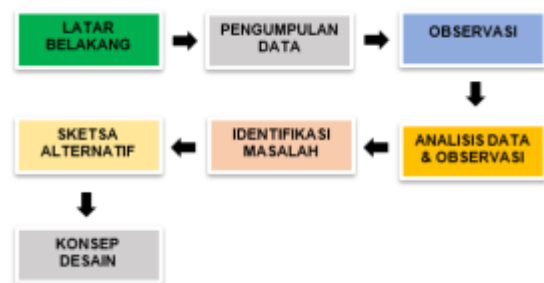
C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Skema Proses Perancangan

Proses perancangan diawali dari pemaparan latar belakang dari jenis produk yang akan dirancang kemudian dilanjutkan pada tahap pengumpulan dan pengelompokan data produk sejenis sebanyak-banyaknya, setelah

itu melakukan analisis pada semua produk sejenis dengan mengelompokan dari setiap kategori baik dari bentuk, fungsi, sistem dan materialnya. Selain melakukan analisis pada data yang sudah terkumpul, penulis juga melakukan observasi langsung pada kondisi sebenarnya di lapangan. Dari semua hasil analisis dan observasi tersebut penulis mendapatkan permasalahan diantara kelebihan dan kekurangannya dari setiap data yang dapat diangkat kemudian mencari solusi dengan memvisualisasikan melalui gambar sketsa alternatif sebanyak mungkin untuk menjawab semua permasalahan tersebut. Dari semua proses yang sudah dilalui tersebut, penulis dapat menghasilkan konsep desain untuk perancangan produk gantungan pakaian susun.

Bagan 1. Skema Proses Perancangan

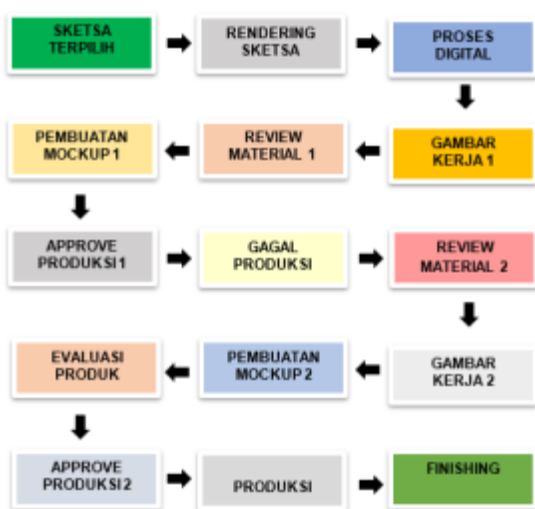


Skema Proses Produksi

Pada proses skema produksi ini konsep desain yang didapat dari proses skema proses perancangan diatas dikembangkan lagi lebih detail dengan pemilihan dari beberapa sketsa desain alternatif tersebut menjadi sketsa desain terpilih. Desain terpilih tersebut selanjutnya diberi pewarnaan atau *rendering manual* dan pendetailan dimensi produk, kemudian di proses ke dalam bentuk gambar

2D atau berbasis vector dan 3D yang akan digunakan sebagai acuan menjadi gambar kerja yang akan di berikan kepada pihak produsen atau vendor. Sebelum melanjutkan ke proses eksekusi produksi, penulis lebih dulu menentukan jenis material yang akan digunakan sebagai bahan dasar produk gantungan pakaian susun ini. Setelah mendapatkan material yang tepat kemudian penulis menentukan proses produksi dengan sistem pemotongan atau *cutting* CNC. Setelah proses cutting selesai dilanjutkan pada proses finishing, Proses finishing sendiri melalui beberapa tahap. Yang pertama penyatuan setiap potongan menjadi satu kesatuan sehingga membentuk bagian hook nya. Kemudian ke proses pengecatan, di awali dengan proses pendempulan lalu pengamplasan kemudian sentuhan terakhir penyemprotan cat 2 lapis atau 2 kali proses penyemprotan.

Bagan 2. Skema Proses Produksi



D. ULASAN KARYA

Setelah melalui segala proses perancangan desain produk gantungan pakaian susun ini, diawali dari latar belakang permasalahan, konsep desain hingga proses produksi. Pada akhirnya perancang sampai pada tujuan akhir dan terciptalah produk “Gantungan Pakaian Susun”.

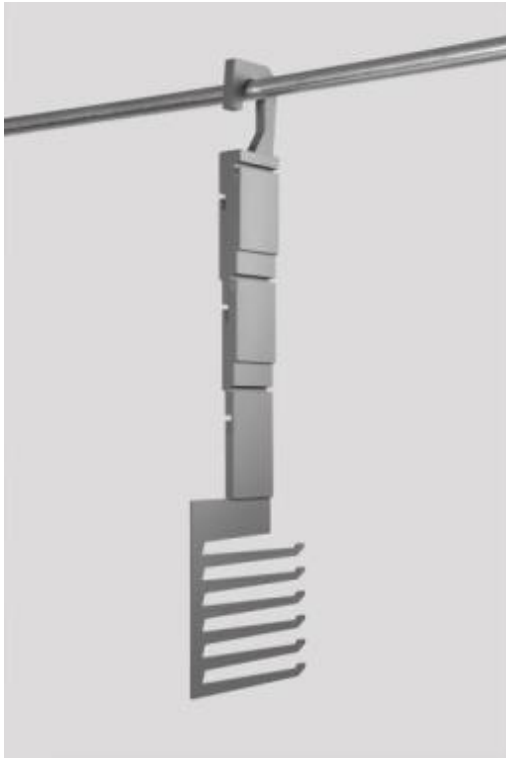


Gambar 6: Desain Final Gantungan Pakaian Susun

Deskripsi Produk

1 Set perangkat gantungan pakaian susun terdiri dari:

- 1 Kepala Gantungan (*Hook*) + 6 Layer Organizer



Gambar 7: Kepala Gantungan (*Hook*) + 6 Layer Organizer

- 6 Lengan Gantungan (*Hanger*)



Gambar 8: 6 Lengan Gantungan (*Hanger*)

Cara Penggunaan Produk

Berikut adalah ilustrasi cara penggunaan pada produk:

1. Mekanisme antara kepala gantungan (*hook*) dengan lengan gantungan (*hanger*)



Gambar 9: Ilustrasi mekanisme produk (langkah 1 & 2)

Pada gambar 9. Ilustrasi mekanisme produk:

- a. Langkah pertama adalah ketika hendak menggantungan atau mengkaitkan perangkat lengan gantungan (*hanger*) pada kepala gantungan (*hook*) yaitu hanya mendorong masuk bagian lengan gantungan (*hanger*) ke dalam bagian lubang yang sudah terdapat pada bagian perangkat kepala gantungan (*hook*).
- b. Langkah kedua adalah ketika hendak melepaskan atau memisahkan kedua perangkat tersebut yaitu hanya menarik keluar bagian lengan gantungan (*hanger*) dari bagian kepala gantungan (*hook*). Atau lebih mudahnya perancang menyebutnya dengan sistem geser (*sliding*) ke dalam dan keluar atau dari kanan ke kiri maupun sebaliknya pada bagian perangkat lengan gantungan (*hanger*) dari bagian perangkat kepala gantungan (*hook*).

2. Cara penggunaan lengan gantungan (*hanger*) pada pakaian

Pada gambar 10 adalah ilustrasi penggunaan produk pada lengan gantungan (*hanger*). Produk ini memiliki keunggulan pada kepala pengaitnya yang tidak terlalu tinggi sehingga memberikan kemudahan pada pengguna saat

akan menggantungkan kemeja tanpa harus melepas kancing pakaian terlebih dahulu.



Gambar 10: Ilustrasi penggunaan produk lengan gantungan (*banger*)

Produk Preview



Gambar 11: *Preview* Gantungan Pakaian Susun Wanita

Pada gambar 11 adalah *preview* produk gantungan pakaian susun yang digunakan untuk menggantungkan pakaian wanita sekaligus juga untuk menggantungkan pelengkap pakaian seperti hijab dan scraf.



Gambar 12: *Preview* Gantungan Pakaian Susun Pria

Pada gambar 12 adalah *preview* produk gantungan pakaian susun yang digunakan untuk menggantungkan pakaian pria sekaligus juga untuk menggantungkan pelengkap pakaian seperti dasi. Kemudian juga terdapat ilustrasi gantungan saat digunakan untuk menggantungkan celana, gantungan ini memiliki pengait pada bagian tengahnya yang berfungsi untuk mengaitkan tempat ikat pinggang pada celana tersebut.



Gambar 13: *Preview* Pembuktian ruang gantung pakaian

Pada gambar 13 Terdapat perbedaan yang tampak jelas pada ruang gantung antara menggantungkan pakaian yang di gantung berurutan dengan yang di gantung bersusun. Saat digantung berurutan ruang gantung menjadi lebih sedikit untuk menggantungkan pakaian.



Gambar 14: Hasil rancangan yang sudah jadi

Pada gambar 14 adalah hasil rancangan yang sudah jadi dan digunakan mendisplay pakaian-pakaian pria dan wanita menggunakan produk gantungan pakaian susun hasil rancangannya untuk membuktikan dan menjelaskan secara visual dan faktual bahwa hasil karyanya berhasil atau tidak-nya sesuai dengan konsep rancangan.

E. KESIMPULAN

Proses desain adalah proses belajar yang selalu berproses untuk terus belajar, proses belajar desain senantiasa mengalami tinjauan dari cakrawala berfikir baru yang bisa didapatkan dari mana saja. Pada proses perancangan desain sebuah produk selalu berhubungan dengan sebuah pengembangan ide atau gagasan yang bertujuan untuk terus menghasilkan pembaharuan atau inovasi yang berasal dari produk terdahulu. Begitu juga dengan produk hasil rancangan dari perancang yaitu Gantungan Pakaian Susun ini juga berasal dari pengembangan ide dan mengadaptasi dari beberapa produk gantungan pakaian lainnya yang sudah ada.

Kesimpulan yang di dapatkan adalah bahwa rancangan produk ini terbukti

sudah menjawab dari semua permasalahan rancangan, yang dimana tujuan rancangannya adalah untuk mendapatkan ruang gantung untuk pakaian yang lebih banyak lagi dan penggunaan gantungan yang lebih praktis dan elegan. Wujud fisik dari produk ini adalah produk *prototype* yang menggunakan material *PVC Solid Board*, sedangkan target akhir daripada rancangan produk ini adalah menggunakan material termoplastik yang dimana sudah dipastikan jenis material ini memiliki berat massa yang lebih ringan di bandingkan dengan *PCV Solid Board* sehingga nantinya secara faktual produk ini telah mencapai pada maksud dan tujuan perancangan.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, D. (2018). Tinjauan Material Dan Bentuk Ragam Jenis Produk Bantal Leher Di Jabodetabek. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 5(3).
- Astuti, A, D. (2018). Penerapan Warna Pada Ruang Interior Anak Autis. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 5(1).
- Hurst,K, S. (1999). *Engineering Design Principles*. Hull: University of Hull.
- Irawan,A, P. (2017). *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur. Suatu Kompetisi Dalam Waktu. Prosiding Temu Ilmiah Dosen 2005*. Jakarta: Fakultas Teknik Universitas Tarumanagara
- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Indra, M., Hasrin, H & Hanif H . (2015). Analisis Kualitas Produk dengan Pengaturan Parameter Temperatur Injeksi Material Plastik Polypropylene (PP) Pada Proses Injection Molding. *Industrial Engineering Journal*, 4(2)

- Rustan, S. (2019). *Buku Warna dan Warni*. Jakarta: Batara Imaji.
- Soedarwanto, H. (2018). Teori Vitruvius Vs Teori Sir Henry Wotton Dalam Desain Produk. *NARADA Jurnal Desain dan Seni*, 5(2).
- Yakub Y, & Madinah. (2011). Perencanaan Sistem Pendinginan Cetakan Plastik Holder Pulley Perusahaan Manufaktur". *Jurnal FLYWHEEL*, Vol.4(2).

SISTEMATIKA UMUM PENULISAN JURNAL NARADA

RINGKASAN / ABSTRAK

Abstrak merupakan kependekan yang lengkap dan jelas menerangkan seluruh isi tulisan dan umumnya disajikan dalam satu paragraf dengan menggunakan tidak lebih dari 200 kata. Abstrak memuat permasalahan, metode, dan hasil. Dengan tidak mengulang kata-kata dalam judul, tulislah masalah pokok dan alasan dilakukannya penelitian serta sasaran yang ingin dicapai. Begitu pula, beritahukan pendekatan dan metode serta bahan yang dipakai, serta ungkapan hasil dan simpulan penting yang diperoleh. Penyajian dapat dilakukan secara kualitatif (abstrak indikatif) atau kuantitatif (abstrak informatif). Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Pada bagian terakhir, perlu untuk mencantumkan kata-kata kunci (*keywords*) minimal 3 kata.

A. PENDAHULUAN

Bagian Pendahuluan tidak sekadar memuat pernyataan tentang masalah dan mengarahkan pembaca pada pustaka yang relevan. Lewat paparan yang logis, nyatakan apa yang diteliti dan apa luaran yang diharapkan. Dalam artikel yang baik umumnya hanya ada beberapa paragraf pada bagian pendahuluan. Hipotesis penelitian, bila ada, dapat dimuat di bagian ini.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Saat ini, jarang ada jurnal ilmiah yang mencantumkan bagian Tinjauan Pustaka secara khusus. Apabila jurnal ilmiah mengizinkan bagian Tinjauan Pustaka, cantumkan pustaka terbaru, relevan, dan asli (state of the art). Uraikan kajian pustaka yang menimbulkan gagasan dan mendasari kegiatan penelitian Anda.

C. METODE

Uraikan metode secara terperinci (peubah/variabel, model yang digunakan, rancangan penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan cara penafsiran). Untuk bidang tertentu, nama pabrik pembuat reagen serta merk dan tipe peralatan perlu disebutkan.

Untuk penelitian yang menggunakan metode kualitatif, jelaskan pendekatan yang digunakan, proses pengumpulan data, pemeriksaan keabsahan data, dan analisis data, dan proses penafsiran hasil penelitian. Maksud dari rincian ini ialah untuk menjamin keterulangan hasil penelitian.

Metode penelitian dalam beberapa bidang ilmu agak berbeda dengan metode dalam bidang iptek. Penelitian iptek pada umumnya bersifat empirik (seringkali eksperimental) dan menganut pendekatan induktif. Sementara itu penelitian bidang matematika tidak selalu demikian: umumnya deduktif, seringkali tanpa hipotesis dan tanpa data.

D. HASIL

Sajikan hasil penelitian sewajarnya secara bersistem. Jika data terlalu banyak, adakalanya Anda perlu selektif dalam menyajikannya. Dengan pertimbangan yang masak, rancanglah tabel, grafik, gambar atau alat penolong lain untuk memperjelas dan mempersingkat uraian yang harus diberikan. Jangan berikan informasi berulang, misalnya dalam bentuk tabel dan gambar. Tabel dan gambar perlu disebut dalam teks dan letaknya tidak berjauhan dari teks yang bersangkutan. Hindari pengulangan informasi yang

sudah ada dalam ilustrasi secara panjang lebar. Tafsirkan hasil yang diperoleh dengan memperhatikan dan menyesuaikannya dengan masalah atau hipotesis yang diungkapkan dalam Pendahuluan. Adakalanya Hasil digabungkan dengan Pembahasan, menjadi bagian yang dinamakan Hasil dan Pembahasan.

D. PEMBAHASAN

Bagian ini memuat argumen mengenai relevansi, manfaat, dan kemungkinan atau keterbatasan percobaan yang telah dilakukan, serta hasilnya; atau kajian menyeluruh mengenai data yang telah diperoleh.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah inferensi, deduksi, abstraksi, implikasi, interpretasi, pernyataan umum, dan atau perampatan (generalisasi) berdasarkan temuan. Sebaiknya kesimpulan tidak mengandung angka sebab angka-angka biasanya membatasi efek atau dampak cakupan perampatan.

Saran yang dikemukakan mestinya berasal dari hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan atau hasil penelitian. Jangan ungkapkan "...agar penelitian ini dilanjutkan". Saran tidak selalu harus ada.

G. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih pada penulisan artikel jurnal bersifat opsional. Jika ada, bagian ini dapat ditujukan bagi penyandang dana, institusi yang memfasilitasi penelitian/penulisan jurnal, atau narasumber.

H. 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 diberi jarak 1 baris

Contoh:

Bandi & Jogiyanto. (2000). Perilaku Reaksi Harga dan Volume Perdagangan Saham terhadap Pengumuman Dividen. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 3(2), 201-216.

Reuter, D.J & Robinson, J.B. (1998). *Plant Analysis: An Interpretation Manual*. Sydney: Inkata Pers.

BIODATA PENELITI

1. Ketua Peneliti
2. Anggota Peneliti

SISTEMATIKA KHUSUS PENULISAN JURNAL NARADA

[Perancangan/Penciptaan Karya Desain dan Seni]

RINGKASAN / 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 Perancangan

Jika diperlukan, sub bab ini diawali dengan penjelasan judul agar pembaca tidak salah tafsir apabila ada istilah-istilah asing atau yang menimbulkan tanda tanya.

Selanjutnya uraian tentang hal-hal spesifik yang mendorong, merangsang atau menjadi alasan timbulnya ide penciptaan/timbulnya inspirasi/masalah penciptaan. Dorongan atau inspirasi ini bisa jadi munculnya baru setahun terakhir atau sudah terpendam beberapa tahun sebelumnya.

Akhirnya dijelaskan hal-hal penting atau menarik dari ide yang akan diwujudkan.

2. Rumusan Masalah

Berisi kalimat tanya tanpa tanda tanya berkaitan dengan masalah penciptaan, atau kegelisahan kreatif, misalnya: Mengapa ide/masalah terpenting itu belum ada yang mewujudkannya dalam karya seni. Bagaimana ide itu akan diwujudkan dalam karya senidlsb.

3. Orisinalitas

Orisinalitas bisa dirunut berdasarkan subjek/tema, materi subjek (subject matter), ide, bentuk/konsep/cara ungkap, 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 lain yang menggarap subjek/tema/ide serupa, atau dengan gaya serupa. Pada aspek apanya karya anda paling orisinal?

4. Tujuan dan Manfaat

- a. Tujuan (Berisi butir-butir pemikiran berkaitan langsung dengan karya seni yang akan diciptakan (ide dan bentuk/wujudnya), permasalahan bidang ilmu/cabang seni ybs.; contoh: menciptakan karya lukisan yang mengungkapkan kontradiksi budaya tradisional dan modern, dengan gaya surealistik, menggunakan cat minyak di atas kanvas).
- b. Manfaat (Jika tujuan tercapai, apa manfaatnya bagi diri sendiri/personal, bagi masyarakat/sosial, bagi cabang seni/bidang ilmu, bagi lembaga).

B. KONSEP PERANCANGAN

1. Kajian Sumber Perancangan

Diawali dengan definisi/pengertian subjek kajian dan lingkungannya. Di sini dilakukan kajian terhadap

berbagai sumber yang memberi inspirasi dan menunjang gagasan dan pewujudannya; 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), dll.

Fakta-fakta yang dikemukakan diusahakan diambil dari sumber aslinya, karena nilai validitasnya tinggi. Setiap sumber yang dikaji harus disebutkan nama pengarangnya/penciptanya dan tahun penerbitan/penciptaannya.

2. Landasan Perancangan

Penjelasan singkat tentang paradigma, landasan teori atau faham yang dipilih yang menjadi dasar yang kuat dalam penciptaan karya seni; Contoh: teori bermain, mimetik, realisme, surrealisme, 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 Pewujudan/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 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 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 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 suhungan 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 diberi jarak 1 baris

Contoh:

Bandi & Jogiyanto. (2000). Perilaku Reaksi Harga dan Volume Perdagangan Saham terhadap Pengumuman Dividen. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 3(2), 201-216.

Reuter, D.J & Robinson, J.B. (1998). *Plant Analysis: An Interpretation Manual*. Sydney: Inkata Pers.

BIODATA PENELITI

1. Ketua Peneliti
2. Anggota Peneliti

ATURAN PENULISAN

- a. Tulisan ilmiah menggunakan bahasa Indonesia baku, setiap kata asing dicari padanannya dalam bahasa Indonesia baku, dan tidak perlu menyertakan bahasa asingnya.
- b. Kalimat yang diambil dari tulisan ilmiah dalam bahasa asing diterjemahkan dalam bahasa Indonesia baku.
- c. Referensi menggunakan aturan penulis, tahun, hanya mencantumkan nama belakang penulis dan tahun tulisan (contoh: Kotler, 2000) dan mohon diperiksa ulang dengan daftar pustaka (sangat membantu jika menggunakan fasilitas bibliografi yang ada di perangkat lunak pengolah kata).
- d. Tidak menggunakan catatan kaki.
- e. Tulisan ilmiah dikirimkan dengan format: Ukuran kertas yang digunakan A4
 - 1) Panjang tulisan minimum 12 halaman, maksimum 18 halaman
 - 2) Marjin keliling 2,54 cm
 - 3) Spasi 1,5
 - 4) Dalam bentuk 1 Kolom (standar, tidak perlu dibuat kolom)
 - 5) Huruf *Garamond* ukuran 12 pt
 - 6) Semua jenis symbol menggunakan simbol standar yang ada di pengolah data (bagi pengguna MS Word ada di bagian Insert => Symbol)
 - 7) Judul tabel dan gambar ditulis di tengah, *sentence case*, dengan jarak 1 spasi dari tabel atau gambarnya. Tulisan "Tabel" atau "Gambar" dengan nomornya diletakkan satu baris sendiri. Judul tabel diletakkan di atas tabel (sebelum tabel) dan judul gambar diletakkan di bawah gambar (setelah gambar). Penulisan sumber tabel atau gambar diletakkan di bawah tabel dan gambar (center pada gambar dan sejajar tabel pada tabel dengan huruf 10 pt). Pada gambar, penulisan sumber diletakkan setelah judul gambar dengan jarak 1 spasi. Tulisan dalam tabel 10 pt.