

Andharupa

Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia



TERAKREDITASI SINTA 2

ISSN *PRINT* : 2477 - 2852

ISSN *ONLINE* : 2477 - 3913

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Vol No AGUSTUS
05 02 2019

Pengaruh Tampilan Visual *Website* Bank BNP terhadap Kepercayaan *Visitor* Dari Mata Turun Ke Telinga: Peran *Cues* dalam Navigasi Konten Aplikasi *Digital Audio Streaming*
Evaluasi *Appraisal* Teks dan Semiotika Visual pada Brosur Promosi Daerah Tujuan Wisata Bilingual
Perancangan Media Informasi Kota Tua Jakarta Utara melalui *Sign System* yang Terintegrasi *Website*
Perancangan *Board Game* sebagai Media Pembelajaran Pancasila untuk Kelas 3 SD Menggunakan Mekanik *Co-Operative Play*
Revitalisasi Desain Iluminasi pada Naskah Jawa Kuno di Museum Radya Pustaka Surakarta
Film Dokumenter Eksistensi Tarian dan Kesenian Sakral Wayang Wong Desa Adat Sidan
Upaya Mempertahankan Cagar Budaya Kota Semarang melalui Media Edukasi
Perancangan Game Bedugul Forest dengan Metode Pengembangan Multimedia Luther-Sutopo
Perancangan Card Game Mengenal Plastik untuk Anak Usia 9-12 Tahun dengan Mekanik *Memory*



Vol. 05 | No. 02 | 2019

ISSN PRINT : 2477-2852

ISSN ONLINE : 2477-3913

Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Universitas Dian Nuswantoro. Andharupa berisi artikel konseptual, *resume* penelitian, dan tinjauan buku. Bertujuan untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan secara luas perkembangan desain komunikasi visual dan multimedia baik yang bersifat teoritis maupun pragmatis.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 21/E/KPT/ 2018 tentang Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode I Tahun 2018 menyatakan bahwa Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia telah terakreditasi nasional peringkat 2 atau Sinta 2.



Versi *online* dapat dikunjungi di:
bit.do/andharupa

Ketua Penyunting

Ir. Siti Hadiati Nugraini, M.Kom., Ph.D.

Penyunting Ahli

Dr. Pujiyanto, M.Sn.

Dr. Margana, M.Sn.

Prof. Dr. Tjetjep Rohendi Rohidi, MA.

Agus Setiawan, M.Sn.

B. Andang Prasetya Adiwibawa, S.T., M.Si.

Mohamad Taufik, M.Sn.

Ali Muqoddas, S.Sn., M.Kom.

Godham Eko Saputro, S.Sn., M.Ds.

Adji Nugroho, M.Sn.

Noor Hasyim, S.Sn., M.Ds.

Dewan Penyunting

Dr. Pujiyanto, M.Sn. (UM, Malang)

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn. (ISI Jogjakarta)

Dr. Margana, M.Sn. (UNS, Surakarta)

Dianing Ratri, M.Des., Ph.D. (ITB, Bandung)

Dr. M. Isa Pramana K., M.Sn. (Universitas Telkom, Bandung)

Dr. Intan Rizky Mutiaz, M.Ds. (ITB, Bandung)

Tri Cahyo Kusumandyoko, S.Sn., M.Ds. (UNESA, Surabaya)

Dr. Deny Tri Ardianto, Dipl. Art. (UNS, Surakarta)

Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn. (ISI Surakarta)

Muh Ariffudin Islam, S.Sn., M.Sn. (UNESA, Surabaya)

Penyunting Pelaksana

Abi Senoprabowo, S.Sn., M.Ds.

Khamadi, S.Sn., M.Ds.

Auria Farantika Yogananti, S.Sn., MTDdesign.

Sekretariat

Puri Sulistiyawati, S.Sn., M.Kom.

Layout & Cover

Dzuha Hening Yanuarsari, S.Sn., M.Ds.

Alamat Redaksi

Universitas Dian Nuswantoro

Gedung H Lantai 1

Jl. Imam Bonjol, No. 207, Semarang

Telp. (024) 3575916

Faks. (024) 3569684

Email: jurnal.andharupa@dinus.id

Redaksi menerima tulisan dan/atau hasil penelitian dan berhak mengedit serta mengubahnya sesuai dengan visi dan misi jurnal. Jurnal terbit dua kali dalam setahun yaitu pada bulan Februari dan Agustus

@ Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

	ii	Susunan Redaksi
	iii	Daftar Isi
Merdy Agustianto Agus Sachari Agung Eko Budiwaspada	153-168	Pengaruh Tampilan Visual <i>Website</i> Bank BNP terhadap Kepercayaan <i>Visitor</i>
Reno Dalu Maharso Irwansyah	169-186	Dari Mata Turun Ke Telinga: Peran <i>Cues</i> dalam Navigasi Konten Aplikasi <i>Digital Audio Streaming</i>
Valentina Widya Suryaningtyas Raden Arief Nugroho Setyo Prasiyanto Cahyono Mangatur Rudolf Nababan Riyadi Santosa	187-209	Evaluasi Apraisal Teks dan Semiotika Visual pada Brosur Promosi Daerah Tujuan Wisata Bilingual
Mohamad Farid Rizqullah Wirania Swasty	210-225	Perancangan Media Informasi Kota Tua Jakarta Utara melalui <i>Sign System</i> yang Terintegrasi Website
Kelvin Adriel Setiawan T. Arie Setiawan Prasida Jasson Prestiliano	226-239	Perancangan Board Game sebagai Media Pembelajaran Pancasila untuk Kelas 3 SD Menggunakan Mekanik <i>Co-Operative Play</i>
Annas Marzuki Sulaiman Henry Bastian	240-250	Revitalisasi Desain Iluminasi pada Naskah Jawa Kuno di Museum Radya Pustaka Surakarta
I Nyoman Anom Fajaraditya S. I Nyoman Widhi Adnyana Komang Redy Winatha I Nyoman Yoga Trisemarawima	251-264	Film Dokumenter Eksistensi Tarian dan Kesenian Sakral Wayang Wong Desa Adat Sidan
Dzuha Hening Yanuarsari Agus Setiawan	265-275	Upaya Mempertahankan Cagar Budaya Kota Semarang melalui Media Edukasi
Wahyu Untoro I Putu Satwika Anak Agung Ayu Putri Ardyanti Wawan Sujarwo	276-290	Perancangan Game Bedugul Forest dengan Metode Pengembangan Multimedia Luther-Sutopo
Laurensius Ricky Kristanto Jasson Prestiliano T. Arie Setiawan Prasida	291-306	Perancangan Card Game Mengenal Plastik untuk Anak Usia 9-12 Tahun dengan Mekanik <i>Memory</i>
	iv	Tata Cara Penulisan Artikel untuk Jurnal Andharupa

PENGARUH TAMPILAN VISUAL WEBSITE BANK BNP TERHADAP KEPERCAYAAN VISITOR

Merdy Agustianto¹, Agus Sachari², Agung Eko Budiwaspada³

^{1,2,3} Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung

merdy.agustianto@gmail.com¹, aasachari@gmail.com², agungebw83@yahoo.com³

Abstrak

Dalam industri jasa keuangan, termasuk perbankan, kepercayaan merupakan faktor yang paling berpengaruh terutama untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihannya kepada salah satu perusahaan. Kepercayaan juga menjadi penting di dalam ranah internet, terutama ketika berbicara mengenai sebuah *website*. Melalui tampilan visual *website*, *visitor* akan membentuk persepsi terhadap *website* yang dikunjungi. Ketika persepsi positif terbentuk di dalam diri *visitor*, maka ia tidak ragu untuk melakukan tindakan nyata kepada penyedia layanan website seperti membagikan data pribadi atau melakukan transaksi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tampilan visual website PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. (Bank BNP) menggunakan alat ukur VisAWI (*simplicity, diversity, colorfulness, dan craftsmanship*) terhadap kepercayaan *visitor*. Penelitian ini menggunakan *sequential explanatory mixed method*. Metode pengumpulan data kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dengan menggunakan alat bantu kuesioner yang disebar ke 135 responden yang memiliki usia 23-38 tahun. Sedangkan metode pengumpulan data kualitatif yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Hasil analisa data menunjukkan bahwa tampilan visual *website* Bank BNP berpengaruh 42,1% terhadap kepercayaan *visitor*. Selain itu, tampilan visual Bank BNP juga membentuk persepsi *visitor* akan kinerja bank tersebut dalam dunia nyata. Dari hasil penelitian diketahui bahwa hanya *craftmanship* saja yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan *visitor* dibandingkan dengan elemen lainnya.

Kata kunci: tampilan visual, *website*, kepercayaan, perbankan, VisAWI

Abstract

In the financial service industry, including banking, trust is the most influential factor for making decisions in choosing a company to cooperate with. Trust also becomes significant to the use of the internet, specifically websites. Through the visual appearances of a website, a visitor will form perceptions of the website. When positive perceptions are formed, a visitor will not hesitate to take action, such as sharing personal data or making transactions with the website providers. This research was conducted to determine the influence of visual appearances of the Bank BNP website on visitor trust using VisAWI (simplicity, diversity, colorfulness, and craftsmanship). The method used in this study is a sequential explanatory mixed method. The quantitative data were collected through a survey using a questionnaire tool distributed to 135 respondents who were 23-38 years old, while the qualitative data were collected through structured interviews. The data analysis showed that the visual appearances of the website had an effect of 42.1% on visitors' trust. Visual appearances of the Bank BNP website also form visitors' perceptions of bank performance in the real world. It also can be concluded that only website craftsmanship that has a positive and significant influence on visitors' trust.

Keywords: visual appearance, website, trust, banking, VisAWI

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tren penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut survei yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berjudul Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia, pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari total populasi penduduknya (gambar 1.1). Angka pengguna internet ini menunjukkan peningkatan setiap tahunnya.



Gambar 1. Grafik peningkatan pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun.
[Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017]

Dengan kenaikan pengguna internet, perbankan menjadi salah satu sektor industri yang terkena arus digitalisasi. Internet menggeser kebutuhan masyarakat kepada pelayanan perbankan yang cepat, mudah dan dapat dikendalikan (PricewaterhouseCoopers Indonesia, 2018). Mereka mulai memilih mengakses lewat *gadget* untuk mendapatkan informasi ataupun layanan perbankan yang mereka inginkan dibandingkan datang ke cabang bank. Menyadari adanya pergeseran kebutuhan masyarakat, pelaku industri perbankan mulai berinvestasi dan berinovasi ke *digital banking*. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah dengan menggeser kanal transaksi nasabah dari kantor cabang ke kanal digital. Sebanyak 66% dari perbankan di Indonesia melihat strategi digital sebagai bagian dari strategi korporasi (PricewaterhouseCoopers Indonesia, 2018). Tujuan pengembangan ke arah digital ini adalah untuk meningkatkan pengalaman nasabah (*customer experience*) (44%), meningkatkan *revenue* (32%) dan menekan biaya-biaya (14%).

Bergesernya layanan perbankan ke *digital banking*, membuat *website* perusahaan menjadi hal krusial untuk dimiliki oleh institusi perbankan sebagai *platform* utama untuk dalam ruang lingkup *online corporate communication* (Garcia dkk., 2017). Melalui *website* perusahaan, masyarakat dapat mencari informasi mengenai sebuah bank dengan mudah menggunakan akses internet. Dalam perkembangannya, *website* bank bukan hanya digunakan sebagai media informasi akan tetapi juga menjadi portal bagi konsumen untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator perbankan mewajibkan perusahaan jasa keuangan, termasuk

perbankan, untuk memiliki *website* yang tertulis dalam POJK (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan) Nomor 8/POJK.04/2015 tentang Situs Web Emiten Atau Perusahaan Publik dengan pertimbangan untuk meningkatkan transparansi sekaligus untuk meningkatkan akses pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya akan informasi yang aktual dan terkini serta sebagai bentuk penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik oleh perusahaan perbankan. Dengan adanya sanksi dari peringatan tertulis sampai dengan pencabutan izin usaha dari OJK menandakan bahwa keberadaan *website* merupakan bagian penting yang harus dimiliki dan dikelola oleh perusahaan jasa keuangan dengan sebaik mungkin. Hal ini merupakan bagian dari usaha OJK untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri jasa keuangan.

Dalam industri perbankan, kepercayaan merupakan faktor yang paling berpengaruh terutama untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihannya kepada salah satu perusahaan (Flavian dkk, 2005). Kepercayaan terhadap perusahaan jasa keuangan dapat timbul dari berbagai macam segi, salah satunya dari citra perusahaan yang positif (Flavian dkk, 2005), baik dalam dunia nyata maupun digital. Kepercayaan juga menjadi penting di dalam ranah internet, terutama ketika berbicara mengenai sebuah *website*. Seorang *visitor* akan menilai *website* yang ia kunjungi dengan segala pengetahuan yang dimiliki untuk membentuk persepsi, baik positif atau negatif (McKnight dkk, 2002). Ketika persepsi positif terbentuk di dalam diri *visitor*, maka ia tidak ragu untuk melakukan tindakan nyata kepada penyedia layanan *website* seperti membagikan data pribadi atau melakukan transaksi, terutama ketika berinteraksi dengan sebuah *website* yang tidak atau kurang dikenal (McKnight dkk, 2002). Persepsi negatif sangat mudah terbentuk ketika seseorang berinteraksi dengan *website* yang tidak atau kurang dikenal. Oleh karenanya, penyedia layanan *website* harus bertindak untuk mengatasi persepsi negatif dalam upayanya membangun kepercayaan *visitor* pada saat mereka mengunjungi *website* (Friedman dkk, dalam McKnight dkk, 2002), salah satu cara yaitu melalui tampilan visualnya. Seorang *visitor* akan membentuk kesan pertama pada sebuah *website* berdasarkan tampilan visualnya (Thielsch dan Moshagen, 2010). Kesan pertama ini yang kemudian akan mempengaruhi *visitor* dalam memutuskan untuk menjelajah lebih lanjut atau berpindah ke *website* lain (Thielsch dan Moshagen, 2010). Persepsi visual seseorang dapat dibangun melalui tampilan visual dalam waktu yang sangat singkat (Robins dan Holmes, 2007). Hal - hal tersebut menunjukkan pentingnya peranan tampilan visual pada sebuah *website*.

Pada tahun 2018, sektor industri perbankan di Indonesia memiliki 115 bank (Otoritas Jasa Keuangan, 2018) yang dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu BUKU 1, BUKU 2, BUKU 3, dan BUKU 4. BUKU singkatan dari Bank Umum berdasarkan Kegiatan Usaha adalah pengelompokan bank berdasarkan kegiatan usaha yang disesuaikan dengan modal inti yang dimiliki (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). BUKU 1 adalah kelompok bank yang memiliki modal inti sampai dengan kurang dari satu triliun rupiah; BUKU 2 adalah kelompok bank yang memiliki modal inti paling sedikit sebesar satu triliun rupiah sampai dengan kurang dari lima triliun rupiah; BUKU 3 adalah kelompok bank dengan modal ini paling sedikit lima triliun rupiah sampai dengan kurang dari tiga puluh triliun rupiah; BUKU 4 adalah kelompok bank dengan modal inti paling sedikit tiga puluh triliun rupiah.

Semakin besar kelompok BUKU, maka kegiatan usaha jasa keuangan yang dapat dilakukan oleh bank-bank yang ada di kelompok BUKU tersebut semakin luas. Meskipun terdapat perbedaan kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh masing- masing BUKU, ke-115 bank ini berkompetisi di dalam medan yang sama untuk mendapat serta mempertahankan konsumennya.

Dari penjelasan yang sudah disampaikan, *website* perusahaan saat ini sudah diwajibkan oleh regulator untuk dimiliki oleh perusahaan perbankan. Selain itu sebuah *website* menjadi *platform* utama untuk dalam ruang lingkup *online corporate communication* dan juga sebagai akses masyarakat terhadap bank dalam ranah digital. Namun dalam praktiknya, tidak semua perusahaan perbankan di Indonesia membuat *website* perusahaannya dengan baik, terutama dalam kelompok BUKU 1 dan BUKU 2. Hal ini dapat terlihat dari desain tampilan visual *website* sebagian besar bank - bank yang berada dalam kelompok buku tersebut yang terlihat kurang baik dalam membuat *website* perusahaannya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh tampilan visual *website* perusahaan perbankan terhadap kepercayaan *visitor* mengetahui menggunakan *website* PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. (Bank BNP) sebagai objek penelitian. Bank BNP merupakan salah satu bank umum di Indonesia yang berkantor pusat di Kota Bandung yang telah berdiri sejak 18 Januari 1972. Bank BNP melakukan beberapa upaya serius dalam meningkatkan pelayanannya terutama dalam menghadapi arus digitalisasi dengan melakukan perbaikan-perbaikan di ranah digital, salah satunya dengan melakukan perbaikan terhadap *website* perusahaannya, termasuk tampilan visual serta penambahan fitur-fitur. Perbaikan *website* ini dilakukan pada pertengahan tahun 2017. *Website* Bank BNP terbaru dapat dilihat pada gambar 2. Pengukuran tampilan visual dalam penelitian ini menggunakan alat ukur estetika VisAWI (*Visual Aesthetic of Website Inventory*).



Gambar 2. *Website* Bank BNP
[Sumber: www.bankbnp.com]

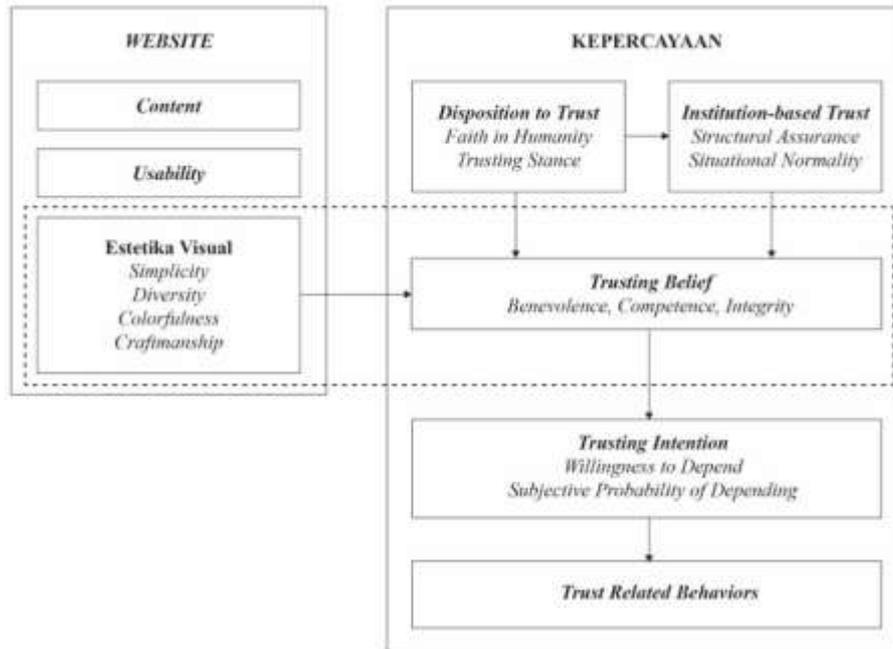
VisAWI (*Visual Aesthetic of Website Inventory*) merupakan alat ukur khusus untuk menilai estetika visual sebuah *website* dari persepsi pengguna akhir atau pengunjung yang dikembangkan oleh Moshagen dan Thielsch (2010). VisAWI menggunakan konstruksi multidimensi dan *multiple-item* dalam mengukur estetika visual. Dalam mengembangkan dan melakukan validasi VisAWI, Moshagen dan Thielsch melakukan 7 seri penelitian dengan total sampel sebanyak 2027 responden. Sebuah kuesioner versi pendahuluan meliputi 96 butir pernyataan diciptakan berdasarkan pengumpulan analisa dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai tampilan visual dengan mempertimbangkan faktor-faktor atribut antar muka yang dapat mempengaruhi persepsi visual serta mengandalkan metode wawancara para ahli (desainer *website*, seniman, dan psikolog dengan pengetahuan di *human-computer interaction*) dan pengguna akhir. Ujicoba dilakukan pada beberapa *website* dan dengan saran dari para ahli, terciptalah versi final dari VisAWI terdiri dalam 4 sub variabel, yaitu *simplicity, diversity, colorfulness dan craftsmanship*. VisAWI meliputi 18 butir pernyataan dengan menggunakan skala Likert. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini juga dilakukan untuk mencari pengaruh dari *website simplicity, diversity, colorfulness dan craftsmanship* terhadap kepercayaan visitor *website* Bank BNP terhadap kepercayaan *visitor*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *sequential explanatory mixed method* yang mengumpulkan dan menganalisa data kuantitatif disambung dengan data kualitatif untuk membantu menjelaskan hasil dari proses kuantitatif di dalam satu proses penelitian (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini, metode kuantitatif dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh tampilan visual berdasarkan alat ukur VisAWI terhadap kepercayaan *visitor*. Metode kuantitatif menggunakan teknik survei dengan alat ukur berupa kuesioner yang dianalisa dengan uji statistik. Sedangkan metode kualitatif dilakukan untuk membantu mendapatkan pemahaman lebih lanjut akan hasil yang didapatkan dari metode kuantitatif. Metode kualitatif menggunakan teknik wawancara yang dianalisa dengan interpretasi teks.

2.1 Paradigma Penelitian

Paradigma pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3. *Website* memiliki 3 (tiga) elemen penting, salah satunya adalah estetika *website* yang tercermin dari tampilan visualnya. Estetika visual *website* dilihat dari persepsi pengguna akhir atau pengunjung *website* memiliki beberapa sub variabel yaitu *simplicity, diversity, colorfulness, craftsmanship* yang terangkum dalam alat ukur VisAWI (Moshagen dan Thielsch, 2010). Kepercayaan memiliki beberapa variabel yaitu *disposition to trust* (yang memiliki sub variabel *faith in humanity* dan *trusting stance*), *institution-based trust* (yang memiliki sub variabel *structural assurance* dan *situational normality*), *trusting belief* (yang memiliki sub variabel *benevolence, competence* dan *integrity*), dan *trusting intention* (yang memiliki sub variabel *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*) yang pada akhirnya akan menimbulkan *trust related behaviors*. Paradigma penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan variable-variabel yang akan diteliti.



Gambar 3. Paradigma Penelitian
[Sumber: Dokumen Merdy dkk]

Berdasarkan paradigma pemikiran pada gambar 3, maka penelitian ini fokus pada peran estetika pada tampilan visual *website* dalam membentuk kepercayaan, terutama pada pembentukan *trusting belief* sebagai karakteristik pembentuk kepercayaan (McKnight dan Chervany, 2000; Rompf, 2012).

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dengan menggunakan alat bantu kuesioner dengan skala *likert* yang sudah disusun untuk mendapatkan data-data dari responden. Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Pembuatan kuesioner dilakukan dengan menggunakan variabel tampilan visual VisAWI (*Visual Aesthetic of Website Inventory*) yang dikembangkan oleh Moshagen & Thielsch (2010) dan variabel kepercayaan *Web Trust Model* yang dikembangkan oleh McKnight (2002).

Data kuantitatif dalam penelitian ini didapat dengan penyebaran kuesioner ke responden. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara *online*. Pemilihan penyebaran kuesioner secara *online* dilakukan karena kecepatan waktu serta rendahnya biaya yang dibutuhkan untuk menyebarkannya, data dapat diakses kapan saja secara *real time* menggunakan jaringan, serta laporan data yang dapat langsung dikonversi ke dalam bentuk Microsoft Excel, sehingga meniadakan kesalahan perpindahan data dari formulir ke dokumen pengolahan. Responden dalam penelitian ini juga dipilih berdasarkan kriteria fasih dalam penggunaan internet, sehingga penggunaan kuesioner *online* tidak akan membingungkan atau merepotkan mereka dalam mengisinya. Melalui kuesioner *online*, responden dapat menjawab pertanyaan

sesuai dengan jadwal dan cara mereka sendiri, dan bahkan dapat mengisi kuesioner pada satu waktu, berhenti, dan melanjutkannya kembali hingga selesai. Di samping itu, responden juga akan lebih terbuka dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat pribadi seperti pendidikan, pekerjaan, ataupun status ekonominya. Formulir kuesioner dibuat dengan Google Form, kemudian disebarluaskan melalui pesan pada aplikasi *whatsapp*. Pembuatan formulir kuesioner dalam Google Form ini terdapat pengaturan jenis jawaban seperti pilihan jawaban singkat, jawaban berganda, skala, sampai jawaban terbuka. Kemudian formulir yang sudah dibuat dapat diatur sedemikian rupa sehingga responden tidak akan melewatkan pertanyaan yang harus dijawab, maka kemungkinan terjadinya *error*, seperti pertanyaan terlewat pada saat pengisian menjadi sangat rendah.

Sedangkan teknik pengumpulan data kualitatif yang akan digunakan pada hasil penelitian ini adalah wawancara terhadap responden yang akan didasari oleh pembagian demografi dari responden tahap kuantitatif. Singh dalam Hakim (2013) menyatakan bahwa ada dua jenis wawancara yaitu wawancara formal dan informal. Dalam penelitian ini akan digunakan cara wawancara formal. Responden akan diberikan sejumlah susunan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam akan data yang dihasilkan pada tahap kuantitatif.

2.3 Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat generasi milenial. Generasi milenial sangat menikmati menggunakan teknologi. Generasi milenial merupakan generasi pertama yang memiliki teknologi dan internet pada saat umur masih muda dan bertumbuh seiring dengan berkembangnya teknologi tersebut (Djamasbi dkk., 2010). Selain itu, Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pengguna internet terbanyak berasal dari kelompok umur 19 – 34 tahun sebesar 49,52%, diikuti dengan kelompok umur 35 – 54 tahun sebesar 29,55%. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 135 responden menggunakan metode *purposive sampling* untuk tahap kuantitatif dan 6 responden untuk tahap kualitatif. Dalam penelitian ini kriteria dari sampel yang ditentukan adalah pria dan wanita yang aktif menggunakan internet lebih dari 2 jam setiap hari di luar penggunaan media sosial. Hal ini bertujuan agar sampel yang dipilih merupakan orang-orang yang memang sudah memiliki pengalaman cukup dengan lingkungan internet sehingga data yang diperoleh akan dapat menjawab fenomena yang terjadi.

2.4 Analisa Data

Metode kuantitatif dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisa uji statistika sebagai sarana untuk menganalisa data yang telah diperoleh. Untuk mempermudah dalam analisa data, maka proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan pengolah data SPSS. Proses analisa data dimulai dengan dilakukan uji validasi, uji reabilitas dan uji asumsi klasik pada instrumen penelitian. Hasil dari jawaban kuesioner kemudian dianalisis dengan metode regresi linear sederhana dan berganda. Sedangkan data tahap kualitatif dianalisa dengan menggunakan interpretasi teks oleh peneliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengolahan Data

3.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan adalah korelasi Pearson melalui SPSS versi 23, dengan hasil tertera pada Tabel 1. Berdasarkan data tersebut, semua variabel dalam penelitian ini valid karena nilai korelasi Pearson diatas 0.3 dengan *p-value* dibawah 0.05 dan dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

Variabel	Indikator	Korelasi Pearson	Signifikansi (p-value)
Simplicity	S1	0.754	0.000
	S2	0.780	0.000
	S3	0.785	0.000
	S4	0.790	0.000
	S5	0.765	0.000
Diversity	D1	0.798	0.000
	D2	0.743	0.000
	D3	0.823	0.000
	D4	0.746	0.000
	D5	0.810	0.000
Colorfulness	C1	0.824	0.000
	C2	0.817	0.000
	C3	0.813	0.000
	C4	0.879	0.000
Craftmanship	CR1	0.807	0.000
	CR2	0.795	0.000
	CR3	0.770	0.000
	CR4	0.847	0.000
Kepercayaan	TC1	0.766	0.000
	TC2	0.680	0.000
	TC3	0.823	0.000
	TB1	0.825	0.000
	TB2	0.837	0.000
	TB3	0.850	0.000
	TI1	0.856	0.000
	TI2	0.861	0.000
TI3	0.824	0.000	

3.1.2 Uji Reabilitas

Hasil uji reliabilitas ini tertera pada Tabel 2 dan Tabel 3. Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil dari uji reliabilitas secara keseluruhan adalah reliable, karena nilai Cronbach's Alpha (0.894) lebih besar dari 0.7. Tabel 3 menunjukkan uji reliabilitas per sub variabel tampilan visual dan variabel kepercayaan bahwa semua variabel reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0.7. Data menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas keseluruhan
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

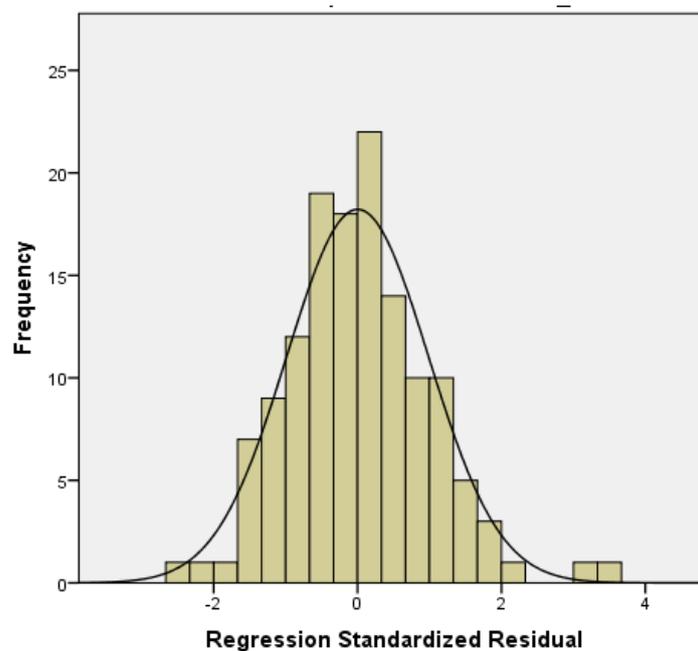
Cronbach's Alpha	N of Items
0.894	5

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas sub variabel tampilan visual dan kepercayaan
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

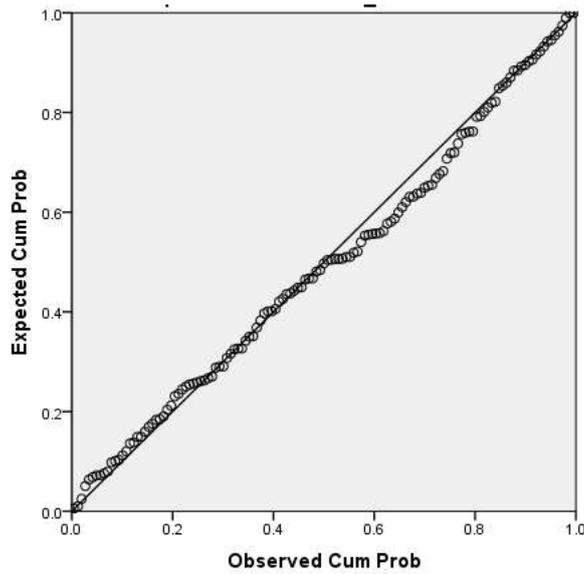
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha
<i>Simplicity</i>	0.874
<i>Diversity</i>	0.859
<i>Colorfulness</i>	0.883
<i>Craftmanship</i>	0.848
Kepercayaan	0.890

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat histogram (gambar 4), P-P Plot (gambar 5), dan uji Kolmogorov-Smirnov (Tabel 4).



gambar 4. Histogram residu
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]



Gambar 5. Normal P-P Plot Residu
 [Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

Berdasarkan gambar 4, dapat dilihat bahwa distribusi dari residu pada penelitian ini adalah normal, karena bentuk dari distribusinya merupakan distribusi normal (seperti lonceng yang simetris). Hal ini juga didukung oleh normal P - P plot yang menggambarkan plot dari residunya hampir menempel seluruhnya dengan garis trend (gambar 5). Lebih jauh, hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov (Tabel 4) menunjukkan residu berdistribusi normal karena nilai *p-value* lebih besar dari 0.

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
 [Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

Asymp. Sig. (2-tailed) (p-value)	0.200 ^{c,d}
----------------------------------	----------------------

Penelitian ini menggunakan nilai VIF untuk uji multikolinearitas, dengan hasil tertera pada Tabel 5. Pada penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas karena nilai VIF masih dibawah 5.

Tabel 5. Nilai VIF
 [Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

Model	VIF
S_MEAN	2.417
D_MEAN	2.921
C_MEAN	1.958
CR_MEAN	3.480

Pada uji heterokedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Korelasi Rank Spearman, dengan hasil tertera pada Tabel 6. Pada penelitian ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas karena nilai signifikansi atau *p-value* semuanya lebih besar daripada 0.05, yang berarti varian dari residu bersifat homokedastisitas. Penelitian ini memenuhi asumsi semua uji klasik, sehingga regresi linear berganda dapat digunakan.

Tabel 6. Nilai VIF
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

Variabel	P-value
<i>Simplicity</i>	0.808
<i>Diversity</i>	0.506
<i>Colorfulness</i>	0.572
<i>Craftmanship</i>	0.323
Kepercayaan	0.388

3.1.4 Hasil Regresi Linear Sederhana

Pada tabel 7 terdapat besaran pengaruh variabel independen (tampilan visual) terhadap variabel dependen (kepercayaan) yang dilihat dari nilai adjusted R^2 yang ditampilkan yaitu sebesar 0,421 atau 42,1%.

Tabel 7. Hasil regresi linear sederhana
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

R	R Square	Adjusted R Square	Sig.
0.652 ^a	0.425	0.421	0.000

Nilai pengaruh dari masing - masing sub variabel dalam VisAWI dapat dilihat dari nilai koefisien dari kolom B (koefisien). Jika dilihat dari tabel tersebut, seluruh sub variabel memiliki angka mendekati 1, dengan demikian dapat dimaknai bahwa semua sub variabel tampilan visual *website* Bank BNP memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepercayaan. Namun hanya sub variabel *craftmanship* saja yang signifikan dikarenakan nilai *p-value* (*sig.*) lebih kecil dari 0.05. Sedangkan sub variabel lainnya (*simplicity*, *diversity*, dan *colorfulness*) tidak signifikan dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05.

Tabel 8. Hasil regresi linear berganda
[Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23]

Model	B	Sig.
<i>Simplicity</i>	0.050	0.565
<i>Diversity</i>	0.062	0.464
<i>Colorfulness</i>	0.139	0.060
<i>Craftmanship</i>	0.375	0.001

3.2 Pembahasan

Pengolahan data dengan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa tampilan visual *website* Bank BNP berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan *visitor* sebesar 42,1% (*adjusted R*²=0.421), sisanya (57,9%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini seperti *brand awareness*, reputasi, konten, *usability* atau faktor lainnya. Hal ini juga menunjukkan adanya model hubungan linear antara tampilan visual *website* Bank BNP sebagai variabel independen dan kepercayaan *visitor* sebagai variabel dependen. Menurut Costa dan Kallick (2010), manusia pada dasarnya merupakan makhluk visual yang mampu menyerap 36.000 gambar setiap menitnya yang membuat sebanyak 80 - 90% informasi yang diterima oleh otak, berasal dari mata. Hal tersebut membuat mata memiliki kontribusi pada pengelolaan informasi, kepekaan psikologis dan intelektual, termasuk pada persepsi manusia (Costa dan Kallick, 2010; Ward, 2015), sehingga tampilan visual sebuah *website* akan berpengaruh terhadap persepsi manusia termasuk di dalamnya kepercayaan sebagai hasil dari penilaian subjektif. Hasil temuan pada penelitian ini juga sejalan dengan pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh Patzer dalam Praxmer dan Rossiter (2009), Mitra (2014) yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang linear antara tampilan visual dengan persepsi seseorang. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa semakin baik tampilan visual sebuah *website*, semakin baik juga pengaruhnya terhadap persepsi seseorang, termasuk kepercayaan. Dari hasil wawancara juga ditemukan bahwa tampilan visual *website* Bank BNP juga membentuk persepsi *visitor*-nya terhadap citra (*image*) dan kinerja bank tersebut dalam dunia nyata, seperti modern, profesionalisme, sistem pengelolaan, kompetensi, pola kerja, dan lain - lain. Hal ini dapat dimaknai bahwa tampilan visual *website* yang baik diyakini sebagai cerminan citra dan kinerja yang baik juga dari penyedia layanan *website*. Melalui tampilan visual *website* Bank BNP yang terlihat modern, terstruktur, simple, clean, menggunakan teknologi terkini, menunjukkan kinerja yang modern, efektif, efisien, jelas, tidak bertele-tele dan tidak membingungkan dan inovatif.

Dari hasil pengolahan data juga diketahui bahwa sub variabel *simplicity*, *diversity*, dan *colorfulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepercayaan *visitor*, namun tidak signifikan. Hanya sub variabel *craftmanship* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan *visitor*. Alasan yang disampaikan oleh responden adalah *website craftmanship* merupakan kemampuan untuk mengintegrasikan dengan keahlian dan ketelitian semua elemen-elemen desain yang ada untuk menampilkan tampilan visual sebuah *website*. *Website craftmanship* juga dipercaya responden sebagai sebuah penentu baik atau tidaknya hasil akhir dari tampilan visual sebuah *website*. Melalui *craftmanship* juga, akan tercermin kinerja perusahaan. Jika implementasi tampilan visualnya yang baik, tertata, rapi dan teliti, hal tersebut juga menjadi cerminan pola kerja pada perusahaan tersebut di mata *visitor*.

Craftmanship dapat dicirikan sebagai sebuah integrasi yang terampil dan koheren dari semua dimensi-dimensi desain yang relevan, meliputi implementasi ide-ide (konsep) artistik secara harmonis dengan keahlian dan ketelitian serta penggunaan teknologi terkini (Moshagen dan Thielsch, 2010). Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa

craftmanship merupakan proses penggabungan seluruh elemen-elemen artistik dari sebuah website dengan keahlian dan ketelitian, termasuk di dalamnya elemen VisAWI yang lain seperti tata letak yang digunakan (*simplicity*), keragaman visual yang ditampilkan (*diversity*) dan kombinasi warna-warna yang dipilih (*color*) untuk menentukan hasil akhir dari tampilan visual sebuah website. *Website craftsmanship* menjadi berpengaruh secara signifikan karena elemen tersebut yang pada akhirnya akan menentukan baik atau tidaknya hasil akhir dari tampilan visual *website* yang dilihat oleh *visitor* dan akan membentuk persepsi mereka. Persepsi inilah yang menentukan kepercayaan *visitor* terhadap website tersebut.

Sesuai dengan prinsip psikologi Gestalt, manusia mempersepsikan sebuah benda sebagai satu kesatuan struktur yang utuh dibandingkan per elemen individual (Graham, 2008; Alsudani dan Cassey, 2009; Wageman dkk., 2012). Begitu juga halnya dengan cara manusia membentuk persepsi akan sebuah *website*. Manusia melihat *website* sebagai kesatuan tampilan visual yang utuh dibandingkan masing-masing elemen (misalnya jenis, ukuran, warna, alignment, penempatan huruf yang digunakan; jenis, bentuk, warna, ketebalan, resolusi, penempatan tulisan, penempatan gambar; ukuran, penempatan tombol yang digunakan; dan lainnya) dari *website* tersebut. Kemampuan *craftmanship* yang akan menentukan sebuah website akan terlihat menarik atau tidak secara keseluruhan dengan mengintegrasikan seluruh elemen – elemen *website*.

Website craftsmanship juga memiliki indikator tentang penggunaan teknologi terkini yang akan membuat sebuah *website* memiliki tampilan visual yang sesuai dengan perkembangan jaman serta menghindari impresi kuno. Hal tersebut juga dapat membuat *visitor* lebih mudah untuk mempercayai penyedia layanan *website*. Semakin *visitor* merasa *website* yang dikunjunginya sesuai dengan perkembangan teknologi, semakin mudah juga mereka percaya pada website tersebut. Namun hal ini hanya berlaku untuk pengguna yang berpengalaman dan memiliki cukup pengetahuan untuk memahami dan mengevaluasi sesuai dengan pemahaman teknologi tinggi yang ada pada dirinya (Karvonen, 2000).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapat sebuah data bahwa tampilan visual *website* Bank BNP memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam membentuk kepercayaan *visitor*-nya sebesar 42,1%, sisanya (57,9%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini. Hasil ini memberikan pemahaman bahwa tampilan visual *website* Bank BNP memiliki peranan cukup besar dalam mempengaruhi kepercayaan *visitor*. Hal ini didasari juga dengan cara manusia mempersepsikan tampilan visual. Manusia melihat sesuatu sumber yang memiliki penampilan yang menarik secara visual akan dipersepsikan sebagai sumber yang baik dan dapat dipercaya. Tampilan visual sebuah *website* juga membentuk persepsi *visitor* akan kinerja bank tersebut dalam dunia nyata. Tampilan visual *website* yang modern, terstruktur, *simple*, *clean* akan menunjukkan kinerja bank yang modern, efektif, jelas, tidak bertele - tele dan tidak membingungkan. Oleh karena itu, dalam membuat *website*

perbankan desain tampilan visual *website* sebaiknya diberikan perhatian khusus karena memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan *visitor*.

Dari hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa *website craftsmanship* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan *visitor* dibandingkan dengan elemen lainnya dalam alat ukur VisAWI. *Website craftsmanship* merupakan proses penggabungan seluruh elemen-elemen artistik dari sebuah *website* dengan keahlian dan ketelitian, termasuk di dalamnya elemen VisAWI yang lain seperti tata letak yang digunakan (*simplicity*), keragaman visual yang ditampilkan (*diversity*) dan kombinasi warna-warna yang dipilih (*color*) untuk menentukan hasil akhir dari tampilan visual sebuah *website*. *Website craftsmanship* menjadi berpengaruh secara signifikan karena elemen tersebut yang pada akhirnya akan menentukan baik atau tidaknya hasil akhir dari tampilan visual *website* yang dilihat oleh *visitor* dan akan membentuk persepsi mereka. Persepsi inilah yang menentukan kepercayaan *visitor* terhadap *website* tersebut. Penggunaan teknologi terkini juga menjadi bagian dari *website craftsmanship* yang akan membuat *visitor* lebih mudah untuk mempercayai penyedia layanan *website* dan menghindari impresi ketinggalan jaman. Semakin *visitor* merasa *website* yang dikunjunginya modern dalam penggunaan teknologi, semakin mudah juga mereka percaya pada *website* tersebut. Namun hal ini hanya berlaku untuk pengguna yang berpengalaman dan memiliki cukup pengetahuan untuk memahami dan mengevaluasi sesuai dengan pemahaman teknologi tinggi yang ada pada dirinya

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, di antaranya penggunaan alat ukur tampilan visual. Pada penelitian ini pengukuran tampilan visual *website* VisAWI. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengukuran tampilan visual *website* dan pengaruhnya terhadap kepercayaan dengan menggunakan pengukuran berdasarkan pakar lain. Kemudian, objek penelitian ini hanya fokus pada 1 bank, sehingga tidak dapat digeneralisasi terhadap bank lainnya. Untuk penelitian selanjutnya, dapat digunakan objek penelitian lebih banyak untuk mendapatkan gambaran secara keseluruhan dalam industri perbankan tentang pengaruh tampilan visual *website* terhadap kepercayaan *visitor*. Serta fokus penelitian ini hanya pada tampilan visual *website* versi desktop, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada *website* versi *mobile*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsudani, F., Casey, M., F. 2009. The Effect of Aesthetic on Web Credibility. *People and Computers XXIII*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2017. *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*, URL: <https://apjii.or.id/survei2017> [Diakses pada 18 Oktober 2018]
- Costa, A. L. & Kallick, B. 2008. *Learning and Leading with Habits of Mind, 16 Essential Characteristic for Success*. Association for Supervision & Curriculum Development.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design*, United Kingdom: SAGE Publication, Inc.

- Djamasbi, S., Tullis, T., Siegel, M. 2010. Generation Y, Web Desain, and Eye Tracking. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68 (5), pp.307-323.
- Flavian, C., Miguel, G., dan Eduardo, T. 2005. The Influence of Corporate image on Consumer Trust, *Emerald*, 15 (4), pp.447-470.
- Garcia, M. G., Carrillo-Duran, M. V., dan Jimenez, J. L. T. 2017. Online Corporate Communication: Website Usability and Content, *Journal of Communication Management*, 21 (2).
- Graham, L. 2008. Gestalt Theory in Interactive Media Design, *Journal of Humanities & Social Sciences*, 2 (1).
- Holmes, J., Robins, D. 2007. Aesthetics and Credibility in Web Site Design, *Information Processing and Management*, 44, pp.386-399.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. 2002. Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology, *INFORMS*, 13 (3), pp.334-359.
- Mitra, B., Webb, M., dan Wolfe, C. 2014. Audience responses to the physical appearance of television newsreader, *Journal of Audience & Reception Studies*, 11 (2), 45-57.
- Moshagen, M., Thielsch, M. T. 2010. Facets of Visual Aesthetics, *International Journal of Human-Computer Studies*, 68 (10), pp.689-709.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6 /Pojk.03/2016 Tentang Kegiatan Usaha Dan Jaringan Kantor Berdasarkan Modal Inti Bank, data diperoleh melalui situs internet, <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/pojk-kegiatan-usaha-dan-jaringan-kantor-berdasarkan-modal-inti-bank/SALINAN-POJK.6%20BUKU.pdf>. [Diakses pada 4 Maret 2018]
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 8 /POJK.04/2015 TENTANG Situs Web Emiten Atau Perusahaan Publik, URL: <http://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/Peraturan-OJK-Nomor-8-POJK-04-2015-tentang-Situs-Web-Emiten-atau-Perusahaan-Publik/peraturan-ojk-nomor-8-pojk-04-2015-tentang-situs-web-emiten-atau-perusahaan-publik%2001.pdf>. [Diakses pada 4 Maret 2018]
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. Statistik Perbankan Indonesia., data diperoleh melalui situs internet, <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Desember-2017/SPI%20Desember%202017.pdf>. [Diakses pada 14 Maret 2018]
- Praxmer, S., Rossiter, J. R. 2009. Physically Attractive Presenter and Persuasion: An Experimental Investigation of Alternative Explanation for the "Patzner Effect", *8th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)*.
- PricewaterhouseCoopers Indonesia. 2018. 2018 Indonesia Banking Survey. URL <https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/financialservices/2018-indonesia-banking-survey.pdf>. [Diakses pada 18 Oktober 2018]

- PricewaterhouseCoopers Indonesia. 2018. Digital Banking in Indonesia 2018. URL <https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/financialservices/digital-banking-survey-2018-pwcid.pdf>. [Diakses pada 18 Oktober 2018]
- Rompf, S. 2012. *Trust and Adaptive Rationality Towards a New Paradigm in Trust Research*. Disertasi Program Doktor Ilmu Sosial: Universitas Mannheim.
- Sabar, S. 2013. What's a Gestalt?, *Gestalt Review*, 17(1), 6 – 34.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Ward, M. O., Grinstein, G., dan Keim, D. 2015. *Interactive Data Visualization*, CRC Press, New York, 73 - 74.
- Wagemans, J., Kubovy, M., Peterson, M. A., Elder, J. H., Palmer, S. E., dan Singh, M. 2012. A Century of Gestalt Psychology in Visual Perception: I. Perceptual Grouping and Figure-Ground Organization, *American Psychology Association*, 138 (6), pp.1172-1217.

DARI MATA TURUN KE TELINGA: PERAN *CUES* DALAM NAVIGASI KONTEN APLIKASI *DIGITAL AUDIO STREAMING*

Reno Dalu Maharso¹, Irwansyah²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
reno.dalu@gmail.com¹, dr.irwansyah.ma@gmail.com²

Abstrak

Para pengguna ponsel pintar (*smartphone users*) sudah terbiasa menggunakan aplikasi *mobile* yang dipasangkan pada perangkat mereka. *User* mencari konten yang mereka inginkan dengan cara mengandalkan aspek visual yang disajikan oleh suatu aplikasi *mobile*. Aspek visual juga berlaku untuk menavigasi diri *user* dalam aplikasi yang menyediakan konten audio seperti aplikasi *digital audio streaming*. *User* mengandalkan aspek visual berupa *cues* pada *Social Information Processing Theory* (SIPT). *Verbal cues* antara lain nama penyanyi, judul lagu, nama *playlist*, lalu *non-verbal cues* seperti *artwork* yang menyertai sebuah konten lagu. Dengan mengambil contoh aplikasi Spotify, peneliti ingin menunjukkan bahwa aspek visual merupakan aspek utama dalam navigasi aplikasi konten audio. Penelitian dilakukan dengan analisis konten kualitatif untuk menelaah *cues* SIPT yang terdapat pada aspek *navigability* dalam model MAIN, diperkuat dengan *focus group discussion* kepada *user* Spotify untuk mendapatkan data mengenai pengalaman navigasi konten musik lewat *cues* yang tersedia. Analisis dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif untuk menunjukkan aspek-aspek *cues* yang dominan. Hasil penelitian menunjukkan fitur *search* paling banyak digunakan untuk mencari konten lagu yang diinginkan dan *user* menavigasi pencarian terutama lewat judul lagu.

Kata Kunci: aplikasi *mobile*, *cues*, *digital audio streaming*, navigasi, visual

Abstract

Smartphone users have accustomed to using mobile applications – apps – on their phones, either pre-installed or obtained through the app market. Users look for any content they desire in an app by relying on visual aspects presented by the app itself. These visual aspects also relied on when users need to navigate themselves through audio content made available in digital audio streaming apps. These aspects in the framework of Social Information Processing Theory (SIPT) in terms of verbal cues are artists' names, song titles, playlists' names, and non-verbal cues are artworks that accompany audio contents. Taking Spotify as a sample case, writers want to show that visuals become the sole aspect to navigate through content in a digital audio streaming app. The writers use qualitative content analysis to study elements of SIPT cues in the MAIN model. A focus group discussion to Spotify users is also conducted to obtain data about their navigating experience through cues available in the app. The analysis was conducted qualitative-descriptively to show which dominant aspects of cues. Results show 'search' as the most used feature when navigating through Spotify, and song title becomes the most popular way to search for songs.

Keywords: *cues*, *digital audio streaming*, *mobile app*, *navigation*, *visual*

1. PENDAHULUAN

Kehidupan manusia saat ini tidak terlepas dari musik. Kapan saja dan di mana saja manusia bisa mendengarkan musik dengan mudah. Hal ini menjadi mungkin karena perkembangan teknologi. Konsumsi musik secara massal ditandai dengan teknologi rekaman dan reproduksi musik yang tersedia bagi konsumen secara luas, mulai dari adanya fonograf, musik di radio, kehadiran musik di TV, kehadiran *compact disc*, hingga musik digital lewat iTunes (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012, p. 126). Di era *mobile* seperti sekarang, salah satu cara paling mudah bagi pendengar musik yang juga pengguna perangkat digital – *user* – untuk mendengarkan musik adalah melalui ponsel pintar dalam genggam tangan mereka. Bahkan ponsel pintar menawarkan beberapa cara untuk mengakses musik seperti aplikasi pemutar musik, aplikasi *video streaming*, dan aplikasi *digital audio streaming*.

Istilah *streaming*, menurut Herbert, Lots, dan Marshall (2018) identik dengan sebuah proses transmisi konten media melalui jaringan internet secara *real-time*. Proses *streaming* berbeda dengan proses transmisi dengan cara mengunduh. Dalam proses *streaming*, sebuah file yang dikirim melalui internet dan diterima suatu perangkat dapat langsung direproduksi oleh perangkat penerima tersebut. Proses ini tidak memerlukan perangkat penerima menyimpan file pada media penyimpanannya (*storage*) sebagaimana yang diperlukan dalam proses mengunduh. *Streaming* memiliki karakteristik utama berupa akses *on-demand* tanpa putus ke suatu katalog konten. Katalog konten tersebut berukuran relatif besar, dan konektivitas dimungkinkan melalui jaringan internet (Herbert, Lotz, & Marshall, 2018, pp. 3–4). Industri teknologi komunikasi yang berkembang pesat membentuk proses *streaming* sebagai layanan penyedia konten kepada *user*, baik menggunakan sistem berlangganan ataupun tidak dikenakan biaya (Herbert et al., 2018, p. 4).

Namun dari pemaparan di atas, perubahan terbesar sejak kemunculan dan adopsi *streaming* secara masif adalah pola konsumsi *user* dari konsumsi berdasarkan kepemilikan ke konsumsi berdasarkan akses yang dimiliki. *User* tidak perlu lagi memiliki media penyimpanan seperti *video home system* (VHS), kaset, atau *compact disc* untuk dapat menikmati konten di dalamnya. Kini, sepanjang *user* memiliki akses ke suatu katalog, ia akan dapat menikmati konten yang terdapat dalam katalog tersebut. Mulligan (2018) menyebutnya perubahan pola konsumsi berdasarkan kepemilikan menjadi berdasarkan akses yang dimiliki (Mulligan, 2018). *User* hanya perlu terhubung dengan suatu katalog *streaming* untuk menikmati konten yang pilihannya banyak dan disediakan oleh layanan *streaming*.

Salah satu aplikasi *digital audio streaming* yang populer di dunia saat ini adalah Spotify. Spotify dapat digunakan pada ponsel pintar bersistem operasi Android maupun iOS, dan dapat digunakan juga pada perangkat komputer (*personal computer/PC* dan *laptop*) bersistem operasi Windows maupun MacOS. Spotify diluncurkan pada 2006 di Stockholm, Swedia (Iqbal, 2019). Mengutip Eriksson, Fleischer, Johansson, Snickars, dan Vonderau (2019), keberadaan Spotify pada saat itu menawarkan pola baru dalam konsumsi musik secara khusus dan budaya digital secara umum. Spotify menawarkan

streaming sebagai cara baru pendengar musik mengonsumsi musik tanpa perlu mengunduh filenya ke perangkat mereka. Hal ini menjadi pendekatan baru yang mendobrak budaya menyimpan file musik ke dalam perangkat seperti yang dilakukan dengan iPod (Eriksson, Fleischer, Johansson, Snickars, & Vonderau, 2019, p. 51).

Spotify terus tumbuh pesat sejak diluncurkan. Hingga triwulan IV 2018, Spotify mencatat telah memiliki 207 juta pengguna aktif di 78 negara. Dalam periode yang sama, keuntungan yang diperoleh telah mencapai 1.495 miliar euro (Spotify, 2019). Dari segi konten, Spotify telah memiliki 40 juta lagu dalam katalognya (Iqbal, 2019) dan jumlah ini terus tumbuh. Jumlah lagu sebesar itu dalam suatu katalog musik *streaming* tidak menjamin *user* dapat menikmati pengalaman mendengarkan musik yang maksimal jika mereka tidak dapat menemukan lagu yang mereka mau, meskipun sebenarnya lagu yang mereka inginkan ada di katalog tersebut. Herbert et al. (2018) berargumen katalog audio yang memiliki banyak konten, seperti milik Spotify, harus didukung sistem navigasi yang baik. Navigasi tersebut misalnya melalui algoritma rekomendasi dan keberadaan *playlist* (Herbert et al., 2018, p. 6).

Meskipun Spotify adalah sebuah aplikasi *digital audio streaming* yang menawarkan audio sebagai konten utamanya, *user* justru tidak dapat menavigasi aplikasi untuk menemukan musik yang diinginkan melalui audio. Sebagai sebuah aplikasi, Spotify dinavigasi melalui aspek-aspek visualnya. Aspek-aspek visual ini – selanjutnya disebut *cues* – menunjukkan bahwa ada cara menavigasi diri dalam aplikasi untuk menemukan konten yang ingin diakses. Merujuk pada *Social Information Processing Theory* (SIPT), *cues* dibedakan menjadi dua jenis. Kedua jenis *cues* adalah *verbal cues* dan *non-verbal cues* (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2019, p. 118). Secara visual, *cues* dapat diamati antara lain dari judul lagu, judul album, dan *playlist* (McKelvey & Hunt, 2019).

Oleh karena itu, artikel ini ingin menegaskan bahwa aspek visual berupa *cues* merupakan aspek penting karena menjadi petunjuk utama bagi *user* untuk menavigasi konten dalam sebuah aplikasi *digital audio streaming*. Hal ini menjadi penting mengingat peran visual tetap menjadi yang utama dalam sebuah aplikasi *mobile*, termasuk bagi Spotify. Mengingat bahasan yang dibangun adalah mengenai *mobile app*, artikel ini membatasi penelitian pada *mobile app* Spotify yang dapat digunakan di ponsel pintar berbasis Android dan iOS.

Artikel ini mengadaptasi konsep *cues* pada penelitian Burgers et al. (2016) tentang peluang sebuah aplikasi diunduh dari *app market*. Penelitian tersebut mengatakan ada dua *cue* yang menentukan keputusan *user* mengunduh sebuah aplikasi. Kedua *cue* tersebut adalah karakteristik desain visual dari ikon aplikasi dan rekomendasi *online* tentang *app* itu sendiri (Burgers, Eden, de Jong, & Buningh, 2016, p. 327). Namun perlu digarisbawahi bahwa penelitian tersebut membuat konsep *cues* untuk mengamati persaingan antar-*app* dalam suatu *app market* untuk diunduh. Konsep *cue* dari penelitian tersebut diadaptasi dalam artikel ini menjadi cara *user* menavigasi diri dalam sebuah aplikasi *digital audio streaming* seperti Spotify untuk menemukan musik yang ingin mendengarkan.

Keberadaan aspek kemudahan navigasi (*navigability*) adalah satu dari empat *affordances* yang dituangkan dalam model *modality, agency, interactivity, dan navigability* (MAIN) oleh Sundar (2008). Model ini pula lah yang dirujuk Burgers, Eden, de Jong, dan Buningh (2016) dalam penelitian mereka. MAIN *model* menjelaskan bagaimana empat *affordances* membentuk *cues* dalam media digital, yang pada akhirnya berhubungan dengan kredibilitas bagi media digital tersebut (Sundar, 2008, p. 78). Artikel ini mengadaptasi *navigability* dalam model MAIN Sundar yang secara garis besar menyebut tanda dalam suatu teks media dapat bernilai heuristik (berhubungan dengan aktivitas penemuan) saat tanda tersebut diasosiasikan dengan makna tertentu yang merujuk pada konten tertentu. Sundar mencontohkan cara kerja *navigability* lewat *hyperlink* pada laman web. *Hyperlink* pada laman web ditandai dengan warna berbeda, umumnya diberi garis bawah, dan menggunakan kata-kata yang mengajak *user* untuk mengkliknya. Kumpulan *hyperlink* pada suatu situs web bisa memunculkan nilai heuristik yaitu membawa *user* ke laman baru. Semakin terorganisasi dengan baik *hyperlink-hyperlink* yang ada dan semakin mudah navigasinya, maka situs web tersebut akan semakin kredibel di mata *user* (Sundar, 2008, p. 88). Kata-kata pada *hyperlink* merupakan informasi yang dapat dimaknai oleh *user* secara asosiatif karena kata-kata tersebut akan dikaitkan dengan hal-hal dalam ingatannya (Sundar, 2008, p. 89).

Jika merujuk pada masalah dalam artikel kali ini, cara kerja *cues* dalam Spotify dapat dijelaskan persis dengan *navigability* tersebut. Sebagai contoh, salah satu *verbal cues* dalam aplikasi Spotify adalah judul lagu. Saat membaca judul lagu pada rekomendasi Spotify, *user* akan merujuk judul lagu tersebut ke ingatannya. *User* memastikan jika ia pernah mendengar lagu yang direpresentasikan oleh judul lagu tersebut atau belum. Jika sudah, *user* akan melakukan upaya *recall* untuk mengingat kembali seperti apa lagu tersebut. *User* kemudian memutuskan akan mendengarkan lagu itu di Spotify atau tidak. Jika ia ingin mendengarkan lagunya, *user* akan mengetuk (*tap*) judul lagu yang muncul tersebut. Sundar mengatakan fitur-fitur navigasi digunakan untuk memediasi *user* agar dapat menempatkan dirinya di antara konten media, lalu menunjukkan arah yang tepat agar *user* dapat memaksimalkan pengalaman menggunakan media (Sundar, 2008, p. 89). Mendengarkan lagu sesuai keinginan di aplikasi Spotify adalah salah satu contoh konkretnya.

Penelitian lain oleh MacGregor (2005) menunjukkan ada kaitan antara desain sistem dan kemampuan *user* membangun model dalam pikirannya dalam menggambarkan cara kerja suatu sistem (Macgregor, 2005, p. 191). Gagasan ini dapat dikembangkan dalam proses *user* Spotify memilih konten. Lewat *cues* yang disintesis dalam artikel ini, *user* Spotify membangun model dalam pikirannya yang dapat menggambarkan cara kerja sistem Spotify. Gambaran mental sebagai pola navigasi ini mendukung pendapat Sundar (2008) tentang makna asosiasi dari teks dalam aplikasi Spotify. Aksi yang dilakukan *user* seperti mengetuk judul lagu pada laman pencarian akan membuat lagu tersebut diputar oleh aplikasi.

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang *navigability app* telah membahas *cues* dalam bentuk karakter ikon visual dan rekomendasi *online* yang berhubungan dengan

persaingan *app* untuk diunduh dalam sebuah *app market* (Burgers et al., 2016), navigasi sebagai satu dari empat *affordances* yang menentukan kredibilitas suatu media digital (Sundar, 2008), dan navigasi berdasarkan kemampuan *user* membangun model cara kerja media dalam pikirannya (Macgregor, 2005). Namun, ketiga penelitian tersebut tidak membahas secara detail keberadaan *cues* dalam suatu *app* yang spesifik. Terlebih lagi, *app* tersebut secara spesifik merupakan sebuah *digital audio streaming app*, dengan karakteristik utamanya berupa konten audio. Maka, artikel yang dikerjakan kali ini akan berkontribusi menunjukkan bahwa sebagai suatu *mobile app*, elemen visual tetap menjadi yang utama bagi *user* untuk menavigasi diri mereka di antara jutaan konten musik, dan membantu *user* menemukan musik yang ingin mendengarkan. Dengan menerapkannya pada *app* Spotify, artikel ini berharap dapat menunjukkan peran *verbal* dan *non-verbal cues* secara visual bagi *app* yang secara spesifik terspesialisasi dalam konten audio.

Dalam artikel tentang *cues* Spotify kali ini, konsep karakteristik desain visual (Burgers et al., 2016) diadaptasi menggunakan *verbal cues* dan *non-verbal cues* dari SIPT. Konsep *verbal cues* dan *non-verbal cues* hasil adaptasi tersebut kemudian diperjelas lagi menggunakan konsep dari McKelvey dan Hunt (2019). Dari hasil sintesis, konsep yang muncul untuk *verbal cues* adalah judul lagu, nama penyanyi, judul album, dan *playlist*. Sedangkan konsep untuk *non-verbal cues* adalah *artwork* yang mendampingi *verbal cues*. Kedua *cues* ini lah yang akan digunakan sebagai pedoman navigasi bagi *user* untuk menemukan musik yang diinginkan di Spotify. Tetapi dalam penelusurannya nanti, artikel ini tidak menutup kemungkinan akan adanya *cues* atau pedoman navigasi baru yang teridentifikasi.

2. METODE PENELITIAN

Untuk mengamati fenomena *app* Spotify tersebut, artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa analisis konten kualitatif dan *focus group discussion* (FGD). Metode pertama digunakan untuk meneliti unsur-unsur visual yang terdapat pada aplikasi Spotify. Unsur-unsur visual tersebut diterjemahkan menjadi *verbal cues* yang berkaitan dengan kata-kata dan bahasa seperti judul lagu, nama penyanyi, dan nama *playlist*. Sementara itu *non-verbal cues* adalah *artwork* pada *playlist* maupun album atau lagu. Secara tekstual, fitur-fitur navigasi dalam aplikasi Spotify seperti *Home* atau *Search* dikaitkan dengan *verbal* dan *non-verbal cues* untuk melihat desain sistem Spotify dalam navigasi pencarian lagu.

Analisis konten kualitatif berbeda dengan analisis konten kuantitatif. Jika analisis konten kuantitatif memperlakukan teks sebagai kata-kata yang perlu dihitung secara statistik, analisis konten kualitatif secara intensif menganalisis bahasa dalam teks dan membuat kategorisasinya (Weber, 1990 dalam Hsieh dan Shannon, 2005, p. 1278). Analisis konten kualitatif dapat dijelaskan sebagai suatu metode yang penekanannya pada interpretasi subjektif terhadap suatu teks, dan melihatnya sebagai suatu proses sistematis yang membuat kategorisasi, coding, dan berupaya menemukan pola pada teks (Hsieh & Shannon, 2005, p. 1278). Downe-Wamboldt (1992) mengatakan penelitian yang

menggunakan analisis konten kualitatif ingin memperoleh pengetahuan dan mendapatkan pemahaman dari suatu fenomena.

Pada analisis konten kualitatif, fokus penelitian terletak pada komunikasi dan bahasa yang digunakan, serta melihat hubungan teks dengan konteksnya (Lindkvist, 1981; Tesch, 1990; Budd, Thorp, dan Donohew, 1967; dan McTavish dan Pirro, 1990 dalam Hsieh dan Shannon, 2005, p. 1278). Teks yang dapat menjadi data dalam analisis konten kualitatif meliputi antara lain bentuk cetak seperti artikel dan buku, bentuk elektronik, maupun verbal. Bahkan analisis konten kualitatif dapat digunakan untuk menganalisis jawaban pertanyaan survei yang bersifat *open-ended* dan FGD (Kondracki dan Wellman, 2002 dalam Hsieh dan Shannon, 2005, p. 1278).

Metode kedua yang digunakan dalam artikel ini adalah FGD. FGD merupakan cara mendapatkan data mendalam tentang suatu fenomena atau topik penelitian (Morgan, 1997 dalam Rothwell, Anderson, dan Botkin, 2016). Melalui FGD, data yang diperoleh peneliti merupakan hasil pernyataan kolektif informan dari hasil klarifikasi dan identifikasi bersama. Data hasil pernyataan kolektif yang seperti ini menjadi kelebihan FGD dibandingkan wawancara mendalam secara empat mata (Kitzinger, 1995 dalam Tausch dan Menold, 2016). Carey (1994), Stewart, Shamdasani, dan Rook (2007) mendukung pendapat tersebut dengan mengatakan pengalaman bersama dan opini yang disuarakan bersama merupakan hasil dinamika FGD dan merupakan kekhasan dari melakukan pengumpulan data dengan cara tersebut (Tausch & Menold, 2016, p. 1). Sementara itu, Guttman (2007), Cobb (2011), dan Kitzinger (1995) menekankan kualitas data yang diperoleh baik dari wawancara empat mata maupun FGD sangat tergantung dari pengetahuan partisipannya (Rothwell, Anderson, & Botkin, 2016, p. 734).

Fokus penelitian yang diajukan di artikel ini adalah menunjukkan *verbal cues* dan *non-verbal cues* sebagai cara *user* menavigasi diri dalam aplikasi *digital audio streaming* untuk menemukan lagu yang diinginkan. Artikel ini juga menekankan bahwa *verbal cues* dan *non-verbal cues* merupakan *cues* yang dapat diidentifikasi secara visual melalui sensor optik manusia. Artikel ini mengidentifikasi *verbal cues* sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kata dan bahasa, antara lain judul lagu, nama penyanyi, judul album, dan judul *playlist*. Sementara, itu *non-verbal cues* dapat diidentifikasi sebagai segala sesuatu yang tidak berhubungan dengan manusia tapi bisa berhubungan dengan gambar atau tanda-tanda visual lain, misalnya *artwork* pada album, foto penyanyi, atau *artwork* pada *playlist*.

Selain itu, pengamatan awal pada aplikasi *mobile* Spotify membuat asumsi awal bahwa fitur navigasi yang terdapat dalam aplikasi tersebut antara lain laman *Home*, laman *Search*, laman *Your Library*, laman *Playlist*, dan laman *Now Playing*. Upaya navigasi dalam Spotify juga berkaitan erat dengan upaya *recall* ingatan *user*. Baik *verbal cues* maupun *non-verbal cues* akan dimaknai secara asosiatif oleh *user*. Hal itu karena *user* berusaha mengaitkan *cues* tersebut dengan ingatan mereka, memastikan jika *cues* tersebut berkaitan dengan salah satu lagu yang pernah mereka dengarkan sebelumnya.

Karena artikel ini menggunakan metode FGD, maka ada responden yang diikutsertakan dalam proses tersebut. Responden ditentukan lewat *purposive sampling* seperti dirujuk dari Robson (2011) (Balogun & John-Akinola, 2015, p. 2413). Wawancara direkam dan dibuat verbatimnya, kemudian dilakukan koding untuk mendapatkan jawaban dari tiap responden serta menemukan kesamaan jawaban yang dapat membentuk pola.

Sampel teks yang dianalisis secara kualitatif berasal dari laman dalam aplikasi Spotify. Kriteria pemilihan laman yang menjadi sampel adalah laman-laman pada aplikasi Spotify yang menggambarkan adanya fitur-fitur utama yang mendukung kemudahan navigasi. Hasil penelusuran menemukan laman-laman yang masuk kriteria adalah *Home*, *Search*, *Your Library*, *Now Playing*, dan *Playlist*.

Pengumpulan data tekstual dari aplikasi Spotify untuk mengidentifikasi fitur-fitur utamanya didapatkan dari aplikasi Spotify yang ada pada ponsel pintar berbasis Android, Samsung Galaxy A7 (2018) milik peneliti. Laman-laman tersebut kemudian ditangkap layar (*screenshot*) untuk dikoding dan diidentifikasi. Koding dan identifikasi yang dilakukan berhubungan dengan elemen *cues* yang telah dipaparkan sebelumnya. Sebagai catatan, aplikasi Spotify yang ditangkap layar aktif dalam bahasa Inggris.

Di sisi lain, pengumpulan data melalui FGD dilakukan pada 21 Mei 2019 dan melibatkan lima orang partisipan. Secara *purposive*, kriteria responden adalah pengguna Spotify yang berlangganan Spotify Premium, berumur 17 tahun atau lebih, dan berdomisili di Jakarta. Kelima partisipan dalam FGD ini adalah AL (24, laki-laki), RR (23, perempuan), RMP (34, laki-laki), AR (23, perempuan), dan FN (27, perempuan). Pertanyaan yang diajukan saat FGD berhubungan dengan aspek visual (*verbal* dan *non-verbal cues*) dan pengalaman menggunakan Spotify, eksplorasi pada aplikasi, serta penggunaan fitur-fitur yang ada seperti fitur pencarian (*search*) dan *playlist*.

Analisis teks kualitatif dianalisis secara deduktif lewat koding untuk mengonfirmasi keberadaan konsep deduktif berupa *cues* pada aplikasi Spotify. Teknik analisis ini dimungkinkan lewat *directed content analysis*. *Directed content analysis* dilakukan dengan mengidentifikasi konsep-konsep kunci di awal penelitian, dan dibangun lewat teori. Potter dan Levine-Donnerstein (1999) dalam Hsieh dan Shannon (2005) mengatakan konsep-konsep kunci yang diidentifikasi di awal menjadi bagian dari kategori koding (Hsieh & Shannon, 2005, p. 1281). Secara deduktif, perumusan koding didasari oleh peran teori (Potter & Levine-Donnerstein, 1999, p. 264). Kedua pendapat tersebut sejalan dengan pendapat Elo et al. (2014) yang mengatakan analisis konten yang baik mampu mendeskripsikan fenomena melalui kategorisasi, suatu konsep, pemetaan, atau membuat model (Elo et al., 2014, p. 1).

Untuk menganalisis FGD, digunakan metode koding yang dihubungkan dengan keberadaan *cues*. Jawaban partisipan dikaitkan dengan *verbal* dan *non-verbal cues* yang telah teridentifikasi sebelumnya. Jawaban partisipan akan menjadi data yang menunjukkan bahwa *user* berinteraksi dengan *cues* dalam upaya mereka menavigasi diri dalam aplikasi Spotify. Karena pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan

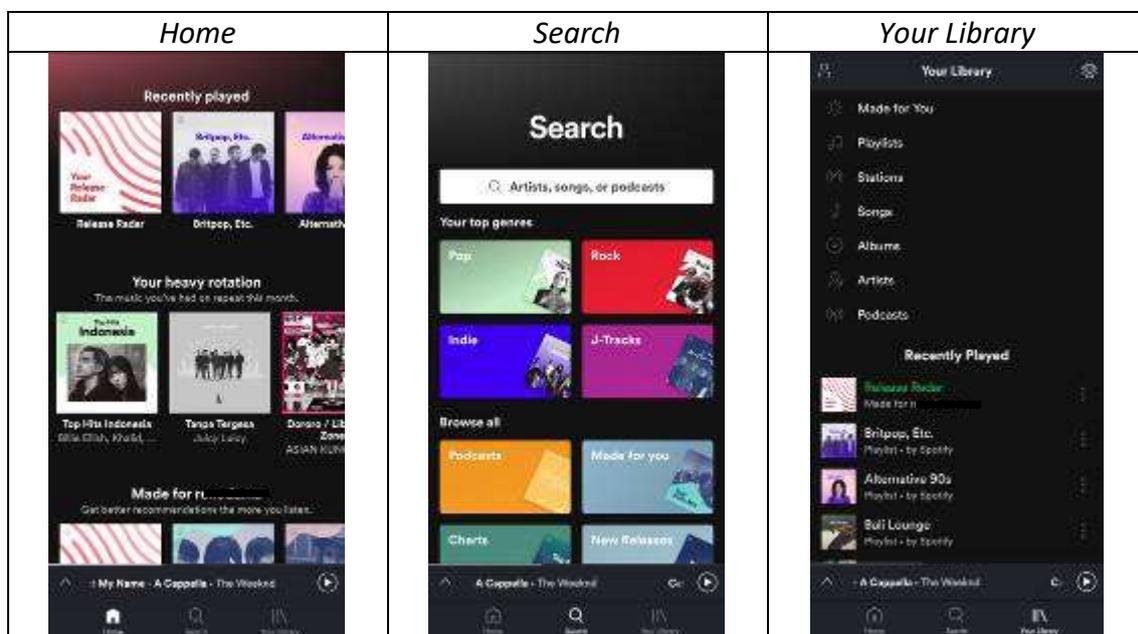
semiterstruktur, artikel ini mengasumsikan akan ada jawaban informan yang memunculkan konsep baru. Konsep tersebut dapat digunakan untuk memperkaya pengalaman menggunakan aplikasi *digital audio streaming* Spotify sekaligus memperkaya variasi *cues* dalam aplikasi tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Konten Kualitatif

Analisis konten kualitatif dimaksudkan untuk menunjukkan dan mengonfirmasi bahwa terdapat *cues* berupa *verbal* dan *non-verbal cues* pada aplikasi Spotify. Secara deskriptif, dapat diamati dengan jelas perbedaan antara *verbal* dan *non-verbal cues* dari tampilan aplikasinya. Dari hasil penelusuran konten secara kualitatif ini pula lah, diketahui ada tiga bilah utama untuk menavigasi dan menemukan konten-konten yang terdapat pada aplikasi Spotify. Ketiga bilah tersebut adalah bilah *Home* yang berada di kiri bawah, bilah *Search* yang berada di tengah bawah, dan bilah *Your Library* yang berada di kanan bawah. Secara visual, ketiga bilah utama tersebut tergambar dari Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Tiga Bilah Utama *Spotify* pada Ponsel Pintar
 [Sumber: Aplikasi *Spotify Mobile*, diakses dari akun Spotify milik Maharso]



Tampilan dari ketiga bilah utama di atas secara garis besar telah menunjukkan fungsi navigasi yang berbeda satu sama lain, meskipun tidak dipungkiri ada kemiripan dari sisi *layout*. *Non-verbal cue* pada ketiga laman di atas menunjukkan dominasi warna latar belakang hitam, bilah berwarna abu-abu, dan warna tulisan putih sebagai identitas aplikasi Spotify. Ketiga laman sama-sama memiliki *verbal cues* berupa nama-nama (judul lagu, nama *playlist*, nama penyanyi, nama kategori) dan *nonverbal cues* (ikon dalam aplikasi, *artwork playlist* yang berbeda satu sama lain).

Ketiga laman menempatkan bilah utama pada bagian bawah layar. Ukuran ikon bilah yang besar menandakan bahwa *Home*, *Search*, dan *Your Library* benar sebagai cara

navigasi utama dari Spotify. Secara berurutan dari kiri ke kanan, bilah-bilah tersebut adalah *Home*, *Search*, dan *Your Library*. Ketiga bilah sama-sama direpresentasikan dengan *verbal cue* (nama bilah) dan *non-verbal cue* (ikon bilah). Baik posisi maupun urutan ketiga bilah tidak berubah saat laman berpindah. Tetapi, hal yang menjadi pembeda adalah saat suatu laman sedang aktif, warna tulisan dan warna dari satu ikon akan menyala lebih terang dibanding dua ikon lainnya. Hal tersebut turut memberi petunjuk sebagai penanda laman mana yang sedang aktif. Tidak hanya itu, laman yang musik atau *playlist*-nya sedang aktif akan berubah warna dari putih ke hijau.

Jika mengamati tampilan pada laman *Home* (tabel kiri), kesan yang muncul adalah laman *Home* merupakan konten yang terpersonalisasi bagi *user Spotify*. Tiap *user* akan memiliki konten terpersonalisasi yang berbeda dengan *user* lain. Laman *Home* terbagi ke dalam beberapa kategori besar. Setiap kategori besar memiliki sejumlah *playlist* yang siap diakses. Kategori-kategori dalam *Home*: (1) *Recently played* menunjukkan lagu atau *playlist* yang baru saja diputar oleh aplikasi; (2) *Your heavy rotation* menunjukkan musik-musik yang sering diputar ulang dalam sebulan terakhir; (3) *Your favorite artists* menunjukkan laman penyanyi yang sering diputar atau dicari; (4) *Made for .. (username)* menunjukkan rekomendasi terpersonalisasi dari Spotify untuk tiap *user* dan terdiri atas *Release Radar*, *Daily Mix 1-6*, *Discover Weekly*, *Your Top Songs 2018*, dan *Tastebreakers*; (5) *Keep the vibe going* menunjukkan *playlist* yang sesuai dengan aktivitas terakhir *user*; (6) *Your favorite albums and songs*; (7) *Popular Artist*; (8) *Best of artists*; (9) *Chill*; (10) *Throwback*; (11) *More of what you like* yang mengompilasi lagu-lagu kesukaan *user*; (12) *Suggested artists*; (13) *Recommended radio*; dan masih banyak lagi. Keterangan-keterangan yang disebutkan dalam beberapa contoh kategori di atas disampaikan dalam bahasa Inggris dan menjadi referensi bagi *user* untuk membuat keputusan membukanya atau tidak.

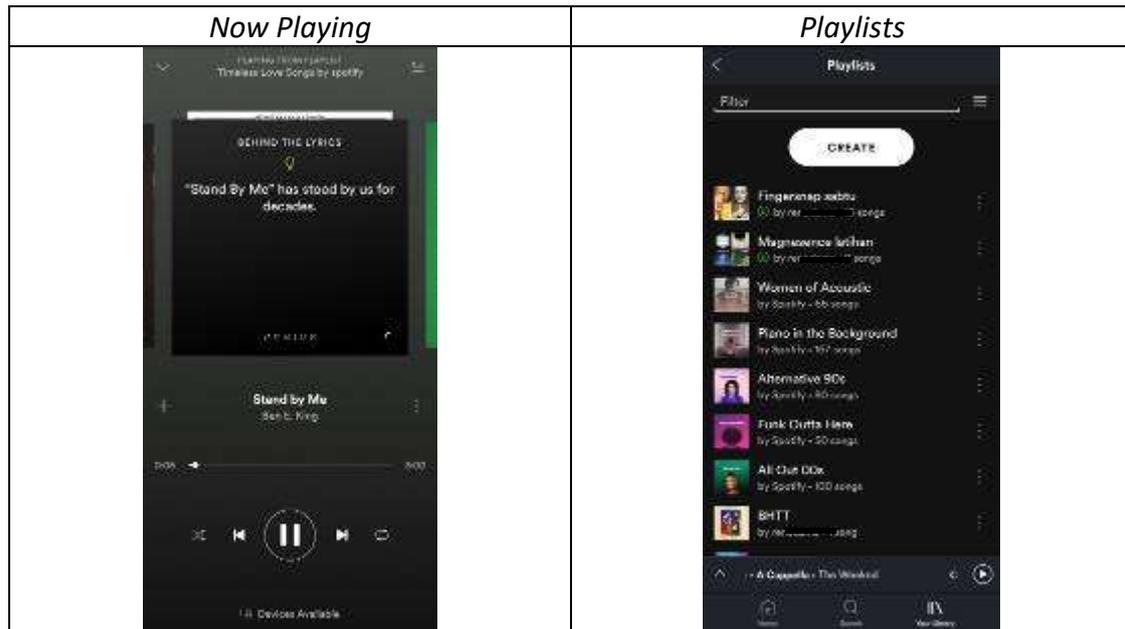
Bilah yang berada di tengah adalah *Search* (tabel tengah). Kesan yang muncul dari bilah tersebut adalah *user* dapat menemukan musik-musik baru. Saat laman *Search* dibuka, *cue* yang paling dominan dan menonjol adalah *verbal cue* berupa tulisan *Search*. Tulisan *Search* diiringi *non-verbal cue* yaitu tulisan dengan warna putih dan ukuran huruf yang relatif lebih besar dari tulisan lain di laman tersebut. Posisi tulisan *search* juga amat menonjol karena berada di bagian atas laman. Di bawah tulisan *Search*, ada sebuah persegi panjang dengan latar belakang warna putih. Persegi panjang tersebut berisikan ikon kaca pembesar serta tulisan *Artists, songs, or podcasts* yang ditulis dengan warna hitam. Informasi visual itu dapat digolongkan sebagai *cues*. *Cues* tersebut terdiri atas *verbal* dan *non-verbal cues* yang memberi *user* petunjuk navigasi bahwa kotak itu lah tempat *user* mencari musik yang diinginkan. Di bawah kotak *search*, terdapat tulisan *Your top genres* dan empat bangun persegi panjang yang masing-masing bertuliskan satu *genre* musik. Keempat persegi panjang tersebut memiliki warna berbeda, tulisan nama *genre* berbeda, dan *artwork* berbeda. Nama *genre* pada tiap persegi panjang ditulis dengan warna putih dan terletak di kiri atas. Setelah empat persegi panjang, muncul tulisan *Browse all* yang memberi informasi tentang *genre* lain dalam bilah *search*. Bilah *search* ini memiliki total 49 persegi panjang yang masing-masing merepresentasikan sebuah informasi tentang kategori musik. *Verbal cues* dalam judul

persegi panjang mewakili informasi yang merepresentasikan kategori musik seperti apa pada setiap persegi panjang. Beberapa contoh *genre* yang ditulis dalam persegi panjang tersebut adalah *Pop*, *Rock*, *Jazz*, dan *Punk*. Pengamatan lebih lanjut pada setiap persegi panjang menunjukkan bahwa tidak semuanya memiliki *verbal cue* yang terkait dengan nama *genre* musik. Alih-alih, informasi yang dituliskan pada persegi panjang juga menggambarkan suasana seperti *Chill* dan *Dinner*, serta menggambarkan aktivitas seperti *Workout* dan *Sleep*. Setiap persegi panjang bekerja sebagai *cue* navigasi yang merepresentasikan jenis musik tertentu sesuai dengan suatu kriteria spesifik (*genre* musik atau jenis aktivitas). Persegi-persegi panjang tersebut menjadi pintu untuk mengakses pilihan-pilihan *playlist*. Saat persegi panjang tersebut diketuk, *user* akan dipindahkan ke laman lain dengan sejumlah pilihan *playlist* yang sesuai dengan kriteria musik spesifik pilihan *user*.

Bilah ketiga adalah *Your Library* (tabel kanan). Bilah ini memiliki variasi *verbal cues* paling banyak daripada kedua bilah yang lain. Tidak ada perbedaan besar dari sisi *non-verbal cues* berupa desain *layout*, dominasi warna latar, warna tulisan, dan peletakan bilah. Tetapi pada bilah ini terdapat dua ikon di pojok kanan dan kiri atas yang tidak memiliki *verbal cues*. Ikon pada pojok kiri atas menggambarkan manusia dan merujuk ke profil yang dimiliki setiap *user* Spotify. Mengetuk ikon tersebut akan membawa *user* ke laman tentang profil *user*, termasuk di dalamnya laman untuk mengurus berlangganan Spotify. Ikon pada pojok kanan atas menggambarkan roda gigi dan diasosiasikan pada pengaturan aplikasi/*setting*. Terdapat tulisan *Your Library* di posisi paling atas dari laman ini untuk menandakan bahwa *user* sedang berada di laman tersebut. Mengetuk ikon roda gigi akan membawa *user* ke laman pengaturan untuk mengatur setelan kualitas musik, layanan unduhan musik *luring/offline*, hingga penyetelan volume musik. Perbedaan terbesar justru ada pada informasi yang terdapat di *verbal cues*. Terdapat tujuh kategori untuk menavigasi konten dalam bilah tersebut. Ketujuh kategori ini adalah (1) *Made for You*; (2) *Playlists*; (3) *Stations*; (4) *Songs*; (5) *Albums*; (6) *Artists*; dan (7) *Podcasts*. Selain pilihan tujuh navigasi konten tersebut, ada tanda bertuliskan *Recently Played*.

Selain tiga bilah utama, terdapat juga dua laman lain yang perlu diamati. Laman pertama adalah *Now Playing* yang menunjukkan informasi jika satu musik sedang diputar. Laman kedua adalah *Playlists*. Laman Playlist menjadi penting karena menunjukkan upaya navigasi dalam aplikasi Spotify (Herbert et al., 2018, p. 6) melalui kurasi dan filter konten yang mengikuti suatu aturan kontekstual. *Playlist* dapat berperan sebagai filter yang dibentuk melalui kurasi (Lobato, 2018, p. 1). Laman *Now Playing* dan laman *Playlists* ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Laman *Now Playing* dan *Playlists*
 [Sumber: Aplikasi Spotify Mobile, diakses dari akun Spotify milik Maharso]



Informasi visual pada laman *Now Playing* (tabel kiri) dapat dibagi menjadi *verbal cues* dan *non-verbal cues*. *Verbal cues* meliputi judul lagu, nama penyanyi, asal lagu (informasi pada bagian atas tampilan), durasi lagu dalam menit dan detik, dan *behind the lyrics* yang memiliki cerita di balik lirik lagu tersebut (bagian tengah tampilan). *Verbal cues* dalam *Now Playing* berguna untuk mengetahui informasi tentang suatu lagu dan menilai lagu tersebut berdasarkan informasi-informasi yang tersedia. Di sisi lain, *non-verbal cues* memiliki porsi yang relatif lebih banyak pada laman *Now Playing*. Pada laman ini, *non-verbal cues* berupa ikon, diletakkan dengan jelas di satu per tiga laman, dan ukurannya pun besar. Tombol-tombol kendali berupa ikon secara berurutan dari kiri ke kanan adalah: (1) tombol acak lagu/*shuffle*; (2) tombol *repeat*; (3) tombol *pause/play*, terletak di tengah dan berukuran paling besar agar mudah diakses; (4) tombol *skip*; dan (5) tombol *loop*. Kelima tombol utama tersebut memiliki skema warna putih. *Non-verbal cues* lainnya yang berguna untuk kurasi konten adalah *minimize* pada kiri atas untuk kembali ke laman pilihan lagu yang sebelumnya, dan *playlist* pada kanan atas untuk melihat urutan lagu yang ditawarkan pada *playlist* yang sedang diputar saat ini.

Playlist pada bagian kanan memungkinkan *user* mengubah urutan lagu sesuai keinginan *user*. *Bar* durasi juga menunjukkan sudah berapa lama lagu diputar, dilihat dari berapa banyak bagian *bar* yang menyala dengan warna putih dan ada titik (*node*) yang menyertainya. Satu hal yang menjadi pembeda laman ini dengan laman lainnya adalah warna latar yang berwarna abu-abu alih-alih hitam. Selain itu, *non-verbal cues* juga bisa berupa *artwork* album atau *playlist* yang menggantikan posisi *behind the lyrics*. Secara fungsi, *non-verbal cues* memiliki peran paling penting dalam navigasi konten pada laman ini karena ikon-ikon yang tersedia memberi kekuasaan untuk mengendalikan pemilihan konten, termasuk *bar* durasi yang dapat disentuh di titik manapun untuk mencari bagian

lagu yang ingin didengarkan. Dengan kata lain, *non-verbal cues* memiliki kendali kuat atas konten pada *Now Playing*.

Laman *Playlist* (tabel kanan) terdiri atas sejumlah lagu yang disusun menjadi satu dalam sebuah katalog dan diberikan makna kontekstual yang sama, misalnya saja sebagai hasil kurasi yang direkomendasikan secara otomatis oleh sistem (Morris, 2015, p. 447) maupun disusun oleh manusia (Jansson & Hracs, 2018, p. 1607). Elemen visual yang tertuang dalam *non-verbal cues* antara lain *artwork* yang mendampingi suatu *playlist* dan lingkaran bulat berwarna hijau di bawah judul *playlist* yang menandakan jika lagu-lagu dalam *playlist* disimpan dalam memori aplikasi. Elemen *non-verbal cue* sekaligus *verbal cue* yang menonjol pada laman ini adalah tombol besar berbentuk tablet warna putih dengan tulisan *CREATE* untuk membuat *playlist* baru. Keberadaan tombol tersebut dapat diartikan bahwa Spotify mendorong *user*-nya untuk membuat *playlist* mereka sendiri.

3.2. FGD Pengalaman User

Untuk memperkaya data dan melengkapi artikel ini dengan pengalaman *user*, FGD digunakan. FGD dilakukan pada 21 Mei 2019 dan melibatkan lima orang partisipan sebagai narasumber yang dicatat pendapatnya. Kelima partisipan adalah AL, RR, RMP, AR, dan FN. Pertanyaan yang sama diajukan kepada masing-masing partisipan, lalu jawaban dari partisipan dirangkum sebagai informasi yang lengkap dari kelima partisipan. Pertanyaan dibatasi pada penggunaan Spotify pada perangkat ponsel pintar masing-masing partisipan, termasuk menggali aspek-aspek visual yang mereka sadari.

Dari hasil FGD, kelima partisipan mengaku seringkali sudah tahu ingin mendengarkan lagu apa sebelum membuka Spotify di ponsel mereka. Dengan begitu, saat mereka membuka Spotify mereka akan mencari lagu tersebut lewat bilah *Search*. RR menambahkan ada kalanya ia membuka Spotify terlebih dahulu, baru kemudian mencari-cari lagu untuk didengarkan. Hal tersebut dilakukan RR saat sedang fokus mengerjakan tugas dan hanya ingin ditemani musik sebagai latar saja. RR melakukan hal yang sama dengan partisipan lain jika ingin mendengarkan suatu lagu yang spesifik. Jawaban informan dapat direpresentasikan oleh jawaban dari RMP sebagai berikut:

“Lebih milih udah tau lagunya mau apa, baru cari. Habis itu seiring lagunya selesai habis itu silakan berputar dengan lagu-lagu yang lain. Cari dulu. Udah tau mau cari apa, udah dapet, habis itu muter sendiri.”

Cara informan menemukan musik yang ingin didengarkan berbeda-beda. AL, RR, RMP, dan FN memilih pergi ke bilah *Search* setelah membuka aplikasi. Keempat informan ini memasukkan judul lagu pada kotak pencarian, lalu memilih hasil yang relevan dengan musik yang memang mereka cari. RR mengatakan akan memilih lagu yang muncul pada baris paling atas hasil pencarian. AL yakin mencari lagu lewat judul lagu tidak akan membawanya ke hasil pencarian yang salah. Jika judul lagu belum meyakinkan AL bahwa itu memang yang dicari, AL melakukan filter kedua dengan membaca nama penyanyi yang ada tepat di bawah judul sebuah lagu dalam hasil pencarian. Di sisi lain, setelah

masuk ke aplikasi AR memilih pergi ke laman *Playlists* dibilah *Your Library* untuk menemukan *playlist* yang telah ia buat. Saat masuk ke laman *Playlists*, AR melakukan pencarian judul *playlist*. Tetapi AR juga meyakini dirinya tidak akan salah pilih lagu saat melakukan pencarian pada bilah *Search* karena AR yakin hasil pencarian teratas adalah hasil yang paling akurat.

Kelima informan mengaku mengakses bilah *Home* dan mendapatkan *playlist* yang direkomendasikan oleh Spotify. RMP memanfaatkan *playlist* "Early Noise 2019" dan mendapatkan rekomendasi *band* baru untuk didengarkan. AR mengakses kategori *Heavy Rotations* untuk mendengarkan kembali lagu-lagu yang sering didengarkan selama sebulan terakhir. Sedangkan FN memanfaatkan *Home* untuk menemukan *playlist* baru yang direkomendasikan Spotify. AL menikmati pilihan lagu yang disajikan pada *genre* "Mood" yang muncul pada bilah *Home*-nya. Sementara itu, RR jarang membuka *Home* kecuali untuk mencari *playlist* Top 50 saat sedang berkumpul bersama teman-teman untuk menghangatkan suasana. Kelima partisipan mengatakan dalam memilih lagu pada *playlist* di *Home*, mereka melihat daftar lagu dan mengamati judul-judul lagu yang ada terlebih dahulu.

Kelima partisipan mengaku sering masuk ke bilah *Search* dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di sana. Pengalaman eksplorasi lagu lebih banyak diperoleh di sana. Hal tersebut dilakukan oleh RMP dan AL. Keduanya mengaku eksplorasi dari bilah *Search* menawarkan pilihan-pilihan seperti pencarian berdasarkan judul lagu atau nama penyanyi. Bilah *Search* juga memungkinkan RMP dan AL mengeksplorasi *genre-genre* musik yang tersedia. RMP yang menyukai *genre* rock akan mengetuk *genre* tersebut, lalu memilih *playlist* yang tersedia di dalam naungan *genre* seperti "90an" atau "Rock Banget". RMP memilih *playlist* tersebut berdasarkan pertimbangan telah melihat susunan lagunya, dan itu terlihat dari daftar judul lagu pada *playlist*. AL yang menyukai musik ber-*genre* RnB dan pop memilih lagu dalam *playlist* yang ada di dua *genre* tersebut. AL akan memilih artis yang disukai lalu membuka laman artis tersebut. AR dan FN sama-sama memulai aktivitas pada bilah *Search* dengan melihat *Recent Searches*. FN ingin mendengarkan kembali lagu yang pernah FN cari, dan menemukannya lewat *Recent Searches*. Sementara itu, AR memanfaatkan *Recent Searches* hanya untuk mengingat lagu-lagu apa yang pernah dicari. Setelah itu, AR akan menghapus riwayat *Recent Searches* miliknya. Aktivitas RR di bilah *Search* terbilang paling konsisten karena setelah masuk ke bilah *search*, RR akan langsung mengetik judul lagu yang ingin didengarkan di kotak pencarian. Semua partisipan sepakat mencari lagu dimulai dari mengetahui judul lagunya terlebih dahulu, lalu memutuskan mencarinya baik lewat kolom pencarian maupun *Recent Searches*.

Alasan menggunakan bilah *Search* bagi RR adalah mempermudah pencarian karena langsung bisa menemukan lagu yang diinginkan dengan cara mencari judul lagu. Sementara itu AL menyenangi bilah *Search* karena keberadaan *Recent History*. AR menggunakan bilah *search* untuk mencari lagu yang diketahui lalu diketik judulnya di kotak pencarian. Setelah menemukan lagu yang dicari, lagu itu akan disimpan ke dalam salah satu *playlist* yang AR buat. RMP mengaku alasan memanfaatkan bilah *Search*

adalah karena mempermudahnya menemukan laman milik band yang pernah didengarkan secara *live*. Sementara itu FN mengaku bilah *Search* membantunya menemukan sebuah lagu dengan cepat.

Saat ditanya tentang bilah *Your Library*, RMP mengaku sebagai pengunjung setia bilah tersebut. RMP melakukannya karena bisa mengakses kembali *podcast* yang sempat terputus didengarkan karena terpotong oleh kesibukan pekerjaan. RMP menemukan *podcast* berdasarkan judul yang ditemukan saat menelusuri kategori “Komedi” pada laman *podcast*. Sementara itu, RR mengunjungi bilah *Your Library* karena ingin mengakses *playlist* yang disimpan. RR mendengarkan *playlist* yang disimpan secara *offline*, dan itu hanya bisa diakses melalui *Your Library*. FN mengunjungi bilah *Your Library* untuk menemukan *playlist* dan penyanyi. RR akan masuk ke laman *Artists* untuk mencari nama penyanyi yang ia ingin dengarkan lagu-lagunya dan mencari tahu lagu-lagu lain dari penyanyi tersebut. AR mengunjungi bilah ini untuk mengakses *playlist* dan lagu-lagu yang AR merasa tidak yakin ingin menempatkannya di *playlist* yang mana. AL masuk ke *Your Library* untuk mengakses laman *Liked Songs* dan mendengarkan lagu-lagu yang ia pernah beri tanda *Like*.

Tidak semua informan mengatakan bahwa mereka memperhatikan tampilan konten visual pada laman *Now Playing*. AL mengatakan ia memperhatikan laman hanya jika lagu yang diputar menampilkan video klip. AR memperhatikan laman tersebut saat muncul lagu baru atau muncul lirik dari layanan pihak ketiga Spotify, yaitu Genius. RMP hanya melihat *Now Playing* untuk mengetahui judul lagu yang sedang diputar dan belum diketahui. Sementara itu RR dan FN menyatakan tidak mengamati laman *Now Playing*. Semua informan memanfaatkan tombol *skip* atau *repeat* tetapi tidak dari laman *Now Playing*. Alih-alih, tombol *skip*, *repeat*, dan *pause/play* muncul pada bilah notifikasi ponsel pintar. Bahkan judul lagu, nama penyanyi, dan *artwork* dapat diinkorporasikan ke dalam bilah notifikasi. Cara ini membantu semua informan untuk mengganti atau mengulang lagu sesuai keinginan mereka.

Tangkapan layar navigasi Spotify dalam bilah notifikasi terlampir dalam gambar di bawah ini. Satu pengecualian dari AL adalah AL melompati (*skip*) atau mengulangi (*repeat*) sebuah lagu lewat tombol kendali yang ada di *earphone* miliknya. Baik bilah notifikasi maupun tombol kendali pada *earphone* sama-sama menunjukkan bahwa navigasi untuk mengendalikan konten tidak perlu dilakukan dengan masuk ke aplikasinya.



Gambar 1. Bilah navigasi Spotify yang muncul pada bilah notifikasi ponsel pintar
[Sumber: dokumentasi ponsel pintar Maharso]

Saat membicarakan *playlist*, AR mengaku suka membuka *playlist* yang dibuat sendiri olehnya. *Playlist-playlist* tersebut telah disesuaikan menurut *mood* dan selernya. AR juga menyusun *playlist* berdasarkan kegiatannya dan memberi nama *playlist-playlist* tersebut bukan dengan nama yang umum tetapi disesuaikan dengan kepribadian AR seperti nama *playlist* “Beast Mode” untuk aktivitas olahraga dan *Lex* untuk rileks. RMP memiliki enam *playlist* yang disusun sendiri. Ada *playlist* yang berhubungan dengan *mood* dan ada yang berhubungan dengan aktivitas latihan lagu bersama *band*-nya. Lagu-lagu yang RMP masukkan dalam *playlist* merupakan hasil pencarian sendiri dan rekomendasi yang muncul pada laman *Now Playing*. RR menyusun *playlist* sendiri dan menyimpan *playlist* buatan orang lain. *Playlist* biasanya digunakan RR untuk membantunya rileks saat mengerjakan tugas kuliah. Lagu yang dimasukkan dalam *playlist* adalah hasil pencarian dari bilah *Search*. Pencarian bisa dilakukan baik dari judul lagu maupun nama penyanyi. Jika mencari berdasarkan nama penyanyi, RR akan masuk ke laman milik si penyanyi dan memilih lagu berdasarkan rekomendasi lima atau sepuluh lagu terpopuler dari penyanyi tersebut. AL tidak membuat *playlist* sendiri tetapi mengandalkan *playlist* yang direkomendasikan Spotify seperti *Spotify Chart*. AL mempercayai *playlist* dari Spotify karena menyukai rekomendasi berdasarkan *genre* sesuai dengan selernya. Di sisi lain, FN tidak suka membuat *playlist* tetapi memiliki dua *playlist* yang disusun sendiri. Ia memutuskan mengikuti sebuah *playlist* yang tidak ia buat setelah menelusuri nama artis dan judul lagu. Setelah itu ia bisa membayangkan bahwa lagu dalam *playlist* tersebut enak didengar.

3.3. Cues Sebagai Panduan Navigasi User Spotify

Hasil analisis konten kualitatif menunjukkan bahwa aplikasi *mobile* Spotify memiliki *cues* sebagai informasi yang dapat menggambarkan atau merepresentasi konten musik dalam katalog Spotify. Dari penelusuran ini, Spotify memiliki *verbal cues* dan *non-verbal cues*. Dalam setiap lamannya, kedua *cue* saling melengkapi satu sama lain. Sebagai

contoh, judul lagu merupakan *verbal cues*. Tetapi *non-verbal cues* seperti perubahan warna teks judul lagu tersebut dari putih ke hijau memberikan informasi berbeda kepada *user*. Teks berwarna hijau menunjukkan bahwa lagu dengan judul tersebut sedang diputar. Maka *non-verbal cues* seperti perbedaan warna juga menentukan dalam memberi tanda posisi *user* saat ini – lagunya sudah sampai menit berapa, sedang membuka *playlist* yang mana.

Dari hasil analisis pada bilah *Home*, *Search*, dan *Your Library*, *non-verbal cues* yang sangat mendominasi adalah warna latar hitam dan warna tulisan putih. Ketiga bilah juga memiliki panel navigasi sama persis yang terletak di bagian bawah laman. Tetapi selain menggunakan *non-verbal cues* berupa *icon*, panel navigasi di bagian bawah ditambahkan informasi dalam *verbal cues* yaitu tulisan *Home*, *Search*, dan *Your Library*. Melihat *verbal cues* dan *non-verbal cues* sama-sama muncul pada panel navigasi, dapat disimpulkan bahwa *verbal cues* dan *non-verbal cues* sama-sama berperan penting dalam navigasi konten Spotify. Maka, *navigability* pada aplikasi Spotify sama-sama dipengaruhi kuat oleh *verbal cues* dan *non-verbal cues*. *Verbal cues* yang ditemukan dalam aplikasi ini adalah nama penyanyi, judul lagu, nama *genre*, nama bilah, nama laman, nama *playlist*, durasi dalam menit dan detik, hingga nama konten-konten audio lain seperti *podcast*. Di sisi lain, *non-verbal cues* meliputi warna hitam pada latar yang menjadi identitas aplikasi ini, *artwork* album atau *playlist*, *bar* durasi lagu, warna putih dan hijau pada judul lagu dan *playlist*, ikon rumah untuk navigasi bilah *Home*, kaca pembesar untuk *Search*, kumpulan buku untuk *Your Library*, manusia untuk profil, dan roda gigi untuk pengaturan. Karakter warna pada *genre* juga bertujuan memunculkan *mood* berbeda.

Dari sisi pengalaman *user*, diketahui bahwa *user* sudah mengetahui ingin mendengarkan apa saat membuka Spotify, sehingga kemungkinan yang terjadi ada dua. *Pertama*, *user* akan langsung pergi ke bilah *search* untuk melakukan pencarian judul lagu. *Kedua*, pergi ke bilah *Your Library*, kemudian mencari *playlist* yang memiliki lagu keinginan *user*. Tetapi bukan berarti *user* tidak melakukan hal sebaliknya. Ada juga saat-saat *user* belum mengetahui ingin mendengarkan lagu apa. Jadi, *user* menyerahkan pilihan menyajikan lagu pada rekomendasi Spotify. Tetapi, *user* terlebih dahulu membuat batasan *genre* apa yang ingin mereka dengarkan.

Hasil FGD juga menunjukkan bahwa judul lagu merupakan *verbal cues* yang utama digunakan untuk menavigasi diri *user* di antara konten musik yang sangat banyak di Spotify. *User* menganggap judul lagu cukup kredibel untuk memastikan mereka tidak salah memutar lagu. Kredibilitas itu diperkuat dengan posisi lagu yang berada di urutan teratas dari hasil pencarian. *User* menganggap mencari lagu lewat bilah *pencarian* sebagai metode navigasi paling mudah untuk diterapkan. Hal ini karena *user* dapat langsung memasukkan judul lagu ke kotak pencarian dan menemukan lagu yang diinginkan. Pernyataan ini sejalan dengan cara kerja *cues* yang diasumsikan di awal. *User* mengingat sebuah lagu dari judulnya. Untuk menemukan lagu tersebut, *user* mengandalkan ingatannya (*recall*) tentang judul lagu tersebut. *User* kemudian memasukkan judul lagu ke kotak pencarian dan kotak pencarian memunculkan hasil

pencarian *verbal cues* berupa judul lagu yang muncul dari hasil pencarian *me-recall* ingatan *user* tentang bagian dari lagu yang *user* tersebut ingat. Merasa yakin jika judul lagu tersebut merujuk pada lagu yang *user* ingat, *user* akan memilih memainkan lagu tersebut pada aplikasi Spotify miliknya.

Contoh di atas menjadi bukti bahwa tanda-tanda visual dimaknai oleh *user* sebagai hal yang memiliki arti tertentu. *User* dapat mengingat bagian dari suatu lagu saat judul lagu tersebut keluar di hasil pencarian Spotify, atau *user* dapat mengingat lagu-lagu yang terdapat dalam sebuah album saat *artwork* album tersebut muncul di rekomendasi dalam bilah *Home*. Maka, peranan *verbal cues* dan *non-verbal cues* sama-sama penting untuk memaksimalkan pengalaman *user* mendengarkan musik. *Verbal* dan *non-verbal cues* juga merujuk pada model mental dalam navigasi di aplikasi Spotify ini. *Cues* tersebut merujuk pada cara kerja aplikasi yang dimengerti oleh *user* sebagai suatu sistem dan terdiri atas fitur. *Cues* yang muncul dipahami sebagai bilah *Home*, *Search*, *Your Library*, *Now Playing*, *Playlist*, hingga *recommendation*. Semua *cues* bekerja sebagai laman, ikon, tulisan, dan saling terhubung dalam suatu ekosistem aplikasi *digital audio streaming* dalam perangkat *mobile*.

4. KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan, perlu disebutkan kembali bahwa aplikasi *digital audio streaming* mengandalkan aspek visual untuk digunakan oleh *user*-nya. Aspek visual ini tertuang dalam *verbal cues* seperti nama *playlist*, judul lagu, hingga nama penyanyi; serta *non-verbal cues* seperti *artwork* dan ikon-ikon yang muncul di sekujur aplikasi. *Cues* ini berperan penting sebagai alat navigasi *user* untuk menemukan konten audio yang diinginkan. Artikel ini mengambil contoh Spotify. Meskipun aplikasi tersebut menawarkan konten audio yang sangat banyak, *user* tetap membaca judul lagu, melihat *artwork*, mencari kotak pencarian (*search box*), dan menelusuri *playlist-playlist* yang ada. Hal tersebut terjadi karena *user* Spotify tetap menavigasi diri mereka lewat tampilan visual melalui *cues*. Cara kerja *cues* adalah mengasosiasikan tanda-tanda yang muncul dengan ingatan *user* tentang suatu pengalamannya, dalam hal ini pengalaman mendengarkan musik dengan tanda-tanda yang disajikan oleh Spotify. *Cues* dalam aplikasi Spotify ini akan mendukung kemudahan navigasi, atau *navigability*, aplikasi tersebut, sehingga akan semakin memudahkan *user* menemukan lagu yang diinginkan secara efisien.

Artikel ini dapat membuka peluang penelitian tentang *digital audio streaming* lebih jauh lagi. Dalam hal penggunaan *verbal* dan *non-verbal cues*, penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi peran bahasa lokal dengan *navigability* jenis aplikasi tersebut. Penelitian lain di masa depan juga dapat menggunakan konsep *cues* dan *navigability* untuk meneliti aplikasi *video streaming* atau layanan *streaming video-on-demand*.

DAFTAR PUSTAKA

Balogun, M. O., & John-Akinola, Y. O. (2015). A Qualitative Study of Intimate Partner Violence Among Women in Nigeria. *Journal of Interpersonal Violence*, 30(14), 2410–2427.

- Burgers, C., Eden, A., de Jong, R., & Buningh, S. (2016). Rousing reviews and instigative images: The impact of online reviews and visual design characteristics on app downloads. *Mobile Media and Communication*, 4(3), 327–346.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *Sage Open*, (January-March 2014), 1–10.
- Eriksson, M., Fleischer, R., Johansson, A., Snickars, P., & Vonderau, P. (2019). *Spotify Teardown*. London: MIT Press.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. (E. Griffin, A. Ledbetter, & G. Sparks, Eds.) (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Herbert, D., Lotz, A. D., & Marshall, L. (2018). Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. *International Journal of Cultural Studies*, 1–18.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Iqbal, M. (2019). Spotify Usage and Revenue Statistics (2019). Retrieved May 22, 2019, from <http://www.businessofapps.com/data/spotify-statistics/>
- Jansson, J., & Hracs, B. J. (2018). Conceptualizing curation in the age of abundance: The case of recorded music. *Environment and Planning A*, 50(8), 1602–1625.
- Lobato, R. (2018). Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix. *Television and New Media*, 19(3), 241–256.
- Macgregor, S. K. (2005). Hypermedia Navigation Profiles: Cognitive Characteristics and Information Processing Strategies. *Journal of Educational Computing Research*, 20(2), 189–206.
- McKelvey, F., & Hunt, R. (2019). Discoverability: Toward a Definition of Content Discovery Through Platforms. *Social Media + Society*, 5(1), 205630511881918.
- Morris, J. W. (2015). Curation by code: Infomediaries and the data mining of taste. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5), 446–463.
- Mulligan, M. (2018). From Ownership to Access. Retrieved March 26, 2019, from <http://www.midiaresearch.com/blog/from-ownership-to-access/>
- Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking Validity and Reliability in Content Analysis.
- Rothwell, E., Anderson, R., & Botkin, J. R. (2016). Deliberative Discussion Focus Groups. *Qualitative Health Research*, 26(6), 734–740.
- Spotify. (2019). Shareholder Letter Q4 2018, 1–13.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2012). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology(2011)-1*. Michael Rosenberg.
- Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. *Digital Media, Youth, and Credibility*, 73–100.
- Tausch, A. P., & Menold, N. (2016). Methodological Aspects of Focus Groups in Health Research: Results of Qualitative Interviews With Focus Group Moderators. *Global Qualitative Nursing Research*, 3.

EVALUASI APRAISAL TEKS DAN SEMIOTIKA VISUAL PADA BROSUR PROMOSI DAERAH TUJUAN WISATA BILINGUAL

Valentina Widya Suryaningtyas¹, Raden Arief Nugroho², Setyo Prasiyanto Cahyono³
Mangatur Rudolf Nababan⁴, Riyadi Santosa⁵

^{1,2,3}Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Dian Nuswantoro

^{4,5}Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret

²arief.nugroho@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Sebagai sebuah teks, brosur promosi daerah tujuan wisata memiliki informasi linguistik dan visual. Dalam artikel ini, informasi linguistik dalam sebuah teks promosi pariwisata dikaitkan dengan unsur apresiasi yang diambil dari teori appraisal, sedangkan informasi visual dihubungkan dengan fungsi gambar berdasarkan teori semiotika visual. Aspek linguistik dan visual dalam sebuah teks promosi daerah tujuan wisata jelas tidak bisa dipisahkan, oleh karenanya, artikel ini juga membahas hubungan sintagmatik keduanya. Berangkat dari itu, keselarasan antara aspek linguistik dan visual dapat terlihat. Dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, data brosur bilingual pariwisata Jogjakarta tahun 2017 dianalisis dengan menggunakan lima tahapan analisis data ciptaan Echtner. Dari hasil analisis yang dilakukan, penulis mengidentifikasi bahwa brosur bilingual tersebut didominasi oleh tema wisata alam. Unsur apresiasi yang seharusnya digunakan untuk memberikan evaluasi positif terhadap gambaran daya tarik wisata ternyata tidak banyak digunakan di dalam brosur. Yang mengejutkan, ketidakselarasan antara informasi linguistik dan visual banyak ditemukan di dalam brosur bilingual. Melalui artikel ini, penulis merekomendasikan pembuat brosur untuk tidak mengabaikan keselarasan antara informasi linguistik dengan representasi visualnya serta menambahkan aspek apresiasi linguistik untuk menambah kesan positif daerah tujuan wisata.

Kata Kunci: Appraisal, Apresiasi, Brosur Pariwisata Bilingual, Semiotika

Abstract

As a text, tourist brochure possesses linguistic and visual information. In this article, linguistic information is associated with the appreciation aspect, meanwhile, visual information is affiliated with its visual function. Therefore, this article also discusses the syntagmatic relationship between them. Departing from this point of discussion, the authors are able to identify the congruity of linguistic and visual aspects. Using a descriptive qualitative approach, the Jogjakarta Bilingual Tourist Brochure 2017 edition served as the data of the research is analyzed using Echtner's five steps of data analysis. The findings reveal that nature tourism positions as the dominating theme of the bilingual brochure. Despite its function to give a positive evaluation to tourism destinations, the appreciation aspect is rarely used in the brochure. Surprisingly, the incongruity between linguistic and visual information appears on numerous occasions. From the findings appear in the study, we recommend tourist brochure creator to incorporate the congruity of linguistic information with its visual representation and improve the use of linguistic appreciation in describing a tourism destination to create a greater persuasive impact.

Keywords: Appraisal, Appreciation, Bilingual Tourism Brochure, Semiotics

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu motor penggerak roda perekonomian Indonesia. Melalui program yang bernama “*Wonderful Indonesia*” atau “*Pesona Indonesia*”, pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan pemerintah yang berpotensi menghadirkan jutaan wisatawan, baik domestik atau mancanegara, ke Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata (www.kemenpar.go.id), di tahun 2019, sektor pariwisata berkontribusi terhadap 8% PDB Nasional Indonesia dan menyumbang perolehan devisa Indonesia hingga 240 triliun Rupiah. Dengan demikian, pemerintah dan pelaku industri pariwisata harus berupaya sekuat tenaga meningkatkan dan memperkuat kualitas pariwisata Indonesia agar arus kunjungan langsung dan kunjungan balik wisatawan terus mengalami tren pertumbuhan positif.

Terdapat beberapa cara untuk meningkatkan arus kunjungan langsung dan kunjungan balik wisatawan, salah satunya dengan jalan membangun hubungan emosional wisatawan terhadap daerah yang dikunjunginya (Prayag et al, 2017:41). Lebih lanjut, menurut Fajriah dan Mussadun (2014:223) untuk menciptakan hubungan emosional tersebut, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan di sebuah daerah tujuan wisata (DTW), yaitu daya tarik wisata, keamanan, kebersihan, transportasi, ketersediaan informasi, pelayanan, kenyamanan, dan aksesibilitas. Kami menilai bahwa seluruh aspek tersebut adalah aspek-aspek yang tidak bisa saling dipisahkan, contohnya DTW yang bersih namun tidak aman akan membuat wisatawan enggan untuk kembali lagi. Dengan demikian, tidak ada hubungan emosional atau memori indah yang tercipta antara wisatawan dengan sebuah DTW. Hal ini selaras dengan pemikiran Nugroho, Septemuryantoro, dan Lewa (2017:800) yang mengatakan bahwa “masing-masing aspek (kepariwisataan) tersebut merupakan aspek elementer yang tidak dapat dipisahkan...”.

Dari hasil kajian literatur yang para penulis lakukan, kami menemukan fakta bahwa salah satu aspek yang cukup tertinggal dan kurang mendapatkan perhatian khusus dibandingkan aspek-aspek lainnya adalah aspek ketersediaan informasi (Putra, Iriani, dan Manuputty, 2011:75; Ilham dan Irawan, 2013:2). Lebih khusus, kurangnya ketersediaan informasi tentang DTW ini sangat dirasakan oleh wisatawan mancanegara yang jarang menjumpai informasi DTW dalam dua bahasa (bilingual) yang bentuk bahasanya mampu menggugah minat mereka untuk berkunjung (Nugroho, Septemuryantoro, dan Lewa, 2017:800). Dengan kata lain, bahasa Inggris yang tersedia saat ini sifatnya tidak lengkap, tidak persuasif, dan tidak memberikan *brand awareness* sebuah produk wisata (Suryaningtyas, dkk., 2018a:455). Tidak hanya masalah bahasa saja, ketersediaan informasi ini juga mencakup kurangnya visualisasi atau gambar yang merepresentasikan dan memberi daya tarik sebuah DTW, padahal visualisasi sangat penting untuk meningkatkan *brand awareness* DTW (Tesno, Fianto, dan Riqqoh, 2014:38). Secara lebih detil, Degey, Setiawan, dan Tumimomor (2016:8) merinci aspek-aspek yang kurang dari sebuah visualisasi DTW, yaitu *layout*, komposisi warna, pemilihan tipografi, dan penyajian informasi. Dari fenomena tersebut, para penulis menyimpulkan bahwa terdapat dua permasalahan krusial yang terdapat di promosi pariwisata di Indonesia, pertama bahasa di teks pariwisata bilingual cenderung tidak

menarik minat wisatawan untuk datang, kedua visualisasi DTW di teks pariwisata bilingual dianggap kurang menarik.

Berdasarkan permasalahan yang berhasil diidentifikasi oleh para penulis, maka kami bisa menyimpulkan bahwa permasalahan yang disebutkan di atas diklasifikasikan sebagai sebuah permasalahan sintesis antara linguistik dengan kajian desain. Sejauh yang para penulis ketahui, penelitian yang mengintegrasikan permasalahan kajian linguistik dengan desain visual masih sangat sulit dijumpai (Ramachandran, 2005:70-71). Artikel jurnal ini berisi tentang evaluasi unsur linguistik dan visual brosur promosi DTW bilingual. Brosur sendiri dipilih karena media tersebut masih merupakan salah satu media promosi yang efektif menjangkau masyarakat dan salah satu media andalan biro perjalanan wisata (Wolah, 2016:8). Hasil dari evaluasi linguistik dan desain ini juga berfungsi untuk memberi masukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan dalam pembuatan brosur promosi pariwisata bilingual, seperti dinas pemerintahan atau swasta terkait, pengelola DTW, dan pembuat atau perancang brosur. Untuk mengevaluasi aspek linguistik dan visual dalam sebuah brosur promosi pariwisata bilingual, para penulis menggunakan beberapa teori yang menjadi rujukan. Teori yang digunakan untuk mengevaluasi aspek linguistik adalah teori apraisal (Martin, 2000). Lebih lanjut, teori yang dimanfaatkan untuk memberikan evaluasi desain visual adalah teori Echtner (1999).

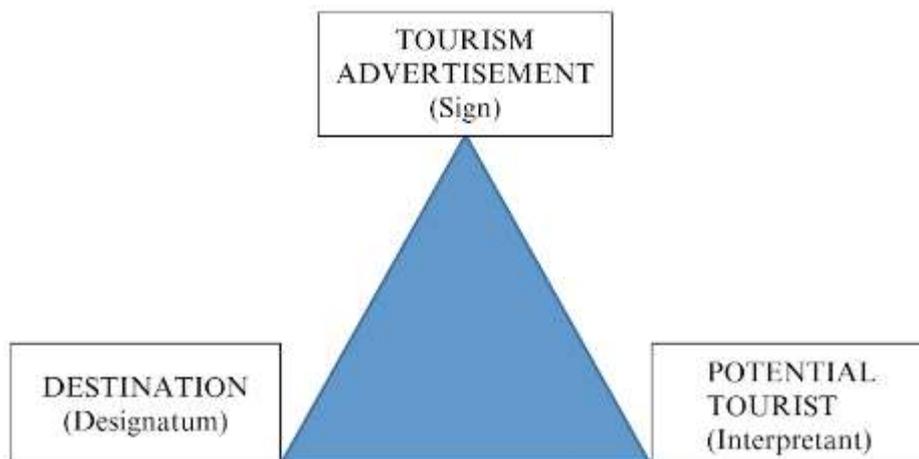
Teori apraisal dipilih karena teori tersebut merupakan teori linguistik, khususnya linguistik sistemik fungsional (LSF), yang bertujuan memberikan penilaian terhadap orang, situasi, benda, sikap, perilaku, dan lain sebagainya (Khrisna, 2018:23). Apraisal diklasifikasikan menjadi tiga ranah oleh Martin dan White (dalam Khrisna, 2018:24), yaitu sikap (*attitudes*), gradasi (*graduation*), dan keterlibatan (*engagement*). Para penulis berpendapat bahwa penilaian terhadap sebuah DTW lebih tepat menggunakan ranah sikap karena berkaitan dengan fitur-fitur makna yang mengandung emosi, etik, dan estetika (Khrisna, 2018:25). Sikap sendiri terdiri dari afek (*affect*), apresiasi (*appreciation*), dan penghakiman (*judgement*). Di artikel ini, para penulis hanya fokus pada bagian apresiasi saja, karena apresiasi berkaitan dengan penilaian terhadap suatu objek atau benda melalui unsur emosi yang dimiliki oleh manusia (Martin dan White, 2005:42).

Apresiasi berkaitan mengenai penilaian seseorang terhadap sebuah objek seperti rumah, kebudayaan, tempat, dan lain sebagainya. Apresiasi juga berfungsi untuk memberikan sebuah penilaian terhadap sebuah kondisi atau fenomena. Menurut Martin dan White (2005:36), apresiasi terdiri dari tiga hal, yaitu reaksi (*reaction*), komposisi (*composition*), dan nilai (*value*). Reaksi terkait dengan bagaimana reaksi atau respon seseorang terhadap suatu objek. Komposisi terkait dengan bagaimana komposisi dari objek tersebut. Nilai menyatakan tentang apakah objek tersebut bernilai atau tidak. Tabel 1 berikut berisi contohnya.

Tabel 1. Contoh Apresiasi
 [Sumber: Martin dan White, 2005:56]

Tipe Apresiasi	Positif	Negatif
Reaksi: pengaruh	<i>arresting, captivating, engaging, fascinating, exciting, moving, lively, dramatic, intense</i>	<i>dull, boring, tedious, dry, ascetic, uninviting, flat, predictable, monotonous, unremarkable, pedestrian</i>
Reaksi: Kualitas	<i>okay, beautiful, splendid, fine, good, lovely, enchanting, welcome</i>	<i>plain, ugly, grotesque</i>
Komposisi: Keseimbangan	<i>balanced, harmonious, unified, symmetrical, proportioned</i>	<i>unbalanced, discordant, irregular, uneven, flaw</i>
Komposisi: Kompleksitas	<i>simple, pure, elegant, lucid, clear, precise</i>	<i>ornate, extravagant, byzantine, arcane, unclear, woolly</i>
Penilaian	<i>penetrating, profound, deep, innovative, original, creative, timely, long awaited, landmark, inimitable, exceptional, unique</i>	<i>shallow, insignificant, derivative, conventional, dated, overdue, dime-a-dozen, everyday, common</i>

Selanjutnya, teori yang digunakan untuk mengevaluasi desain visual, yaitu teori semiotika visual Echtner (1999), dipilih karena teori semiotika visual ini secara khusus atau spesifik digunakan untuk menganalisis visualisasi pariwisata. Teori ini disebut sebagai *The Tourism Semiotic Triangle*.



Gambar 1. Segitiga Semiotika Pariwisata
 [Sumber: Echtner, 1999:53]

Menurut penjelasan dari Echtner (1999:53), di artikel ini brosur promosi DTW bilingual (*sign*) merupakan alat untuk menyampaikan visualisasi dari DTW (*designatum*) kepada wisatawan potensial (*interpretant*). Sebagai ilustrasinya, *sign* bisa berwujud gambar atau

tulisan yang terdapat dalam brosur promosi DTW bilingual. *Designatum* sendiri adalah tempat atau destinasi wisata tersebut, misalnya Yogyakarta, Bali, dan lain-lain. Terakhir, *interpretant* dapat berwujud wisatawan atau interpretasi yang muncul dari *sign*. Menurut Ramachandran (2005:71), *sign* (visual dan teks) harus menjadi alat denotasi dari DTW yang digambarkan. Sebagai contoh, brosur tentang hutan lindung di Indonesia harus digambarkan (*conceptualized*) dengan pohon, hewan liar, dan suasana tropis nan hijau. Hal yang selaras inilah yang disebut dengan metafora spasial (*spatial metaphor*) yang bersifat primer (brosur hutan lindung di Indonesia) dan sekunder (pohon, hewan liar, dan suasana tropis nan hijau). Selain gambar yang selaras, teks tulisan juga harus menjadi alat denotasi yang selaras dengan DTW yang coba digambarkan. Sebagai contoh, brosur tentang DTW pantai harus dituliskan dengan kalimat yang menggambarkan panorama pantai. Hal inilah yang disebut sebagai hubungan sintagmatik dan paradigmatis kalimat dengan *sign*-nya. Tabel berikut ini dapat memperlihatkan hubungannya.

Tabel 2. Contoh Hubungan Paradigmatik dan Sintagmatik
[Sumber: Modifikasi dari Ramachandran, 2005:72]

Hubungan	← Sintagmatik →		
Paradigmatik ↑↓	<i>Cepu</i>	<i>Has</i>	<i>Splendid beaches</i>
	<i>Pantai Sundak</i>	<i>Has</i>	<i>Good waves</i>

Tabel 2 di atas mengindikasikan bahwa hubungan paradigmatis bersifat tidak tetap dan dapat saling menggantikan, misalnya “Cepu” dapat diganti dengan “Pantai Sundak” dan lain sebagainya. Lebih lanjut, hubungan sintagmatik bersifat tetap dan merupakan hasil akhir teks tulisan yang diharapkan. Hubungan sintagmatik inilah yang sering dimanfaatkan oleh pembuat brosur dan pengelola DTW untuk menumbuhkan minat wisatawan dari sisi teks tulisan (Ramachandran, 2005:72). Dari uraian tentang *sign* visual dan teks tersebut, para penulis dapat menyimpulkan bahwa untuk merancang sebuah brosur promosi pariwisata bilingual yang baik, pembuat brosur harus melihat keselarasan di aspek visual tekstual *sign* antara metafora spasial primer dan sekunder serta hubungan paradigmatis dan sintagmatik. Namun, keselarasan itu dapat menjadi lebih baik jika pembuat teks menyertakan aspek apresiasi terutama penilaian positif di dalam hubungan paradigmatis dan sintagmatik sebuah teks. Hal ini akan semakin meningkatkan nilai positif sebuah DTW karena brosur bilingual disokong oleh penggunaan visualisasi indah yang selaras dengan bahasa yang memancing minat wisatawan untuk berkunjung.

Para penulis berpendapat bahwa sejauh ini belum ada penelitian di Indonesia tentang evaluasi brosur promosi pariwisata bilingual yang melibatkan teori apraisal teks dan semiotika visual. Di luar Indonesia, ada beberapa penelitian yang terkait dengan analisis linguistik dan visual pada brosur pariwisata, misalnya yang ditulis oleh Jørgensen (2004), Andreck (2005), Ramachandran (2005), dan Golinvaux dan Evagelou (2017). Penelitian yang dilakukan oleh Jørgensen (2004) menganalisis strategi retorika visual dan linguistik dari brosur pariwisata “*Uniquely Singapore*”. Dari sisi visual, dengan menggunakan analisis semiotika de Saussure, Peirce, dan Barthes, Jørgensen dapat menemukan fakta

bahwa brosur tersebut menggunakan gambar-gambar yang dapat menguatkan simbol-simbol Singapura sebagai negara modern di Asia Tenggara tapi tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional. Dari sisi linguistik, Jørgensen menemukan fakta bahwa brosur tersebut terdiri dari aspek makna denotatif dan konotatif. Jørgensen menganalisis aspek denotatif dari brosur "*Uniquely Singapore*" berdasarkan fungsi dan strukturnya. Lebih lanjut, Jørgensen dapat dapat menemukan bahasa yang terkait dengan metafora, antonim, adjektiva dan superlatif, kata kunci, dan *ego-targeting* sebagai aspek konotatif brosur tersebut. Para penulis menilai bahwa tesis Jørgensen tersebut kurang memiliki landasan teori semiotika visual yang tidak spesifik ke bidang pariwisata. Lebih lanjut, teori linguistik yang digunakan Jørgensen juga tidak spesifik ke bahasa apresiasi yang memiliki karakteristik nilai positif. Kekurangan penelitian tersebut disempurnakan dengan penggunaan teori appraisal dan semiotika visual pariwisata di artikel ini. Artikel yang ditulis Andereck (2005) membahas tentang efektivitas penggunaan brosur bagi peningkatan kunjungan wisatawan. Penelitian Andereck tersebut merupakan penelitian kuantitatif yang menunjukkan fakta bahwa responden penelitian yang juga wisatawan akan mengulangi lagi kunjungan wisatanya dan akan memberitahukan informasi DTW yang ada di brosur ke orang lain. Penelitian ini tidak membahas secara spesifik tentang informasi apa saja dan faktor apa saja yang terdapat di dalam brosur yang dapat mengundang wisatawan. Oleh karena itu, kelemahan dari penelitian Andereck tersebut disempurnakan di artikel ini.

Penelitian Ramachandran (2005) fokus pada makna dari visualisasi di gambar brosur DTW di Malaysia. Dengan menggunakan, teori dari de Saussure, Peirce, dan Barthes, Ramachandran berhasil mengidentifikasi bahwa brosur-brosur tentang DTW di Malaysia banyak menggunakan gambar-gambar yang merepresentasikan petualangan, alam, eksotisme wisata yang menantang, namun di sisi lain juga menampilkan sisi kenyamanan dan keamanan. Para penulis menilai bahwa aspek linguistik tidak banyak dibahas di dalam penelitian tersebut, padahal persuasi bahasa juga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke sebuah DTW. Kami juga menyayangkan keputusan Ramachandran yang banyak menuliskan teori bahasa di bagian pendahuluan penelitiannya, namun tidak cukup banyak diulas di bagian analisisnya. Kekurangan itulah yang akan diperbaiki di artikel ini.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Golinvaux dan Evagelou (2017) membahas mengenai *branding* Switzerland di sosial media. Teori yang digunakan dalam penelitian mereka adalah semiotika visual dari de Saussure. Mereka berhasil mengidentifikasi bahwa sebagian besar gambar berupa alam atau pemandangan, arsitektur atau gedung, dan masyarakat Switzerland. Dari analisis terhadap gambar tersebut, Golinvaux dan Evagelou menilai bahwa teks pariwisata Switzerland belum memiliki keteraturan tematik dalam pembuatannya. Di samping itu, teks pariwisata yang dianalisis juga belum memaksimalkan fungsi penggunaan logo dan slogan untuk kepentingan promosi. Para penulis menilai bahwa analisis linguistik dalam penelitian Golinvaux dan Evagelou belum menilai atau mengevaluasi kualitas teks linguistik yang digunakan dalam teks promosi tersebut. Kelemahan itulah yang diperbaiki dalam artikel ini. Berdasarkan identifikasi dari penelitian-penelitian tersebut, para penulis menilai bahwa penelitian yang

mengakomodir apraisal dan semiotik visual yang khusus ke pariwisata belum dibahas di berbagai penelitian terdahulu.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Artikel ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Melalui pendekatan tersebut, para penulis mengevaluasi brosur promosi DTW bilingual dari segi linguistik dan visualnya melalui deskripsi kritis dan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang terdapat dalam data (Mcniff, 1998:29). Untuk menghindari subjektivitas, para penulis mengadopsi langkah-langkah yang dilakukan oleh Longton (2015:14) dan Collier (2001:39) yaitu: 1) memusatkan perhatian evaluasi pada data linguistik dan visual saja; 2) mengacu pada teori apraisal (Martin, 2000) dan teori semiotika visual (Echtner, 1999); 3) menggunakan sumber referensi lain untuk membahas dan memberikan dukungan ke evaluasi yang dilakukan para penulis; 4) para penulis diberi kebebasan untuk mengacu pada rasa, emosi, dan impresi mereka, karena bias adalah bagian dari sebuah penelitian. Bias inilah yang bisa digunakan sebagai rekomendasi penyempurnaan di penelitian-penelitian selanjutnya.

2.2 Sumber Data dan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumen (Sutopo, 2006:61) dan data yang digunakan adalah brosur promosi DTW bilingual (bahasa Indonesia dan bahasa Inggris). Bahasa Indonesia dalam brosur ini berfungsi sebagai bahasa sumber (BSu) dan bahasa Inggris adalah bahasa sasaran (BSa). Lebih lanjut, brosur bilingual tersebut dipilih dengan menggunakan *criterion sampling method*. Cara ini menurut Yildirim dan Şimşek (2005:257) merupakan cara pemilihan data yang terbaik karena ada kriteria empiris tertentu yang digunakan sebagai dasar pertimbangan. Kriteria yang digunakan oleh para penulis adalah DTW yang diinformasikan dalam brosur bilingual tersebut adalah DTW yang perkembangan wisatawan mancanegaranya konsisten mencapai angka tertinggi di Indonesia. Berdasarkan www.jogja.tribunnews.com, perkembangan wisatawan mancanegara di Jogjakarta berurutan menempati posisi pertama di Indonesia tahun 2016 dan 2017. Oleh karena itu, kami menggunakan brosur promosi pariwisata Jogjakarta bilingual sebagai data di artikel ini.

2.3 Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data dari Echtner (1999:47-57). Terdapat lima tahapan yang dilakukan oleh para penulis di bagian ini, yaitu:

- 1) Menyeleksi korpus data sinkronik tertutup (*selection of a synchronic closed corpus data*). Data dikumpulkan dari brosur pariwisata bilingual sebuah DTW terkenal yang banyak dikunjungi wisatawan asing. Secara sinkronik (spesifik secara waktu/*specific point of time*), brosur yang memenuhi syarat adalah brosur bilingual pariwisata Jogjakarta tahun 2017 berjudul "*Destinasi Wisata Jogja*" dan "*Welcome to Jogja*".
- 2) Merinci, memilah, dan menginventaris elemen linguistik dan visual yang relevan (*specification, segmentation, and inventory of relevant elements of analysis*). Di tahap ini, para penulis melakukan dua jenis segmentasi data, yaitu segmentasi linguistik dan

visual. Data linguistik sendiri juga dibedakan antara data BSu dan BSa. Di bagian ini, kami mengelompokkan data berdasarkan tema linguistik dan visual tertentu. Hal ini dimaksudkan agar tema utama dari brosur bilingual tersebut dapat terlihat. Selanjutnya, kami menginventaris data berdasarkan teori aprasial, khususnya apresiasi, dan teori semiotika visual. Data dalam artikel ini selalu bersifat sepasang, linguistik dan visual.

- 3) Menganalisis aspek sintagmatik dan paradigmatic elemen linguistik dan visual yang berhasil ditemukan (*syntagmatic-paradigmatic examination of the elements*). Setelah berhasil memilah dan menginventaris data linguistik dan visual, para penulis menganalisis hubungan sintagmatik dan paradigmatic data linguistik dengan data visual. Analisis dilakukan dengan cara melakukan tabulasi temuan data linguistik dan visual.
- 4) Menemukan pola taksonomi (*creating taxonomy of elements*). Setelah para penulis mengidentifikasi keselarasan antara aspek linguistik dan visual, kami mengevaluasi brosur bilingual tersebut dengan cara melihat pola keselarasan antara aspek linguistik dan visual brosur bilingual tersebut.
- 5) Menjelaskan makna denotasi dan konotasi dari elemen linguistik dan visual tersebut (*penetrate and extract surface and underlying meanings*). Di tahap ini, para penulis melakukan pembahasan terhadap hasil evaluasi keselarasan aspek linguistik dan visual dengan menggunakan teori-teori linguistik dan visual yang relevan. Pembahasan ini bertujuan agar temuan di artikel ini dapat menampilkan *state-of-the-art* dan kebaruan penelitian. Lebih lanjut, pembahasan ini juga diharapkan dapat menjelaskan kekurangan dan kelebihan dari brosur bilingual tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari pengumpulan dan analisis data yang telah dilakukan, para penulis dapat mengidentifikasi temuan-temuan terkait data linguistik dan visual. Data linguistik berupa kalimat dan data visual berwujud gambar. Jumlah data BSu yang dapat diidentifikasi oleh para penulis berjumlah 193 data kalimat dan 45 data visual. Lebih lanjut, jumlah data BSa yang dapat diidentifikasi berjumlah 175 data kalimat dan 45 data visual. Kami dapat mengidentifikasi sebuah fakta bahwa jumlah kalimat di BSa menyusut sebanyak 18 kalimat, sedangkan jumlah data visual tetap sama. Berikut adalah tabel yang merangkum segmentasi data linguistik dan visual di brosur BSu dan BSa.

Tabel 3. Segmentasi Data Linguistik dan Visual
 [Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja dan *Welcome to Jogja*, 2017]

BSu				BSa			
No.	Tema Linguistik	No.	Tema Visual	No.	Tema Linguistik	No.	Tema Visual
L1	Keraton	V1	Manusia	L1	Keraton	V1	Manusia
L2	Jalan	V2	Jalan	L2	Jalan	V2	Jalan
			Bangunan				Bangunan
L3	Pasar	V3	Bangunan	L3	Pasar	V3	Bangunan
			Manusia				Manusia
L4	Masjid	V4	Bangunan	L4	Masjid	V4	Bangunan

BSu				BSa			
No.	Tema Linguistik	No.	Tema Visual	No.	Tema Linguistik	No.	Tema Visual
L5	Benteng	V5	Benteng	L5	Benteng	V5	Benteng
L6	Taman Kuno	V6	Terowongan	L6	Taman Kuno	V6	Manusia
			Manusia				Bangunan
L7	Taman Modern	V7	Bangunan	L7	Bangunan Bersejarah	V7	Bangunan
L8	Bangunan Bersejarah	V8	Bangunan	L8	Wilayah Kota	V8	Bangunan
L9	Wilayah Kota	V9	Bangunan	L9	Museum	V9	Lukisan
L10	Kebun Binatang	V10	Binatang	L10	Kebun Binatang	V10	Hewan
			Manusia				
L11	Pasar	V11	Bangunan	L11	Museum	V11	Bangunan
L12	Museum	V12	Bangunan	L12	Museum	V12	Patung Pesawat
L13	Museum	V13	Patung Pesawat	L13	Museum	V13	Benda Budaya
L14	Wisata Alam	V14	Alam Bebas	L14	Wisata Alam	V14	Alam Bebas
L15	Museum	V15	Bangunan	L15	Museum	V15	Patung
L16	Wisata Alam	V16	Alam	L16	Wisata Alam	V16	Alam
L17	Museum	V17	Bangunan	L17	Museum	V17	Bangunan
L18	Candi	V18	Patung	L18	Candi	V18	Patung
L19	Candi	V19	Bangunan	L19	Candi	V19	Bangunan
			Manusia				Manusia
L20	Candi	V20	Bangunan	L20	Candi	V20	Bangunan
L21	Candi	V21	Bangunan	L21	Candi	V21	Bangunan
L22	Candi	V22	Bangunan	L22	Candi	V22	Bangunan
L23	Tebing Bukit	V23	Alam	L23	Tebing Bukit	V23	Alam
L24	Hutan	V24	Alam	L24	Hutan	V24	Alam
L25	Kebun	V25	Alam	L25	Kebun	V25	Alam
			Manusia				Manusia
L26	Gunung	V26	Alam	L26	Makam	V26	Bangunan
L27	Makam	V27	Bangunan	L27	Gunung	V27	Alam
L28	Gunung	V28	Alam	L28	Gunung	V28	Alam
L29	Air Terjun	V29	Alam	L29	Air Terjun	V29	Alam
			Manusia				Manusia
L30	Gua	V30	Manusia	L30	Gua	V30	Manusia
			Alam				Alam
L31	Gua	V31	Alam	L31	Gua	V31	Alam
L32	Pantai	V32	Alam	L32	Pantai	V32	Alam
							Manusia
							Perahu
L33	Pantai	V33	Alam	L33	Pantai	V33	Alam

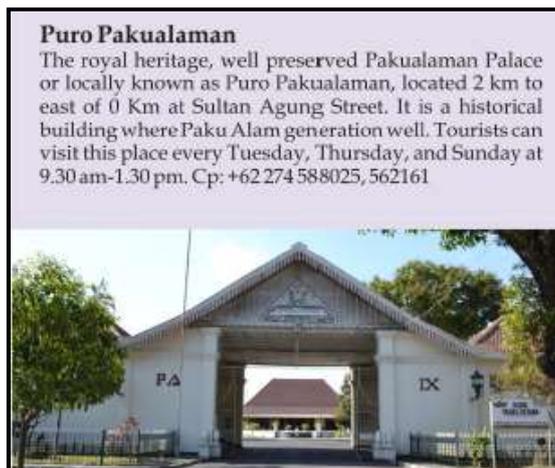
BSu				BSa			
No.	Tema Linguistik	No.	Tema Visual	No.	Tema Linguistik	No.	Tema Visual
L34	Pantai	V34	Alam	L34	Pantai	V34	Alam
			Manusia				Manusia
L35	Pantai	V35	Alam	L35	Pantai	V35	Alam
			Perahu				Perahu
L36	Pantai	V36	Alam	L36	Pantai	V36	Alam
L37	Pantai	V37	Alam	L37	Pantai	V37	Alam
L38	Pantai	V38	Alam	L38	Pantai	V38	Alam
			Hewan				Hewan
L39	Pantai	V39	Bangunan	L39	Pantai	V39	Alam
							Manusia
L40	Pantai	V40	Alam	L40	Pantai	V40	Alam
L41	Wisata Adrenalin	V41	Manusia	L41	Wisata Adrenalin	V41	Manusia
			Alam				Alam
L42	Waduk	V42	Alam	L42	Waduk	V42	Alam
			Manusia				Manusia
L43	Bukit	V43	Alam	L43	Bukit	V43	Alam
			Manusia				Manusia
L44	Kebun	V44	Alam	L44	Kebun	V44	Alam
L45	Mata Air	V45	Alam	L45	Mata Air	V45	Alam

L: Nomor Data Tema Linguistik; V: Nomor Data Tema Visual

Dari tabel 3 di atas, para penulis dapat mengidentifikasi bahwa terdapat beberapa perbedaan antara BSu dan BSa. Perbedaan itu sendiri dapat terlihat dari adanya data linguistik dan visual yang berbeda, seperti di data LV7-LV8-LV9-LV26-LV27 dan data V6-V10-V12-V13-V32-V39. Data LV muncul karena ada perbedaan informasi DTW antara brosur BSu dan BSa, misalnya di data LV7, brosur BSu menampilkan taman modern, sedangkan brosur BSa menampilkan bangunan bersejarah. Berikut adalah contoh perbedaan data LV.



Gambar 2. Data LV7 BSu
[Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja, 2017:4]



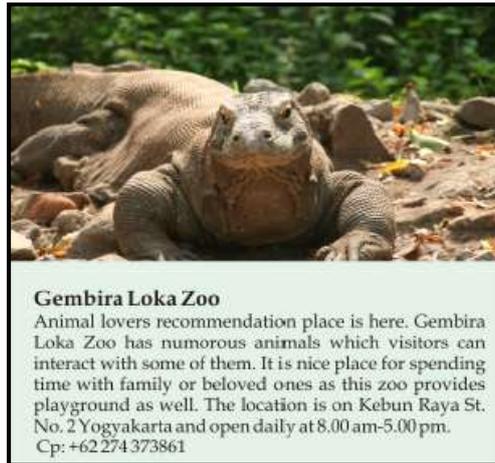
Gambar 3. Data LV7 BSa
[Sumber: Brosur Welcome to Jogja, 2017:4]

Gambar 2 dan 3 di atas menampilkan perbedaan informasi secara total, dengan demikian tidak hanya perbedaan gambarnya saja yang terdapat dalam brosur bilingual tersebut, namun juga kalimat informasinya secara otomatis berbeda. Brosur BSu menampilkan DTW Taman Pintar, sedangkan brosur BSa menginformasikan DTW Puro Pakualaman. Selain itu, para penulis juga menemukan fakta bahwa terdapat data yang hanya saling bertukar tempat atau berpindah posisi saja, seperti data LV26 dan LV27. Di brosur BSu DTW Makam Imogiri terletak di LV26 dan Puncak Becici di LV27, sedangkan di brosur BSa DTW Makam Imogiri terletak di LV27 dan Puncak Becici di LV26. Kedua DTW tersebut hanya bertukar tempat.

Tidak hanya menampilkan perbedaan informasi saja, brosur bilingual tersebut juga menampilkan perbedaan dari sisi visual, misalnya di data V10, brosur BSu menampilkan gambar binatang dan manusia, sedangkan brosur BSa menampilkan gambar hewan saja. Berikut adalah contoh perbedaan data V.



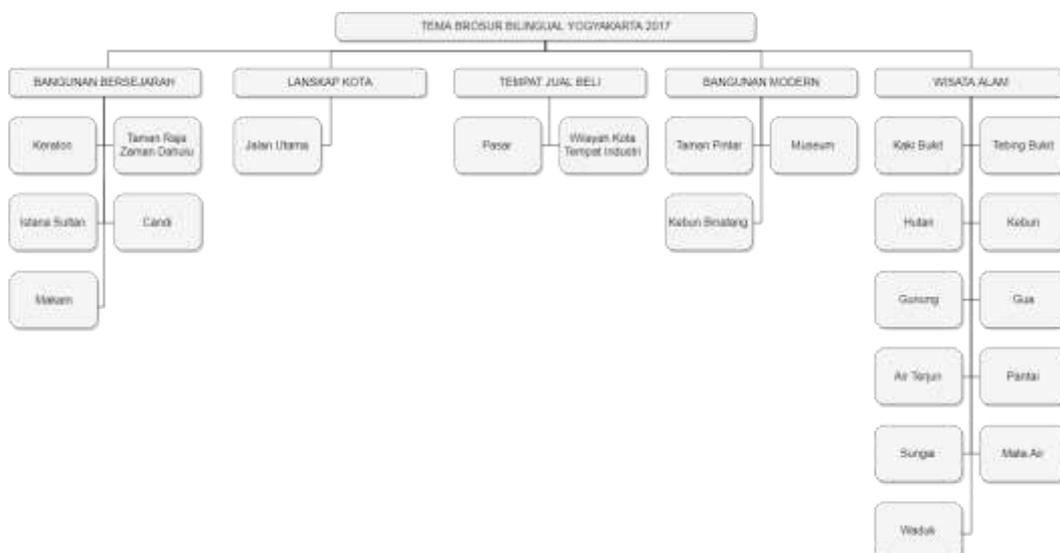
Gambar 4. Data V10 BSu
[Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja, 2017:6]



Gambar 5. Data V10 BSa
 [Sumber: Brosur Welcome to Jogja, 2017:6]

Dari Gambar 4 dan 5 di atas, para penulis dapat mengidentifikasi bahwa pembuat brosur menggunakan visualisasi yang berbeda untuk menjelaskan DTW yang sama. Brosur BSa menampilkan visualisasi yang melibatkan orang dan hewan, sedangkan di BSa menampilkan visualisasi yang hanya menampilkan hewan saja. Para penulis berpendapat bahwa perbedaan-perbedaan itu adalah sebuah strategi pemasaran yang sengaja dilakukan oleh pembuat brosur dan instansi terkait.

Terlepas dari perbedaan tersebut, berdasarkan analisis para penulis, tema utama dari brosur bilingual tersebut dapat teridentifikasi. Identifikasi dari tema utama tersebut kami lakukan dengan cara mengelompokkan tema-tema linguistik dan visual dari tabel 3 menjadi payung tema. Berdasarkan hasil inventaris kami, terdapat lima payung tema di brosur bilingual tersebut, yaitu bangunan bersejarah, lanskap kota, tempat jual beli, bangunan modern, dan wisata alam. Ilustrasi dari tema brosur bilingual tersebut dapat disimpulkan melalui gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Tema Brosur Bilingual
 [Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja dan Welcome to Jogja, 2017]

Dari gambar 6 tersebut, para penulis dapat mengidentifikasi bahwa informasi yang ditawarkan brosur bilingual Yogyakarta bertumpu pada wisata alam, dibandingkan jenis wisata yang lainnya. Hal itu terlihat dari lebih banyaknya variasi wisata alam, yaitu sebanyak sebelas jenis DTW. Secara tidak langsung, hal tersebut membuktikan bahwa komoditas utama dari pariwisata Yogyakarta adalah di wisata alam, dibandingkan wisata budaya atau modern.

Setelah mencermati secara seksama di data linguistik brosur BSu dan BSa, para penulis dapat mengidentifikasi bahwa pembuat brosur juga mengaplikasikan teori apraisal, khususnya aspek apresiasi, ketika mereka menginformasikan DTW di Jogjakarta. Berikut adalah gambaran temuan data linguistik yang mengandung apresiasi di brosur bilingual tersebut.

Tabel 4. Temuan Apresiasi di Data Linguistik
[Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja dan *Welcome to Jogja*, 2017]

No.	Frekuensi					
	BSu			BSa		
	Temuan	Data	%	Temuan	Data	%
1	Populer	7	28	<i>Well known</i>	9	22,5
2	Unik	5	20	<i>Exclusive</i>	7	17,5
3	Berbeda	3	12	<i>Interesting</i>	6	15
4	Menarik	2	8	<i>Largest</i>	4	10
5	Nyaman	2	8	<i>Unique</i>	4	10
6	Tertua	2	8	<i>Magnificent</i>	4	10
7	Terbesar	1	4	<i>Beautiful</i>	3	7,5
8	Teratur	1	4	<i>Well Arranged</i>	1	2,5
9	Mistis	1	4	<i>Mystical</i>	1	2,5
10	Eksklusif	1	4	<i>Light</i>	1	2,5

Dari tabel 4 di atas, para penulis dapat mengidentifikasi bahwa ada perbedaan jumlah temuan antara apresiasi yang terdapat di brosur BSu dan BSa. Temuan terbanyak di brosur BSu adalah kata “populer” yang apabila diterjemahkan ke dalam BSa maka akan menjadi “*well known*”. Berarti kata-kata “populer” (“*well known*”) banyak digunakan oleh pembuat (dan penerjemah) brosur untuk memberikan informasi bahwa DTW yang terdapat di Jogjakarta adalah tempat-tempat yang populer untuk dikunjungi. Walaupun demikian, ada perbedaan-perbedaan di temuan data BSu dan BSa. Yang pertama, jumlah temuan kata “populer” dan terjemahannya “*well known*” tidak sama jumlahnya (28% dibandingkan 22.5%). Hal ini menandakan bahwa ada perbedaan terjemahan dari kata “populer”. Kata tersebut diterjemahkan berbeda atau dengan kata lain tidak diterjemahkan sesuai makna BSu-nya. Yang kedua, ada perbedaan antara temuan kata-kata di BSu dan BSa. Kata-kata yang ditemukan di BSu dan BSa tidak banyak memiliki kesamaan, hanya ada pasangan kata “populer”-“*well known*”, “teratur”-“*well arranged*”, dan “mistis”-“*mystical*” yang memiliki posisi temuan yang sama. Hal ini mengindikasikan bahwa ada banyak kata yang diterjemahkan berbeda di kedua teks brosur pariwisata tersebut. Yang ketiga, terdapat beberapa perbedaan jumlah

persentase antara BSu dan BSa di semua pasangan temuan BSu dan BSa. Hal ini mengindikasikan bahwa terjemahan apresiasi yang terdapat di BSa tidak mengacu ke apresiasi BSu. Penerjemah dapat disimpulkan menginterpretasikan sendiri apresiasi yang muncul di BSa, bahkan mungkin juga menghilangkan apresiasi BSu di BSa-nya. Fenomena tersebut cukup mengkhawatirkan para penulis, karena selain minimnya jumlah apresiasi di brosur pariwisata BSu dan BSa, terjemahan apresiasi dari BSu juga banyak yang bergeser atau dengan kata lain tidak sesuai makna terjemahan apresiasi antara BSu dan BSa. Hal inilah yang menjadi catatan khusus di dalam artikel penelitian ini.

Setelah mendapati temuan dan fenomena yang terdapat di data linguistik, para penulis juga menjumpai temuan dan fenomena yang berkaitan dengan keselarasan aspek paradigmatis dan sintagmatik linguistik dan visual atau sebaliknya. Berikut adalah temuannya.

Tabel 5. Keselarasan Aspek Linguistik dan Visual
 [Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja dan *Welcome to Jogja*, 2017]

BSu			BSa		
Keselarasan Aspek	Temuan	%	Keselarasan Aspek	Temuan	%
Selaras	22 data	48.9	Selaras	23 data	51.1
Selaras Paruh	5 data	11.1	Selaras Paruh	5 data	11.1
Tidak Selaras	18 data	40	Tidak Selaras	17 data	37.8

Dari tabel 5 tersebut, para penulis menggunakan tiga istilah untuk menilai aspek linguistik dan visual brosur bilingual yang menjadi data dalam penelitian ini, yaitu selaras, selaras paruh, dan tidak selaras. Selaras berarti ada hubungan sintagmatik antara data linguistik dan visual, sedangkan yang tidak ada hubungannya disebut tidak selaras. Selaras paruh sendiri berarti tidak hanya ada hubungan sintagmatik antara data linguistik dengan visual, namun ada juga data linguistik yang tidak berkaitan dengan data visualnya. Dari tabel 5 tersebut, para penulis mengidentifikasi bahwa hampir separuh data BSu dan BSa sudah menunjukkan keselarasan. Namun, yang mencengangkan, banyak data dari brosur BSu dan BSa yang menunjukkan ketidakselarasan data linguistik dan visual. Lebih lanjut, hanya sedikit data yang menunjukkan selaras paruh. Jumlah perbedaan temuan yang ada di BSu dan BSa juga tidak signifikan, yaitu satu data. Dengan demikian, kami dapat menyimpulkan bahwa perbedaan jumlah itu mungkin disebabkan oleh adanya perbedaan data LV antara BSu dan BSa. Namun secara umum, cara atau pola kerja dari pembuat brosur, baik BSu dan BSa, tetap sama. Berikut adalah contoh dari masing-masing temuan.

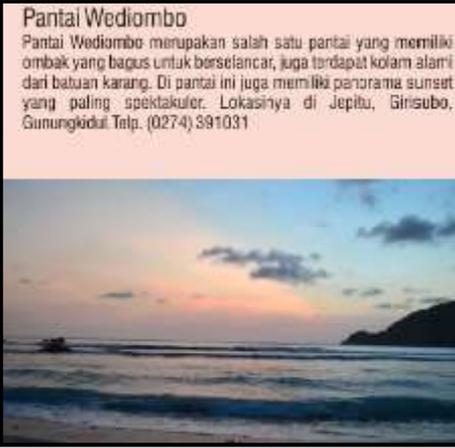
Tabel 6. Data BSu Selaras
[Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja, 2017:2]

 <p>Malioboro Salah satu nama jalan yang terpopuler se-Indonesia berada di Yogyakarta, yakni Jalan Malioboro. Jalan Malioboro merupakan jalan pusat perbelanjaan utama dan pada sisi jalan terdapat fasilitas untuk pejalan kaki. Selain itu pula tersedia banyak pertokoan, pedagang di sisi jalan yang menjual berbagai macam barang, pentas kesenian ataupun festival, bangunan cagar budaya, dan sarat dengan budaya Jawa. Telp. (0274) 555467</p>	<p><i>Keselarasan 1</i> Salah satu nama jalan...</p>
	<p><i>Keselarasan 2</i> ...jalan pusat perbelanjaan utama.</p>
	<p><i>Keselarasan 3</i> ...pada sisi jalan terdapat fasilitas untuk pejalan kaki.</p>
	<p><i>Keselarasan 4</i> ...banyak pertokoan...</p>
	<p><i>Keterangan:</i> Informasi yang tercetak tebal muncul semuanya dalam representasi visua, mulai dari gambar jalan, deretan tempat perbelanjaan, dan tempat jalan kaki.</p>

Tabel 7. Data BSu Tidak Selaras
[Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja, 2017:8]

 <p>Museum Ullen Sentalu Sebuah museum seni dan budaya Jawa. Ullen Sentalu mempersembahkan koleksi kesenian dan kebudayaan yang memamerkan kekuasaan Kerajaan Mataram. Merupakan museum yang dikelola oleh pihak swasta dan termasuk museum terbaik di Indonesia versi Tripadvisor. Kunjungi Museum Ullen Sentalu di Jalan Kalurahan Km. 25, buka Selasa-Jumat pukul 09.30-16.00 WIB dan Sabtu-Minggu pukul 09.30-17.00 WIB. Telp. (0274) 895161 (Museum), 880158 (Sekretariat)</p>	<p><i>Ketidakselarasan</i> Informasi yang terdapat dalam data adalah: 1. Museum yang memamerkan koleksi seni budaya Kerajaan Mataram. 2. Museum swasta yang termasuk ke dalam museum terbaik Indonesia versi Tripadvisor.</p>
	<p><i>Keterangan:</i> Informasi di data linguistik tidak terdapat di dalam gambar. Tidak ada gambaran koleksi seni budaya dan gedung museum swasta.</p>

Tabel 8. Data BSu Selaras Paruh
[Sumber: Brosur Destinasi Wisata Jogja, 2017:19]

 <p>Pantai Wediombo Pantai Wediombo merupakan salah satu pantai yang memiliki ombak yang bagus untuk berselancar, juga terdapat kolam alami dari batuan karang. Di pantai ini juga memiliki panorama sunset yang paling spektakuler. Lokasinya di Jepitu, Girisubo, Gunungkidul Telp. (0274) 391031</p>	<p><i>Keselarasan</i> Di pantai ini juga memiliki panorama sunset yang paling spektakuler.</p>
	<p><i>Ketidakselarasan</i> ...merupakan salah satu pantai yang memiliki ombak yang bagus untuk berselancar, juga terdapat kolam alami dari batuan karang.</p>
	<p><i>Keterangan:</i> Informasi yang selaras terkait dengan informasi sunset yang muncul di gambar. Informasi yang tidak muncul adalah ombak untuk selancar dan kolam alami.</p>

Tabel 6 sampai 8 di atas menggambarkan keselarasan atau ketidaklarasan sintagmatik yang terdapat di brosur BSu. Para penulis mengidentifikasi bahwa data linguistik dan visual yang selaras berarti ada informasi linguistik yang direpresentasikan di data gambar, misalnya gambar di tabel 6 mengandung informasi jalan, deretan pusat perbelanjaan atau toko-toko, dan fasilitas untuk berjalan kaki. Sebaliknya, tidak ada informasi tentang koleksi budaya Kerajaan Mataram atau gambaran fisik museum yang terepresentasikan di gambar tabel 7. Para penulis menilai bahwa, gambar di tabel 7 pun tidak tegas merepresentasikan gambaran museum, karena gambaran rumah atau gedung di tabel 7 itu tidak menegaskan bahwa tempat itu adalah museum, misalnya dengan munculnya papan nama atau lain sebagainya. Lebih lanjut, di tabel 8, para penulis menilai bahwa ada informasi yang muncul dan ada juga yang tidak. Data linguistik yang terrepresentasikan di tabel 8 adalah panorama *sunset* saja. Tidak terdapat gambaran ombak yang bagus untuk berselancar dan kolam alami dari batuan karang.

Tabel 9. Data BSa Selaras
[Sumber: Brosur Welcome to Jogja, 2017:22]

 <p>Sermo Reservoir As become the best reservoir in Indonesia and the biggest one in Yogyakarta, Sermo reservoir has exotic view. It surrounds by the hills and some of its area have photo spot for visitors who want to take pictures. This place also provide the rental boats to enjoy the Sermo scenery. Reach this place in Kokap, Kulon Progo. Cp: +62 274 773095</p>	<p><i>Keselarasan 1</i> ...the best reservoir (...waduk air terbaik).</p>
	<p><i>Keselarasan 2</i> ...surrounded by the hills (...dikelilingi bukit).</p>
	<p><i>Keselarasan 3</i> ...photospot for visitors... (titik foto untuk pengunjung).</p>
	<p><i>Keterangan:</i> Informasi waduk, bukit, dan titik foto semuanya ada dalam representasi visual.</p>

Tabel 10. Data BSa Tidak Selaras
[Sumber: Brosur Welcome to Jogja, 2017:9]

<p>Merapi Volcano Museum Merapi Volcano Museum is an educational tourism destination. Tourists can enjoy the various collections of the museum, such as rocks collection which thrown during the eruption of Mount Merapi, image viewer of volcanic eruption type, the damaged stuff remnants, photographs of Mount Merapi from time to time, etc. It is located in the south slope of Merapi. Boyong Street, Banteng Village, Hargobinangun, Pakem. Open at 9.00 am-3.30 pm from Tuesday to Sunday. Cp: +62 274 896498</p> 	<p><i>Ketidakselarasan</i> Informasi yang terdapat adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Koleksi bebatuan yang terlempar saat erupsi Merapi (<i>rocks collection thrown during the eruption of Mount Merapi</i>). 2. Gambar jenis-jenis erupsi (<i>image viewer of volcanic eruption type</i>) 3. Sisa puing benda (<i>damaged stuff remnants</i>) 4. Kumpulan foto Merapi (<i>photographs of Merapi</i>)
	<p><i>Keterangan:</i> Semua informasi yang tersedia tidak terdapat di dalam gambar.</p>

Tabel 11. Data BSa Selaras Paruh
[Sumber: Brosur Welcome to Jogja, 2017:9]

 <p>Kaliurang Kaliurang is the foot of Plawangan Hill where closes to the slope of Merapi Volcano. This place is worth to take a break from crowds and to enjoy natural atmosphere, at the moment, the resorts may be the right place for tourists. In addition, camping ground, park, forests, guest houses, meeting and seminar venue can be the choices of any needs. It opens from 8.00 am-5.00 pm. (Cp: +62 274 869613)</p>	<p><i>Keselarasan</i> Natural atmosphere (atmosfer yang alamiah)....</p>
	<p><i>Keselarasan</i> ...forests (hutan).</p>
	<p><i>Ketidakselarasan</i> guest house, meeting, and seminar venue (Wisma tamu serta ruang rapat dan seminar).</p>
	<p><i>Keterangan:</i> Informasi atmosfer alamiah ada di gambar dan informasi yang tak muncul yaitu wisma serta ruang rapat dan seminar.</p>

Senada dengan temuan brosur BSu, tabel 9 sampai dengan 11 menampilkan gambaran dari kasus keselarasan, selaras paruh, dan ketidakselarasan di brosur BSa. Tabel 9 menunjukkan adanya perwakilan informasi linguistik di data visual, seperti waduk, bukit, dan titik untuk mengambil foto atau swafoto. Di gambar di tabel 9, para penulis dapat melihat semua elemen tersebut, misalnya adanya air yang dikelilingi bukit dan adanya visualisasi orang yang akan mengambil gambar. Sebaliknya, di tabel 10, para penulis tidak menemukan informasi yang dideskripsikan di data linguistik dengan gambarannya di data visual. Dari gambar tabel 10 tidak nampak ada visualisasi koleksi bebatuan, jenis erupsi, sisa puing benda, dan kumpulan foto Gunung Merapi. Yang nampak adalah gambar gedung semata. Melalui temuan ini, para penulis dapat menilai bahwa pembuat brosur cenderung menggunakan foto gedung untuk menampilkan informasi museum atau taman pintar. Kami menilai bahwa isi dari gedung itulah yang kemungkinan besar justru dapat menarik minat wisatawan, daripada hanya sekedar menampilkan gambar gedung atau bangunan saja.

Terakhir, dari tabel 11, kami mengidentifikasi adanya informasi linguistik yang tidak direpresentasikan sepenuhnya di gambar tabel 11. Informasi linguistik yang terwakili di gambar tabel 11 adalah suasana alami dari hutan, namun informasi tentang wisma untuk tamu, ruang rapat, dan ruang seminar tidak terlihat. Hal ini dapat menimbulkan keraguan dari pembaca brosur, jika mereka ingin menggunakan DTW tersebut untuk tempat rapat atau menginap. Dengan demikian, kami menilai bahwa keselarasan sintagmatik antara data linguistik dan visual tidak bisa dipandang remeh. Pembuat brosur perlu menyadari hal tersebut agar pembaca brosur dapat yakin dengan informasi yang ada di brosur tanpa harus melakukan usaha mencocokkan kembali benar atau tidaknya informasi yang mereka baca.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang disajikan di subbab 3.1 di atas, para penulis merasa bahwa ada beberapa fenomena yang menonjol dari evaluasi brosur bilingual ini. Fenomena pertama terkait dengan perbedaan informasi antara brosur BSu dengan BSa.

Perbedaan ini terkait dengan adanya pergeseran posisi informasi, misalnya informasi tentang DTW “Kotagede” yang di BSu di nomor 9 bergeser menjadi nomor 8 di BSa. Selain pergeseran posisi informasi, ada juga perbedaan informasi visual (gambar) antara BSu dan BSa, misalnya gambar DTW “Kebun Binatang Gembira Loka” di BSu yang bergambar pengunjung yang sedang menaiki gajah berubah menjadi gambar komodo di BSa. Jika dilihat dari teori penerjemahan, sebagai teori yang mengakomodasi ranah teks BSu dan BSa, perbedaan informasi itu seharusnya tidak boleh terjadi, karena harus ada kesesuaian antara BSu dan BSa. Kesesuaian inilah yang dinamakan dengan *faithful translation* atau penerjemahan yang setia. Elleuch (2014:1) berpendapat bahwa penerjemahan yang setia berarti ada transfer informasi orisinal yang berasal dari BSu ke BSa. Ia menambahkan, *faithful translation* ini biasanya digunakan untuk menekan biaya dari promosi level internasional (*international advertising campaign*). Hal ini mengherankan, karena yang terjadi adalah informasi yang ditampilkan di brosur tidak sama persis. Smith (2006:174) menjelaskan bahwa salah satu cara yang digunakan untuk menekan biaya pembuatan media promosi bilingual ini adalah dengan memperkerjakan penerjemah nonprofesional. Dengan demikian, para penulis melihat ada korelasi antara kemungkinan penggunaan penerjemah nonprofesional dan desinkronisasi informasi yang ada dalam brosur. Para penulis memang menilai bahwa hal ini masih menjadi kemungkinan, namun jika hal ini benar adanya maka hal ini dapat membuat kualitas informasi yang terkandung dalam BSa menurun. Pendapat tersebut diperkuat dari hasil yang dilakukan oleh Nugroho (2017:408) yang menggarisbawahi fakta bahwa kualitas terjemahan dan hasil kerja penerjemah nonprofesional di bawah level kualitas dan hasil kerja penerjemah profesional.

Namun, bertentangan dengan teori penerjemahan, dalam teori pemasaran, perbedaan informasi tempat dan gambar ini memiliki tujuan khusus yang disengaja. Tujuan itu adalah penyesuaian segmen wisatawan. Wisatawan yang dimaksud adalah wisatawan nusantara dan mancanegara. Dengan demikian, pihak yang membuat brosur bilingual tersebut memahami apa yang disebut dengan *travel behavior* atau perilaku berwisata (Hughes, Wang, Shu, 2015:15). Xiaomei (2016:8) mengungkapkan bahwa ada perbedaan perilaku berwisata antara wisatawan nusantara dengan mancanegara atau antara wisatawan dari budaya timur dengan budaya barat. Menggunakan teori dari Hofstede, Xiaomei (2016:51) berpendapat bahwa wisatawan dengan latar belakang budaya barat lebih menyukai sesuatu yang berhubungan dengan wisata alam atau budaya dan wisatawan dengan latar belakang budaya timur lebih tertarik ke wisata modern dan bernuansa belanja, seperti taman pintar atau mal. Hofstede dalam Xiaomei (2016:52) menganggap bahwa wisatawan yang lebih menyukai wisata modern dan wisata belanja merupakan wisatawan yang termotivasi pada aspek-aspek materialistik yang menyimbolkan kesuksesan. Para penulis sependapat dengan pendapat dari Xiaomei tersebut karena bagi sebagian orang kegiatan berwisata adalah hal yang diasosiasikan dengan kesuksesan seseorang, karena bukan termasuk ke dalam kebutuhan primer, atau sekunder sekalipun. Biasanya, hal ini sering dialami oleh wisatawan yang bukan dari negara dengan ekonomi mapan. Dengan demikian, semakin mapan kondisi ekonomi negara tempat wisatawan tersebut berasal, maka semakin wisatawan tersebut menjauhi DTW yang berkaitan dengan wisata modern dan bernuansa belanja. Walaupun

tidak berhubungan langsung, kondisi ini juga serupa dengan penelitian Widiyani (2018:38) yang meneliti tentang perbedaan perilaku wisata belanja wisatawan Asia dan Eropa. Dengan adanya perbedaan perilaku tersebut, tidak heran jika ada perbedaan informasi dan gambar di brosur BSu dan BSa, misalnya di brosur BSa tidak ada informasi tentang “*Taman Pintar*” yang kami anggap DTW modern dan kurang menarik minat wisatawan internasional untuk berkunjung. Oleh karenanya, di brosur BSa, informasi tentang “*Taman Pintar*” tersebut diganti dengan informasi museum yang menampilkan benda-benda budaya, sesuatu yang lebih disukai wisatawan internasional.

Terlepas dari adanya perbedaan-perbedaan tersebut, yang para penulis anggap masih bisa ditolerir, kami menganggap justru permasalahan yang muncul dari evaluasi brosur ini adalah kurangnya apresiasi untuk menilai DTW secara positif, ketidaksesuaian makna terjemahan, dan adanya ketidakselarasan informasi linguistik dengan representasi gambarnya. Suryaningtyas, dkk. (2018b:17) menegaskan bahwa aspek apresiasi ini penting untuk dilibatkan dalam pembuatan teks yang menyertakan unsur promosi pariwisata karena dapat meningkatkan gambaran positif tentang informasi yang ditawarkan ke wisatawan. Peningkatan gambaran positif ini berpotensi muncul karena apresiasi ini berfungsi untuk menilai sebuah entitas yang dikaitkan dengan nilai estetika dan sistem sosial yang berlaku di sebuah komunitas. Dengan menggunakan estetika ini, calon pengunjung DTW sebetulnya dapat melihat potensi yang baik (*potential for benefit*) dari sebuah DTW. Permasalahan ketidaksesuaian terjemahan juga merupakan catatan khusus yang krusial dalam artikel ini. Nugroho (2018:83) dan Nugroho, Nababan, Subroto (2016:103) menggarisbawahi pentingnya keakuratan untuk penerjemahan, karena makna terjemahan yang berbeda mengindikasikan kualitas terjemahan yang rendah. Pesan yang hendak disampaikan di BSu jadi tidak bisa disampaikan secara akurat di BSa. Di samping permasalahan itu, permasalahan ketidakselarasan data visual dan linguistik juga, menurut para penulis, sedikit menurunkan mutu dari brosur bilingual ini. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh Cohen (1989:30) tentang keaslian (*authenticity*) dari sebuah DTW. Ia menilai bahwa jika tidak ada keselarasan antara informasi tulis dengan representasi gambarnya maka akan ada kemungkinan terjadinya *false identity* atau pemalsuan citra DTW. Hal ini pula yang ditemukan di artikel Ramachandran (2005:78) yang mengevaluasi keselarasan data linguistik dan visual brosur pariwisata Malaysia. Di brosur tersebut ada sebuah gambar yang kenyataannya berbeda dengan yang ditulis, sehingga brosur tersebut kehilangan orisinalitas lingkungan yang sebenarnya. Dengan demikian, berangkat dari evaluasi ini, para penulis menyimpulkan bahwa sesungguhnya membuat brosur tidak cukup hanya bermodalkan gambar yang bagus saja, tetapi gambar yang sesuai dengan informasi tulis dan kenyataannya di lapangan. Mempromosikan DTW melalui gambar yang bombastis sesungguhnya tidak menjadi masalah, namun keselarasan antar elemen itulah yang menjadi poin pertama yang harus diperhatikan pembuat brosur.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang dimuat di bab 3, para penulis menyimpulkan bahwa brosur bilingual yang berjudul “*Destinasi Wisata Jogjakarta*” (BSu) dan “*Welcome to Jogja*” (BSa) merupakan brosur promosi daerah tujuan wisata di

Jogjakarta yang banyak mengandalkan wisata alam sebagai komoditas utamanya. Para penulis mengidentifikasi bahwa isi informasi dari brosur BSu dan BSa hampir sama, namun ada beberapa informasi yang berbeda antara brosur BSu dan BSa. Perbedaan ini dapat diidentifikasi dari: a) letak susunan DTW yang berbeda posisi antara brosur BSu dan BSa, b) DTW yang berbeda antara brosur BSu dan BSa, dan c) data visual DTW yang berbeda antara brosur BSu dan BSa. Sebagai sebuah teks yang bertujuan untuk menarik perhatian dan minat calon wisatawan untuk berkunjung, brosur bilingual ini jarang menggunakan kata-kata yang mengandung apresiasi untuk DTW. Para penulis menyayangkan fenomena ini karena apresiasi dapat memberikan pengaruh dan gambaran positif sebuah DTW. Di samping itu, para penulis juga menjumpai adanya ketidakselarasan antara informasi linguistik dengan representasinya di gambar di brosur. Sekali lagi, hal ini juga patut disayangkan, karena keselarasan antara informasi tulisan dengan gambarnya dapat meyakinkan pembaca brosur tentang kondisi DTW yang sebenarnya. Untuk itu, para penulis menyarankan kepada pihak-pihak yang terkait dengan pembuatan brosur promosi DTW untuk melibatkan aspek apresiasi linguistik dan menjaga keselarasan antara representasi linguistik dengan visualnya.

Terakhir, para penulis menilai bahwa penelitian ini belum memberikan evaluasi appraisal teks dan semiotika visual yang komprehensif. Oleh karena itu, di penelitian selanjutnya, para penulis menyarankan ke peneliti selanjutnya untuk melibatkan seluruh aspek appraisal, yaitu sikap, gradasi, dan keterlibatan, minimal di seluruh aspek sikap belum dibahas di penelitian ini, yaitu afek dan penghakiman. Selain itu, para penulis juga merekomendasikan peneliti berikutnya untuk mengevaluasi brosur promosi DTW dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner yang dibagikan ke wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara. Selain itu, konfirmasi langsung kepada pihak yang membuat brosur bilingual ini, yaitu Dinas Pariwisata DIY juga perlu untuk dilakukan di penelitian selanjutnya. Di samping hal-hal tersebut, para penulis juga merekomendasikan para peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut fenomena yang kami temukan di bagian pembahasan, yaitu adanya perbedaan preferensi DTW antara wisatawan nusantara dan mancanegara. Penelitian tentang perbedaan pilihan DTW tersebut dapat dikaji dengan mengintegrasikan teori semiotik visual dengan pemasaran atau dengan ilmu sosiologi. Dengan demikian, penjelasan antara aspek visual dengan perilaku berwisata para wisatawan akan lebih terurai dengan jelas dan komprehensif.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemenristekdikti (Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan) yang telah memberi dukungan finansial terhadap penelitian di artikel jurnal ini melalui hibah Penelitian Kerja Sama antar Perguruan Tinggi (PKPT) yang melibatkan Universitas Dian Nuswantoro Semarang dengan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Andereck, K.L. 2005. Evaluation of a tourist brochure. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18(2), pp.1-13.

- Cohen, E. 1989. Primitive and remote: hill tribe trekking in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 16(1), pp.30-61.
- Collier, M. 2001. Approaches to analysis in visual anthropology. In: T. V. Leeuwen, C. Jewitt (Eds.), *The handbook of visual analysis*. New York: Sage.
- Degey, S., Setiawan, T.A., Tumimomor, A. 2016. *Perancangan media promosi pariwisata Kab. Nabire (studi kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda Olah Raga, dan Pariwisata Nabire)*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Dinas Pariwisata DIY. 2017. *Brosur destinasi wisata Jogja*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.
- Dinas Pariwisata DIY. 2017. *Welcome to Jogja*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.
- Echtner, C.M. 1999. The semiotic paradigm: implications for tourism research. *Tourism Management*, 20(1), pp.47-57.
- Elleuch, M.F., 2014. The literal translation of English advertising slogans into Arabic and the loss of the originality intended effects. *CALR Linguistics Journal*, 5, pp. 1-20.
- Fajriah, S.D., Mussadun, M. 2014. Pengembangan sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata pantai yang berkelanjutan (studi kasus: kawasan pesisir pantai Wonokerto kabupaten Pekalongan). *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 10 (2), pp.218-233.
- Golinvaux, A., Evagelou, I. 2017. The role of semiotics in tourism destination branding through social media: the case of Switzerland. *Journal of Tourism Research*, 16(1), pp.203-215.
- Hughes, K., Wang, J., Shu, M. 2015. Exploring the travel patterns, preferences and recommendations of Chinese university students living in Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23, pp.12-22.
- Ilham, J., Irawan, A.H. 2013. Perancangan media promosi pariwisata Kabupaten Lumajang. *Jurnal Sains dan Seni Pomits*, 2(1), pp.1-4.
- Jørgensen, L.G. 2004. *An analysis of a destination's image and the language of tourism*. Aarhus: Aarhus School of Business.
- Kementerian Pariwisata. 2017. *Publikasi Kajian Data Wisatawan Nusantara 2017* [Online] (Updated 31 Agustus 2018) URL: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=145&id=4512> [Diakses pada 10 Agustus 2018]
- Khrisna, D.A.N. 2018. *Kajian terjemahan pada penokohan Santiago dalam novel The Old Man and the Sea dan tiga versi terjemahannya "Lelaki Tua dan Laut"*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Longton, R.A. 2015. *The tartan oter: a qualitative analysis of the visual framing of Alex Salmond and the Scottish National Party in the British press*. London: London School of Economics and Political Science.
- Martin, J.R. 2000. *Beyond exchange: appraisal system in English*. Oxford: Oxford University Press.
- Martin, J.R., White, P.R.R. 2005. *The language of evaluation: appraisal in English*. London: Casell.
- Mcniff, S. 1998. Art based research. In: G. Knowles, A. Cole (Eds.), *Handbook of the arts in qualitative research*. New York: Sage.

- Nugroho, R.A. 2017. *Proses penerjemahan teks dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia oleh penerjemah tunanetra (pendekatan kritik holistik)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Nugroho, R.A., Nababan, M.R., Subroto, E. 2016. Translation microstrategies used by visually impaired translators. *International Journal of English Linguistics*, 6(5), pp.103-111.
- Nugroho, R.A., Septemuryantoro, S.A., Lewa, A.H. 2017. Penerjemahan: sebuah cara untuk meningkatkan kualitas pariwisata Indonesia. In: Universitas Stikubank, *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu (SENDI-U)*. Semarang, Juli 2017, Universitas Stikubank: Semarang.
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., Del Chiappa, G. 2017. Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56 (1), pp.41-54.
- Putra, C., A.Iriani, A.D. Manuputty. 2011. Perancangan dan implementasi e-tourism pada sistem informasi pariwisata Salatiga. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(1), pp.76-88.
- Ramachandran, S. 2005. Analysing visual and textual content of tourism brochures: a case of Malaysian destination image. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1), pp.69-80.
- Smith, K. 2006. Rhetorical figures and the translation of advertising headlines. *Language and Literature*, 15(2), pp.159-182.
- Suryaningtyas, V.W., Nugroho, R.A., Cahyono, S.P., Nababan, M.R., Santosa, R. 2018a. Pemanfaatan teori *appraisal* di media informasi pariwisata bilingual: upaya untuk membangun model penerjemahan berbasis Isf. In: Universitas Stikubank, *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu (SENDI-U)*. Semarang, Juli 2018, Universitas Stikubank: Semarang.
- Suryaningtyas, V.W., Nugroho, R.A., Cahyono, S.P., Nababan, M.R., Santosa, R. 2018b. Appraisal in bilingual tourism media: developing an SFL-based translation model, *International Seminar on Language, Education, and Culture (ISOLEC)*. Malang, September 2018, Universitas Negeri Malang: Malang.
- Sutopo, H.B. 2006. *Metode penelitian kualitatif: dasar teori dan terapannya*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Tesno, E.I., Fianto, A.Y.A., Riqqoh, A.K. 2014. Perancangan media promosi pantai Hunimua untuk meningkatkan *brand awareness*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Art Nouveau*, 2(1), pp.38-46.
- Tribun Jogjakarta. 2016. *Perkembangan Jumlah Wisatawan Mancanegara ke DIY Tertinggi Se-Indonesia* [Online] (Updated 10 September 2016) URL: <http://jogja.tribunnews.com/2016/09/10/perkembangan-jumlah-wisatawan-mancanegara-ke-diy-tertinggi-se-indonesia> [Diakses pada 12 Agustus 2018]
- Tribun Jogjakarta. 2017. *Kunjungan Wisata DIY Tahun 2017 Meningkat Signifikan* [Online] (Updated 2 Februari 2018) URL: <http://jogja.tribunnews.com/2018/02/02/kunjungan-wisata-diy-tahun-2017-meningkat-signifikan> [Diakses pada 12 Agustus 2018]
- Widiyani. 2018. *Shopping behaviors in malls*. Eindhoven: Eindhoven University of Technology.

- Wolah, F.F.C. 2016. Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *E-Journal Acta Diurna*, 5(2), pp.1-11.
- Xiaomei, H. 2016. *Apply Hofstede's national cultural dimension theory to analyze Chinese tourist behaviors in Portugal tourism*. Lisabon: Instituto Universitário de Lisboa.
- Yildirim, A., Şimşek, H. 2005. *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yaymnevi.

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI KOTA TUA JAKARTA UTARA MELALUI *SIGN SYSTEM* YANG TERINTEGRASI WEBSITE

Mohamad Farid Rizqullah¹, Wirania Swasty²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
farid.walverc@gmail.com¹, wirania@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Peremajaan kawasan wisata di Daerah Khusus Ibukota Jakarta khususnya daerah wisata Kota Tua Jakarta menjadi salah satu bentuk serius pemerintah untuk mempromosikan tempat - tempat wisata yang ada di Jakarta. Revitalisasi Kota Tua juga dilakukan agar tetap menjaga nilai - nilai sejarah dan budaya yang ada di sana. Namun permasalahan muncul ketika tidak informatif serta kurang strategisnya penempatan *wayfinding* serta *sign system* yang berisi informasi, sejarah, dan profil Kota Tua sehingga banyak pengunjung yang masih kesulitan mencari informasi dan navigasi tempat yang ada di Kota Tua. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah *sign system* serta *wayfinding* yang informatif dan strategis. Di samping itu, masih kurangnya informasi dan navigasi tentang Kota Tua di website resmi menjadi faktor lain yang membuat pengunjung kesulitan pada saat akan maupun sedang mengunjungi Kota Tua. Penelitian ini merupakan studi terapan dengan penggunaan metode campuran. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner dan observasi di wilayah Kota Tua khususnya Zona 2 Fatahillah. Analisis data dilakukan dengan analisis visual proyek sejenis. Studi menghasilkan *sign system* yang terintegrasi dengan website sebagai media informasi untuk kawasan wisata Kota Tua Jakarta dengan pengayaan desain neoklasik. Hal ini diharapkan dapat memfasilitasi para pengunjung dalam mencari informasi dan navigasi saat mengunjungi Daerah Wisata Kota Tua Jakarta tersebut.

Kata Kunci: Kota Tua Jakarta, neoklasik, *sign system*, *wayfinding*, website

Abstract

Tourist area rejuvenation in the Special Capital Region of Jakarta, especially the tourist area of Kota Tua (the Old Town) of Jakarta, has become a serious form of the government to promote tourist attractions in Jakarta. The revitalization of Kota Tua was also carried out to preserve the historical and cultural values that existed. But the problem emerges when uninformative and less strategic placement of wayfinding and sign systems that contain information, history, and profiles of Kota Tua so that many visitors are still having difficulty to find information and navigation in Kota Tua. Therefore, it needs a sign system and informative, strategic wayfinding. Despitefully, the lack of information and navigation about Kota Tua on the official website is another factor that makes visitors having difficulty when going to or visiting Kota Tua. The research is the applied study that used a mix method. Data collected through the interviews, questionnaires, and observations in the Kota Tua area, especially Zone 2 Fatahillah and data analysis was done by visual analysis of similar projects. This study generates a sign system that integrated with the website as media information for the Kota Tua Jakarta tourism area with the neoclassical design style and expected to facilitate visitors in searching for information and navigation when visiting the tourist area of Kota Tua Jakarta.

Keywords: Kota Tua Jakarta, neoclassic, *sign system*, *wayfinding*, website

1. PENDAHULUAN

Peremajaan wisata di Daerah Khusus Ibukota Jakarta khususnya daerah wisata Kota Tua yang terletak di daerah utara Kota Jakarta menjadi salah satu bentuk serius pemerintah untuk mempromosikan daerah wisata yang berada di Kota Jakarta. Banyaknya tempat yang dapat dikunjungi di daerah Kota Tua menambah daya tarik minat pengunjung. Ada berbagai museum di antaranya Museum Bank Indonesia, Museum Fatahillah, Museum Seni Rupa dan Keramik, dan Museum Wayang yang jaraknya berdekatan satu sama lain.

Revitalisasi Kota Tua ini juga dilakukan agar tetap menjaga nilai-nilai sejarah dan budaya yang ada dari jaman kolonial Belanda. Bentuk bangunan yang dinilai unik dapat menjadikan kawasan Kota Tua bisa menjadi peluang destinasi wisata. Peremajaan yang berlangsung di daerah wisata Kota Tua sudah berjalan sejak zaman pemerintahan Ali Sadikin pada tahun 1972. Kemudian dilanjutkan Gubernur Jakarta Soerjadi Soedirdja tahun 1993, yang mengeluarkan SK Gubernur DKI 475/1993 mengatur tentang dimulainya revitalisasi agar daerah Jakarta Kota menjadi kawasan wisata. Sebanyak 93 bangunan di Kawasan Kota Tua menjadi cagar budaya yang dilestarikan. Pada tahun 2013, Gubernur Joko Widodo juga membantu menghubungkan sektor swasta dengan Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta untuk membantu meremajakan Kota Tua, sehingga dibuatlah PT Pembangunan Kota Tua Jakarta. Pada tahun 2016, Gubernur Jakarta saat itu - Basuki Tjahaja Purnama - juga mulai membangun kembali daerah wisata Kota Tua dengan memperbaiki trotoar-trotoar yang ada dan juga membuat lahan parkir agar fasilitas yang ada bisa memadai.

Sejak dilakukannya revitalisasi kawasan wisata Kota Tua, banyak gedung- gedung yang mulai direnovasi, namun permasalahan muncul ketika *wayfinding* serta *sign system* yang ada tidak diperhatikan dan digunakan secara maksimal. Penempatan *wayfinding* serta *sign system* yang berisi informasi tentang gedung-gedung yang ada di daerah Kota Tua masih belum efektif dan juga kurang strategis penempatannya. Sehingga banyak pengunjung yang masih kesulitan mencari *sign system* di lokasi dan kurang mendapatkan informasi tentang sejarah Kota Tua. Selain itu juga mereka tidak dapat mengetahui di mana saja letak-letak museum yang bisa mereka kunjungi di daerah Kota Tua. Padahal *wayfinding* dan signage sendiri merupakan kesatuan dalam suatu tempat yang mengandung informasi serta visual tentang tempat tersebut (Calori, 2007).

Selain itu, berkembangnya teknologi yang ada saat ini membuat semua orang ingin mendapatkan suatu informasi secara cepat dan mudah. Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui website. Website merupakan salah satu metode untuk menampilkan sebuah informasi di internet, dimana informasi tersebut dapat berupa teks, gambar, suara, maupun video yang interaktif serta berkaitan dengan dokumen lainnya sehingga dapat saling terhubung dan dapat diakses melalui browser (Yuhefizar, 2008:159). Kota Tua saat ini telah memiliki website resmi namun tidak dimanfaatkan secara optimal. Pemerintah melalui Pengelola Kota Tua seharusnya konsisten dalam melakukan promosi yang ada di daerah Kota Tua Jakarta karena kawasan tersebut merupakan warisan sejarah. Pembangunan *sign system* di daerah wisata Kota Tua yang terintegrasi dengan

website sangat diperlukan agar pengunjung dapat mengerti informasi daerah Kota Tua serta dapat mencari informasi dan juga kisah sejarah dalam website resmi.

Penelitian terdahulu (Pratama dan Swasty, 2018; Prima dan Swasty, 2018; Rushar dan Swasty, 2016; Wijayanti, Prabawa, dan Swasty, 2015) hanya difokuskan pada salah satu penelitian terapan pada *sign system* saja ataupun website saja sebagai media informasi. Makalah ini merupakan sebuah penelitian terapan yang membahas bagaimana *sign system* yang efektif, informatif serta terintegrasi dengan website. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam studi ini adalah merancang *sign system* Kota Tua Jakarta yang efektif namun informatif dan terintegrasi dengan website resmi untuk membantu memecahkan permasalahan navigasi serta informasi dan kisah sejarah yang perlu diketahui pengunjung.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian terapan dengan penggunaan metode campuran yang memiliki fokus studi berupa *sign system* yang terintegrasi dengan website untuk daerah Wisata Kota Tua Jakarta. Wilayah yang termasuk dalam fokus studi ini adalah Zona 2 Fatahilah Wisata Kota Tua karena zona 2 ini merupakan Zona Utama yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua, sehingga banyak pengunjung yang berkunjung ke Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Fatahilah. Zona 2 ini meliputi Museum Bank Mandiri, Museum Fatahilah, Museum Bank Indonesia, Museum Seni Rupa dan Keramik, Museum Wayang, serta Stasiun Kota. Studi ini dilakukan pada bulan September 2017 hingga Juli 2018.

Target dari perancangan ini adalah wisatawan lokal yang berkunjung ke Wisata Kota Tua dengan rentang usia yang beragam mulai dari anak-anak hingga lanjut usia, perempuan hingga laki-laki. Profesi target tersebut juga beragam dan memiliki riwayat pendidikan terakhir yaitu SMP (Sekolah Menengah Pertama) dimana mereka sudah paham mengenai simbol dan arah pada umumnya dan dapat membaca. Kawasan Wisata Kota Tua merupakan kawasan wisata yang ekonomis maka target utama adalah pengunjung kelas sosial menengah bawah hingga menengah. Untuk website Kota Tua sendiri ditargetkan bagi para pengunjung yang terbiasa menggunakan teknologi ponsel pintar/*smartphone* sehingga dapat mengetahui kegunaan QR Code dan dapat mengunjungi website tersebut.

Terdapat dua cara dalam pengumpulan data yakni primer dan sekunder, disertai beberapa metode. Pertama, wawancara yang dilakukan dengan Unit Pengelola Kota Tua dan juga desainer *sign system*. Kedua, kuesioner dengan sasaran responden utama merupakan masyarakat yang sedang mengunjungi kawasan Wisata Kota Tua Jakarta dan disebarkan secara *offline* / tatap muka.

Selanjutnya dilakukan observasi yakni pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, mencatat serta membandingkan dengan *sign system* yang sudah ada seperti Taman Safari dan juga Kawasan Wisata Ancol. Kedua tempat tersebut mempunyai tempat yang luas dan banyak tujuan wisata yang dapat dilakukan di area tersebut sehingga dapat dibandingkan dengan *sign system* yang sudah ada di kawasan

wisata Kota Tua Jakarta. Metode pengumpulan data lainnya adalah dokumentasi dengan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa foto, brosur, gambar, tulisan, sejarah, peraturan dan kebijakan untuk mendapatkan informasi dan sejarah mengenai Kota Tua Jakarta secara akurat. Studi ini juga melakukan pengumpulan data sekunder melalui studi pustaka cetak dan digital yang ada di website.

Adapun analisis data menggunakan analisis visual dengan melakukan perbandingan menggunakan matriks tentang visual *sign system* dan website yang serupa yakni Taman Safari Bogor dan Kawasan Wisata Ancol. Analisis visual ini menggunakan landasan teori sebagai dasar perbandingannya. Sementara itu, hasil kuesioner dianalisis dengan menggunakan metode tabulasi silang (*crosstab*) untuk menganalisa keterkaitan akan faktor-faktor yang ada.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Tua saat ini sebagai salah satu destinasi Kawasan Cagar Budaya terus mengalami perkembangan. Apresiasi masyarakat terhadap Kawasan Wisata Kota Tua cukup baik mengingat meningkatnya jumlah penduduk yang cukup signifikan. Kebanyakan pengunjung yang mengunjungi Kota Tua hanya untuk berfoto di Kawasan Kota Tua karena pandangan masyarakat akan Kota Tua sebagai objek foto yang bagus. Akan tetapi, banyak pula pengunjung yang datang untuk mengetahui informasi sejarah yang ada di Kawasan Kota Tua. Kesulitan yang biasa ditemui oleh para wisatawan lokal hingga asing saat berkunjung ke Kawasan Kota Tua beragam. Kesulitan tersebut mulai dari mencari lokasi yang akan dikunjungi akibat kurangnya informasi, hingga sulitnya mencari fasilitas umum seperti tempat ibadah/ mushola, toilet umum, dan *Money Changer*.

Perawatan terhadap *sign system* yang ada di Kawasan Kota Tua dikelola oleh unit terkait. Menurut Unit Pengelola Kota Tua, *sign system* yang dipasang sudah efektif dan informatif, namun kebiasaan masyarakat Indonesia dalam memerhatikan *signage* masih kurang sehingga banyak masyarakat yang tidak terlalu memperhatikan *sign system* yang sudah ada. Unit Pengelola Kota Tua Jakarta bertanggung jawab akan fasilitas yang ada di kawasan Kota Tua Jakarta termasuk di dalamnya merupakan *signage* dan *wayfinding*. Dengan meningkatnya angka kunjungan wisatawan ke Kawasan Wisata Kota Tua, hal ini menuntut sistem informasi dan navigasi yang ada di kawasan Kota Tua harus efektif dan informatif. Dengan demikian, Unit Pengelola Kota Tua sebagai penanggung jawab di bawah Dinas Pariwisata Kota Jakarta harus mengoptimalkan setiap sarana dan prasarana yang berada dalam Kawasan Kota Tua Jakarta.

Di kawasan Kota Tua sudah disediakan beberapa *sign system* yang ditujukan untuk pengunjung agar tidak tersesat dan dapat dengan mudah mencari tempat yang ingin dituju. *Sign system* yang terpasang di Kawasan Kota Tua sudah dipasang sejak tahun 2010. Walaupun ada beberapa jenis *sign system* yang terpasang di titik-titik Kawasan Kota Tua, namun kurangnya perawatan menyebabkan beberapa di antaranya berkarat bahkan rusak. Banyak *signage* dan *wayfinding* yang dirusak oleh tangan-tangan jahil sehingga informasi yang diberikan sudah tidak lagi informatif. Warna dari *signage* dan *wayfinding* yang ada di Kota Tua pun belum memiliki korelasi satu dengan yang lain.

Peta lokasi pada *orientation sign* yang ada dipasang terlalu tinggi sehingga tidak bisa dilihat secara keseluruhan. *Directional sign* yang ada, yang merupakan tanda yang ditempatkan untuk mengarahkan orang ke berbagai tujuan dalam lingkungan tertentu (Calori, 2007), mempunyai warna hijau yang mencolok. Akan tetapi banyak dari *directional sign* tersebut tertutup oleh pohon maupun tiang listrik, sehingga sulit untuk dilihat. *Interpretive sign* - tanda yang menafsirkan makna dari sebuah tempat dan memberikan informasi (Calori, 2007) - diletakkan di bawah menyatu dengan tanah. Material yang digunakan memiliki warna yang sama dengan lantai yang ada di kawasan tersebut sehingga tidak banyak orang yang menyadari ada sign tersebut. Dalam segi warna, *signage* dan *wayfinding* yang ada di Kawasan Kota Tua berbeda-beda dan tidak mempunyai korelasi antara satu dengan yang lain (Gambar 1) sehingga kurang menunjukkan suatu sistem.



Gambar 1. *Sign system* di Kota Tua
[Sumber: Rizqullah, 2017]

Kawasan Wisata Kota Tua juga mempunyai website resmi yang memberikan informasi dan kegiatan mereka di www.upkkotatuaJakarta.or.id (Gambar 2).



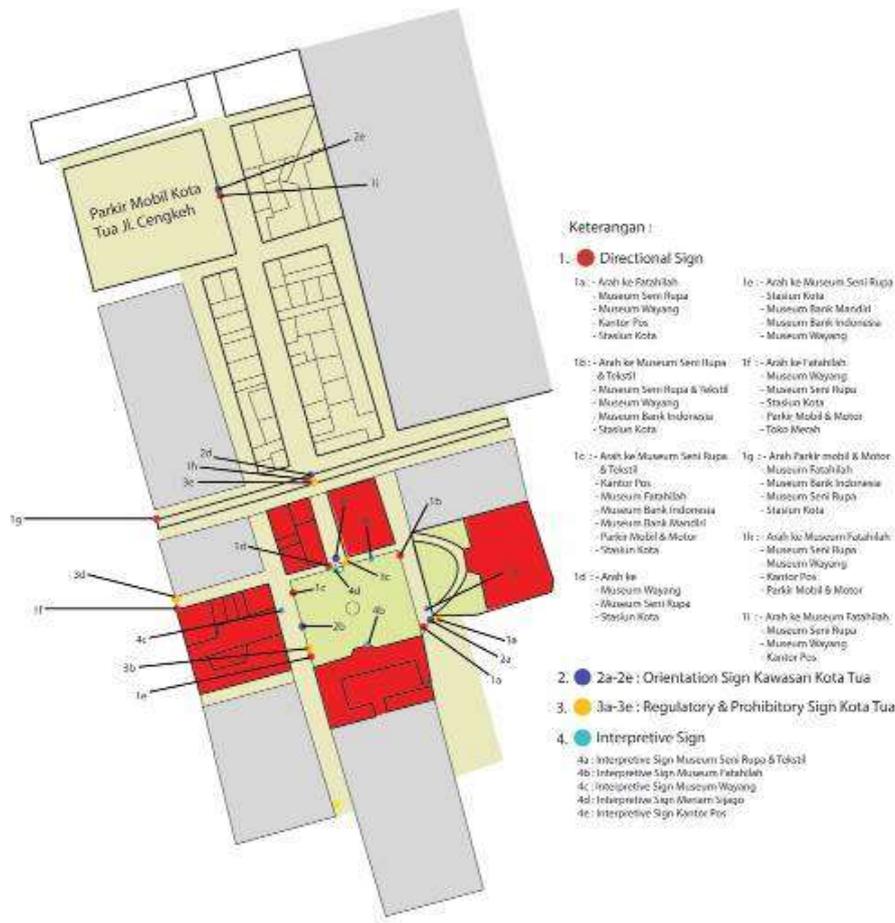
Gambar 2. Website resmi Kota Tua
[Sumber: www.upkkotatuaJakarta.or.id, 2018]

Dalam merancang sebuah *sign system*, hal pertama yang harus diperhatikan adalah riset mengenai proyek yang akan dibuat yang berkaitan dengan lingkungan juga pengguna. Hal-hal seperti bagaimana jarak pandang orang yang melihat serta arus pengunjung

yang ada perlu diperhatikan agar nantinya desain tersebut menjadi lebih menarik, efektif, dan informatif serta mudah dimengerti. Kesulitan yang biasa ditemui dalam merancang *signage* dan *wayfinding* adalah masalah lokasi. Banyak lokasi yang membutuhkan *signage* namun tidak memungkinkan untuk ditempatkan akibat konstruksi yang kurang baik. Dalam pemilihan material, ada beberapa hal yang harus diperhatikan mulai dari lokasi penempatan (*indoor* atau *outdoor*), target sasaran, hingga budget yang dimiliki. Menurut seorang desainer *signage* - Angga Pradika (2018) - *signage* dan *wayfinding* sering sekali tidak diperhatikan oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut karena kurang terbiasanya masyarakat akan *signage* dan *wayfinding* yang ada di sebuah lingkungan.

Dari kuesioner yang telah disebar, dapat diambil beberapa hal penting. Pengunjung wisatawan yang datang ke Kawasan Kota Tua kebanyakan berusia 17-25 Tahun, berasal dari Jakarta dan sekitarnya dengan rata-rata pendidikan terakhirnya adalah SMA. Kebanyakan pengunjung (sekitar 44%) hanya mengunjungi Kawasan Kota Tua lebih dari 1 Tahun sekali, sekitar 38,3 % para wisatawan mengetahui Objek Wisata Kawasan Kota Tua dari pelajaran dan kebanyakan pengunjung yang datang memilih untuk mengunjungi museum-museum yang ada di kawasan tersebut dan berfoto-foto. Sebanyak 81.5 % responden mengatakan jika fasilitas yang ada di Kawasan Kota Tua sudah baik, akan tetapi 53.1 % responden pernah merasakan kesulitan mencari tempat / fasilitas umum di kawasan Kota Tua. Sebanyak 44.4 % responden mengatakan jika *signage* dan *wayfinding* yang ada di Kawasan Kota Tua belum terlalu informatif dan kebanyakan pengunjung merasa kesulitan untuk mencari *signage* dan *wayfinding* tersebut. Sebanyak 86.4 % pengunjung mengetahui beberapa informasi sejarah yang ada di sekitar Kawasan Kota Tua, pengunjung mengetahui hal tersebut untuk penempatan *sign system* yang ada di Zona 2 Fatahilah Kawasan Kota Tua dipilih sesuai dengan observasi yang dilakukan di kawasan tersebut, dimana tempat-tempat tersebut tidak terhalang benda-benda lain seperti pohon, tiang, dan lain sebagainya (Gambar 3).

Dari data observasi yang didapatkan, terungkap bahwa perilaku para wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Kota Tua lebih cenderung berfoto-foto dan bermain sepeda antik yang ada di lapangan Fatahilah dari pada mengunjungi museum yang ada. Selain itu, mereka menyukai hal-hal yang dapat menarik perhatian. *Signage* dan *wayfinding* yang ada di Kota Tua sudah informatif namun kurang efektif. Hal tersebut dikarenakan penempatan dan pemasangannya yang masih kurang tepat sehingga banyak yang terhalang oleh benda lain dan sulit untuk dilihat.



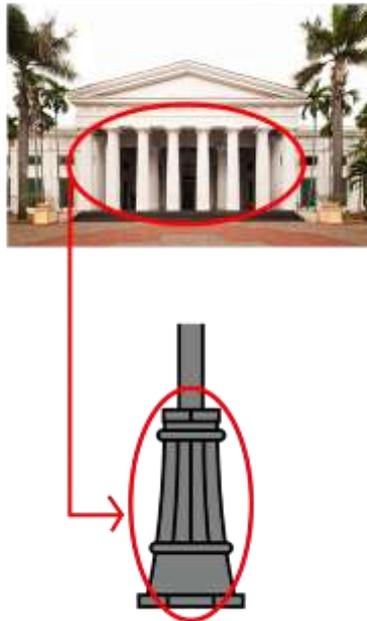
Gambar 3. Programming sign system pada Kota Tua Jakarta [Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.1 Konsep Kreatif

Sebelum merancang *sign system* dan *website* Kota Tua yang lebih efektif dan informatif maka dibuat *mindmap* serta *moodboard* yang digunakan untuk mendapatkan konsep perancangan. Melalui *mindmap* dan *moodboard*, didapatkan Konsep kreatif yakni pengayaan neoklasik dimana hal tersebut merupakan gaya arsitektur dari gedung-gedung kebanyakan yang ada ada di Kawasan Wisata Kota Tua. Para arsitek kebanyakan berasal dari Belanda dan bekerja di perusahaan swasta dan/ atau di Departemen Pekerjaan Umum di bawah pemerintah kolonial, cenderung menerapkan gaya neoklasik, dengan sedikit modifikasi untuk beradaptasi dengan iklim setempat (Kusno, 2000 dalam Antonius dkk, 2015).

Karakteristik dari arsitektur Neoklasik merupakan pilar-pilar yang digunakan sebagai penopang bangunan, bentuk bangunan yang besar dan simetris seperti kotak, persegi panjang, hingga segitiga untuk bagian atapnya memberikan kesan kokoh dan megah pada bangunan Neoklasik. Karakteristik tersebut kemudian diubah untuk digunakan dalam elemen desain *sign system* yang baru agar menambah kesan klasik serta *vintage* pada Kawasan Wisata Kota Tua. Warna yang digunakan dalam perancangan juga

menggunakan warna-warna yang dapat memberikan kesan antik seperti coklat, abu-abu, hitam dan putih.



Gambar 4. Karakteristik pilar Arsitektur Neoklasik
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

Dalam penggunaannya, elemen grafis tersebut digunakan sebagai *secondary graphic* yang akan di tempatkan dalam rancangan *sign system*. Berikut merupakan contoh dari *vector* dari *secondary graphic* yang sudah dibuat :



Gambar 5. Proses stilasi bangunan dan pengaplikasiannya pada *sign system*
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

Selain informasi yang tertera pada *sign*, terdapat pula *QR Code* yang dapat dipindai (*scan*) dan terintegrasi dengan website resmi Kota Tua Jakarta. Penggunaan *QR Code* dalam setiap *sign* dimaksudkan untuk memudahkan para pengunjung mencari navigasi tempat-tempat yang ingin mereka tuju. Selain itu juga diharapkan agar mereka dapat dengan mudah menemukan

informasi-informasi mengenai sejarah bangunan-bangunan yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Fatahilah dengan menggunakan QR Code yang diarahkan ke website tersebut. Dengan demikian, para pengunjung yang berkunjung tak hanya mendapatkan kemudahan mencari tempat dan informasi namun mendapatkan wawasan lebih mengenai bangunan-bangunan bersejarah yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Fatahilah Jakarta.

3.2 Desain Sign system

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan *sign system* adalah 3 jenis *font* untuk fungsi yang berbeda. *Park Lane Font* digunakan untuk *Headline*, *Naive Deco Sans* digunakan untuk *Sub-Headline*, dan *Marion* digunakan untuk *Body Text*. Jenis *font* yang digunakan mempunyai karakteristik yang memberikan kesan Neoklasik / *vintage* namun juga elegan sehingga pengunjung yang melihat dapat dengan mudah membaca dan mengidentifikasi kesan *heritage* kawasan tersebut. Gambar 6 merupakan jenis *font* yang digunakan baik pada *sign system* dan juga website.



Gambar 6. (atas) *Font* yang digunakan dan (bawah) pengaplikasiannya pada *sign system* [Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

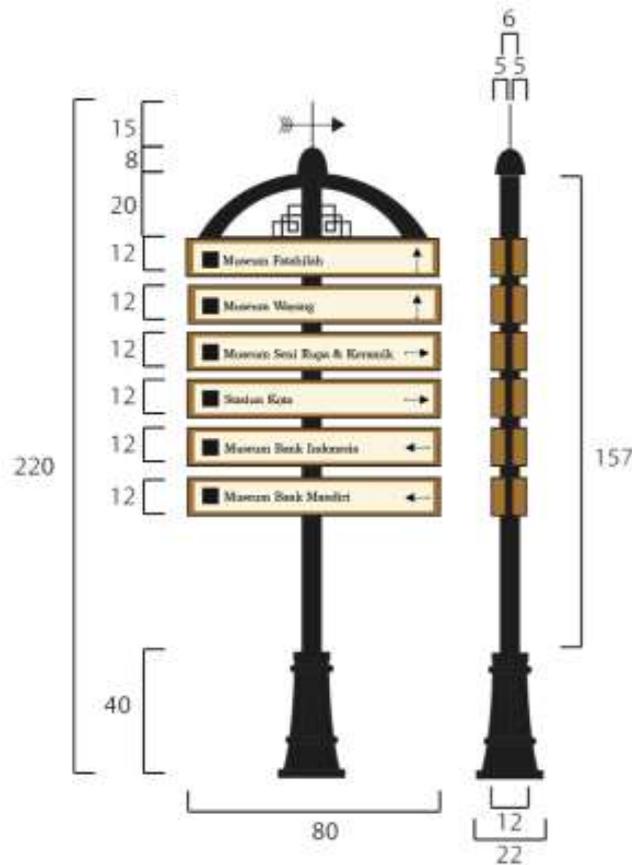
Warna yang dipilih dalam perancangan *sign system* dan website menggunakan warna yang dapat memberikan kesan antik dan *vintage*. Hal ini juga bertujuan agar para pengunjung lebih merasakan kesan *vintage* yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua. Penggunaan warna coklat sebagai warna utama dari *sign system* memiliki kontras yang dapat dengan mudah dicari oleh para pengunjung di kawasan tersebut.

Bentuk *sign system* dirancang menggunakan karakteristik arsitektur Neoklasik. Bentuk pilar yang digunakan sebagai penopang *sign system* tersebut sama seperti pilar yang digunakan untuk menopang bangunan Neoklasik. Bentuk dan layout simetris pada panel *sign* juga menambah kesan vintage namun tetap elegan. Hasil rancangan *sign system* yang dibedakan berdasarkan konten informasi dan dikelompokkan ke dalam lima kategori diuraikan dalam sub-bab berikut:

3.2.1 Directional Sign

Directional sign berfungsi sebagai penunjuk arah atau media navigasi yang memberikan informasi navigasi tempat. *Sign* ini akan diletakkan di luar ruangan, di tempat-tempat ramai seperti di sekitar Taman Fatahilah dan juga jalan akses masuk pengunjung ke Kawasan Wisata Kota Tua seperti di dekat Bank Mandiri, dan di jalan Belakang Kantor Pos. Hal tersebut ditujukan agar para pengunjung tidak bingung mencari museum yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua dan juga fasilitas lain seperti toilet, tempat parkir, hingga restoran.

Untuk pemasangan, digunakan teknik *Ground Mounted* (ditanam dalam lantai / tanah) untuk semua *directional sign*. *Directional sign* juga menggunakan material besi untuk tiang penopang dan plat besi Galvanil yang tahan lama dan dapat dengan mudah diubah bentuknya. Tulisan pada panel *sign* akan menggunakan *cutting* (Gambar 7).

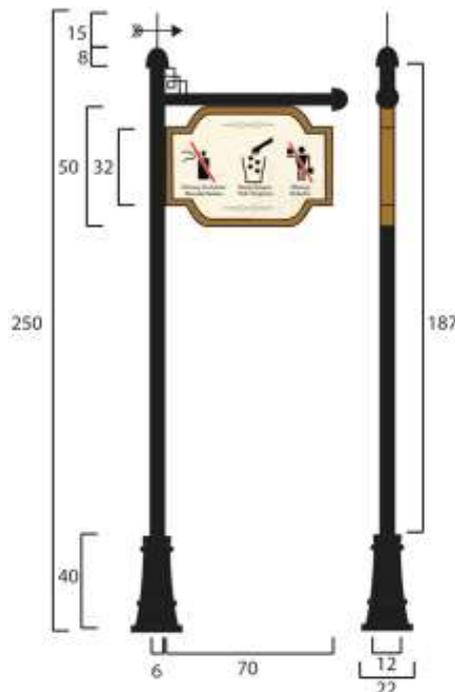


Gambar 7. Hasil perancangan *directional sign* Kota Tua
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.2 Regulatory Sign

Regulatory Sign berfungsi untuk memberikan informasi mengenai larangan apa saja yang tidak boleh dilakukan oleh para pengunjung, hingga pedagang yang ada di Kawasan Kota Tua. *Sign* ini ditempatkan di daerah yang biasa ramai pengunjung agar para pengunjung yang baru mengunjungi Kawasan Wisata Kota Tua dapat dengan mudah mengetahui peraturan yang ada di kawasan tersebut.

Regulatory sign ini memiliki satu jenis dan pada penerapannya menggunakan teknik *Ground Mounted*. Material yang digunakan untuk *sign* ini yaitu menggunakan besi untuk penopangnya dan plat besi galvanil dengan menempelkan cutting sticker pada bagian panel *sign* untuk menemberikan simbol dan tulisan yang dipakai (Gambar 8).

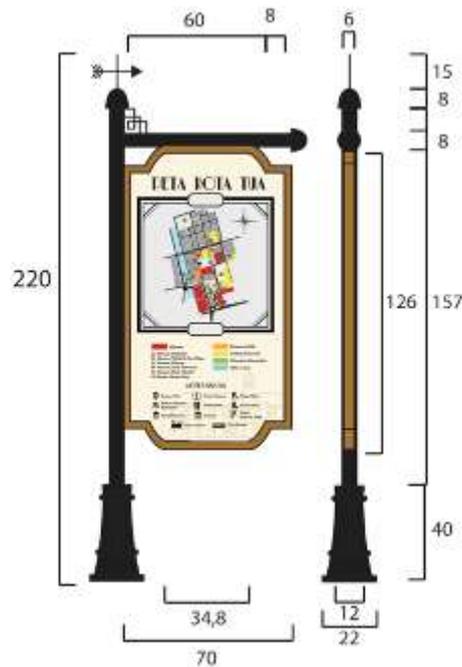


Gambar 8. Hasil perancangan *regulatory sign* Kota Tua
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.3 Orientation Sign

Orientation sign berfungsi sebagai navigasi tempat yang ada di Kota Tua dengan menampilkan denah Wisata Kota Tua serta tempat-tempat yang dapat dikunjungi dan informasi tentang tempat tersebut. *Orientation sign* dapat memudahkan pengunjung yang hendak menjelajahi Kawasan Wisata Kota Tua. *Sign* tersebut ditempatkan di tempat-tempat yang ramai seperti di Taman Fatahillah.

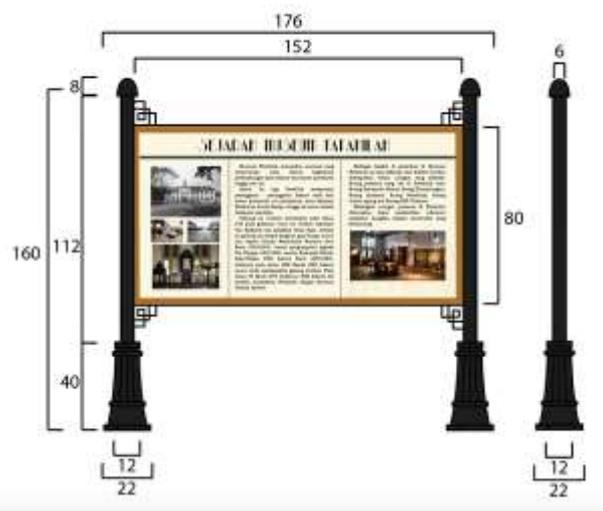
Orientation sign berbentuk potrait dengan teknik pemasangan *Ground Mounted*. Material yang digunakan untuk *sign* yaitu besi sebagai penompang dan plat besi galvanil dengan menempelkan cutting sticker pada bagian panel *sign* untuk menemberikan simbol dan tulisan yang dipakai (Gambar 9).



Gambar 9. Hasil perancangan *orientation sign Kota Tua*
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.4 Interpretive Sign

Interpretive sign berfungsi untuk memberikan informasi mengenai sejarah gedung yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua seperti museum hingga bangunan bersejarah lainnya. *Sign* akan ditempatkan tepat di sekitar bangunan bersejarah yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua. *Interpretive sign* ini berbentuk *landscape* dengan menggunakan teknik *Ground Mounted* serta berbahan dasar besi sebagai tiang penopang serta plat besi galvanil agar lebih tahan lama. Informasi, simbol, foto hingga tulisan yang ada di *Signboard* tersebut menggunakan teknik *Print on Material*.

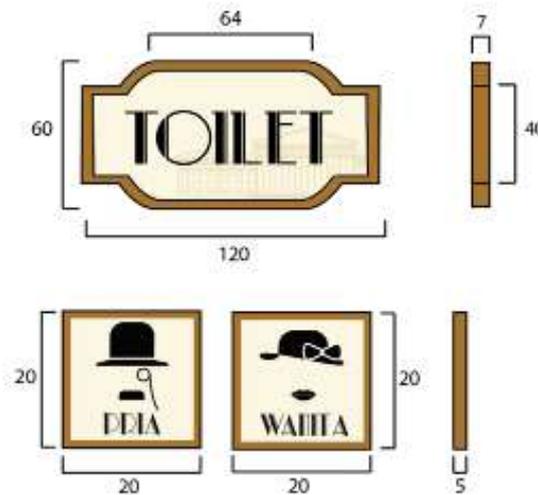


Gambar 10. Hasil perancangan *interpretive sign Kota Tua*
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.5 Identification Sign

Identification sign berfungsi untuk mengidentifikasi suatu tempat atau gedung agar pengunjung dapat mengenali tempat atau gedung tersebut. *Sign* ditempatkan tepat pada lokasi yang dimaksud seperti toilet hingga mushola umum yang ada di sekitar Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Jakarta.

Identification sign dalam perancangan ini berbentuk *landscape* dengan menggunakan teknik *Wall Mounted* (ditempel pada dinding atau bidang vertikal). Panel *sign* berbahan dasar plat besi Galvanil agar lebih tahan lama serta menggunakan *cutting sticker* untuk memberikan informasi simbol hingga tulisan pada panel tersebut.



Gambar 11. Hasil perancangan *identification sign* Kota Tua
[Sumber: Rizquillah dan Swasty, 2018]

3.3 Desain Website

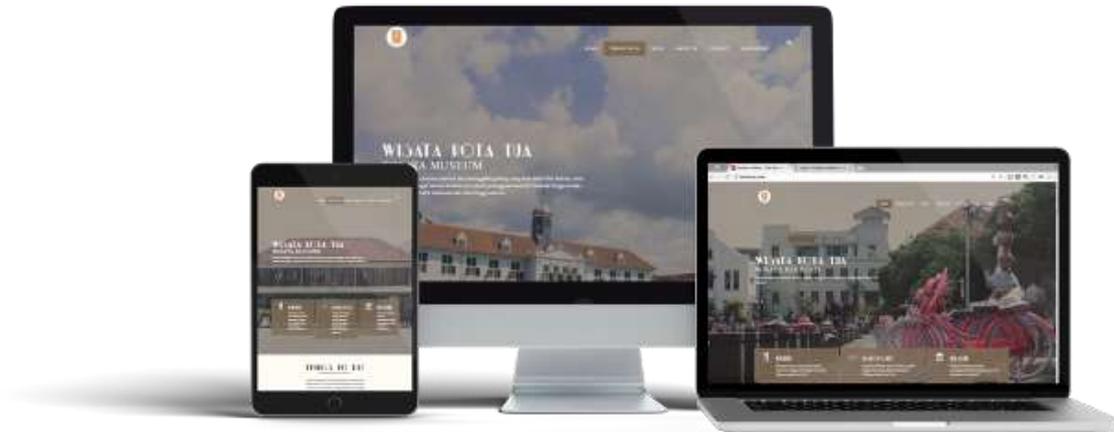
Sign system yang dirancang terintegrasi melalui website dengan cara memindai QR Code pada *sign* yang ada. Dalam website terdapat navigasi tempat, rute menuju tempat yang ingin dituju dengan memindai QR Code tujuan. Informasi mengenai bangunan-bangunan bersejarah yang ada di Kawasan Kota Tua bisa dipindai melalui *interpretive sign* yang ada di Kawasan Wisata. Website dipilih karena *platform* ini dapat diakses semua orang dengan menggunakan penjelajah internet tanpa perlu mengunduh *software* atau aplikasi apapun. Gambar 12 merupakan *Business Model Canvas* dari pengelolaan website resmi Kawasan Wisata Kota Tua Jakarta.



Gambar 12. *Business Model Canvas* pengelolaan website resmi Kota Tua Jakarta
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

Studi penelitian sebelumnya (Evi dan Malabay, 2009) menyatakan bahwa kemampuan menginformasikan tentang lokasi pengunjung sekarang serta lokasi-lokasi yang bisa mereka kunjungi dari lokasi sekarang merupakan ciri struktur navigasi website yang baik. Dalam merancang website, peran grafis diperlukan dalam hal 1) penyertaan gambar, 2) ukuran dan resolusi gambar yang tepat, 3) konten multimedia, 4) warna yang tepat, font, dan ukuran teks, 5) penggunaan logo dan ikon, 6) tata letak visual yang menarik, 7) skema warna, dan 8) penggunaan ruang putih (*white space*) yang efektif (Garett dkk, 2016). Kemudahan navigasi dalam menemukan yang dicari pengunjung merupakan faktor terpenting dalam merancang sebuah website. Akan tetapi, penggunaan komposisi warna yang menarik pada website pun tak dapat diabaikan (Swasty & Utama, 2017). Dalam studi ini, perancangan website dibuat sebagai bagian terintegrasi dari *sign system* dengan tampilan visual yang satu konsep dengan signage, yaitu bergaya neoklasik. Warna yang digunakan dalam perancangan website juga menggunakan warna-warna yang dapat memberikan kesan antik seperti coklat, abu-abu, hitam dan putih.

Website ini terintegrasi dengan beberapa *signage* yang dirancang menggunakan pindai QR Code. Dalam tampilannya, website ini berupa *Parallax* atau satu halaman utama yang berisikan konten-konten utama seperti *Home, Things to Do, Blog, About Us, dan Contact*. Selain itu, ada juga halaman navigasi yang dibuat terpisah dengan halaman utama sehingga memudahkan pengunjung untuk membaca website. Gambar 13 merupakan tampilan website yang dirancang menggunakan tema responsif sehingga dapat dibuka dari media manapun mulai dari laptop hingga gawai (tablet dan ponsel pintar).



Gambar 13. Hasil rancangan website resmi Kota Tua Jakarta
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

4. KESIMPULAN

Desain *sign system* yang menarik dan tersistem tentunya dapat membantu pengunjung dalam menemukan lokasi dan mengingat kesan yang diberikan tempat tersebut. Dalam merancang sebuah *sign system*, dibutuhkan riset tempat yang akan digunakan untuk meletakkan *sign*, target sasaran, serta kebiasaan target sasaran saat berkunjung ke tempat tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui jarak pandang, alur/*flow* pengunjung, tempat-tempat yang membutuhkan *sign*, material yang digunakan serta spesifikasi tinggi rendahnya *signage*. Selain itu, perancangan sebuah *sign system* harus dapat memecahkan masalah navigasi pada suatu tempat dengan efektif, informatif, namun tetap menarik.

Sebuah *signage dan wayfinding* harus mempunyai tipografi dan piktogram yang mudah dibaca dan dimengerti oleh semua pengunjung. Selain itu juga harus memiliki warna yang kontras antara *background* dan tulisan / piktogram agar mudah dibaca oleh pengunjung yang melihat. Pemilihan material juga harus diperhatikan agar dapat lebih optimal dan dapat menekan budget yang ada.

Teknologi yang ada saat ini membuat informasi apapun dapat diakses secara cepat dan mudah, salah satunya melalui website. Website merupakan *platform* yang paling banyak dipakai untuk mencari informasi mengenai segala sesuatu, dalam hal ini Kawasan Wisata Kota Tua Jakarta. Makalah ini telah membahas mengenai perancangan *sign system* Kota Tua Jakarta yang efektif, informatif dan terintegrasi dengan website resmi untuk membantu memecahkan permasalahan navigasi serta informasi dan kisah sejarah yang perlu diketahui pengunjung. Hal ini sejalan dengan studi terdahulu bahwa *signage*, seiring kemajuan zaman, menjadi kebutuhan luas dan tidak hanya mengidentifikasi beberapa area (Situmorang dan Swasty, 2016) namun juga sebagai media informasi.

Tulisan ini hanya membahas perancangan *sign system* yang terintegrasi dengan website. Untuk penelitian lanjutan, dapat diteliti *usability* website menggunakan metode

pelacakan mata (*eye-tracking*). Selain itu, platform lain seperti aplikasi Android pada ponsel pintar yang terintegrasi dengan *sign system* menarik untuk dirancang.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis menghaturkan ungkapan terimakasih kepada Angga Pradika - *Head Designer* Nusae Studio dan Agus Haryanto - Ketua Satuan Pelaksana Perancangan & Penataan Kota Tua Jakarta Utara sebagai narasumber, serta seluruh responden kuesioner yang telah berpartisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Calori, Chris. 2007. *Signage and Wayfinding Design*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Evi, T. dan Malabay, 2009. Analisis Pengembangan Aplikasi Web untuk Profil Perusahaan. Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009), pp E122-E127.
- Garett, R., Chiu, J., Zhang, L., & Young, S.D. 2016. A Literature Review: Website Design and User Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(3), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4974011/> [Diakses pada 25 Juli 2018]
- Pradika, Angga. 2018. Wawancara untuk keperluan studi. Bandung
- Pratama, F.D., dan Swasty, W. 2018. Logo dan Signage sebagai Identitas Visual (Studi Kasus: Stadion Gelora Bandung Lautan Api). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 4 (02), 119-129
- Prima, R.A., dan Swasty, W. 2018. *Sign system* in Sport and Leisure Facility: A Study Case of Bandung Giri Gahana Golf & Resort. *Jurnal VCD* 2 (1), 10-20
- Rushar, N.A.P., dan Swasty, W. 2016. Local Identity Intervention in Signage Design: A Case of Sri Baduga Museum. *Humaniora* 7 (4), 493-504
- Situmorang, R.S., & Swasty, W. 2017. Signage and *Wayfinding* Design of DR. H. Kumpulan Pane Regional General Hospital in Tebing Tinggi North Sumatera. *Jurnal VCD* 1 (1), 52-69.
- Swasty, W., Utama, J. 2017. WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA WEBSITE. *Andharupa* 3 (01), 1-16.
- Wijayanti, N., Prabawa, B., dan Swasty, W. 2015. Towilfiets Website Design As Promotional Media. *eProceedings of Art & Design* 2 (1).
- Yuhefizar. 2008. *10 jam menguasai internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

PERANCANGAN *BOARD GAME* SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PANCASILA UNTUK KELAS 3 SD MENGUNAKAN MEKANIK *CO-OPERATIVE PLAY*

Kelvin Adriel Setiawan¹, T. Arie Setiawan Prasida², Jasson Prestiliano³

^{1,2,3}Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

692013012@student.uksw.edu¹, arie.setiawan.p@gmail.com², jasprelao@gmail.com³

Abstrak

Pancasila adalah ideologi masyarakat Indonesia. Pancasila digunakan sebagai pedoman untuk membangun karakter bangsa. Namun pada kenyataannya, nilai Pancasila di masyarakat terutama di kalangan anak-anak mulai memudar terlihat pada perilaku anak-anak yang seperti tidak memiliki moral. Salah satu penyebab pudarnya nilai-nilai Pancasila adalah pendidikan di Indonesia yang kurang menanamkan nilai Pancasila di dalam kelas dan metode pembelajaran yang membosankan sehingga membuat siswa kurang bersemangat ketika mempelajari Pendidikan Kewarganegaraan. Penelitian ini menghasilkan *board game* yang dirancang menggunakan metode perancangan studio *game* Kummara sebagai media pembelajaran inovatif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menarik minat belajar siswa dan menanamkan nilai karakter secara tidak langsung lewat aturan dalam permainan dan secara langsung lewat bimbingan yang diberikan saat permainan. Respon baik diberikan oleh murid-murid, dimana murid-murid merasa senang belajar Pancasila dengan *board game* ini dan adanya peningkatan nilai dari hasil tes yang diberikan kepada murid-murid.

Kata Kunci: pancasila, *board game*, pendidikan, sekolah dasar

Abstract

Pancasila is the ideology of the Indonesian people. Pancasila be used as a guideline to build national character. But in reality, the value of Pancasila in the community especially among children began to fade which children act as immoral. One of the causes of the fading values of Pancasila is an education in Indonesia was less imparts the value of Pancasila in the classroom and bores methods of learning, so it makes students less enthusiasm when studies the Citizenship Education. This research produced a board game designed by using the Kumara Studio game method design as innovative media learning. Moreover, this research purpose is also to attract the attention of students to study and implantation the value of a character indirectly through rules in gameplay and directly through guidance given by during playtimes. Responded well given by students and students feel joyful when learning Pancasila using board games. There is also an increase in the grade of students' test results.

Keywords: Board Game, Education, Elementary School, Pancasila

1. PENDAHULUAN

Pancasila adalah dasar negara Indonesia yang lahir lewat sidang Badan Penyelidik Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI) ketika Indonesia masih berada di bawah penjajahan Jepang. Arti Pancasila secara harafiah adalah lima dasar, dan isi rumusan dari Pancasila yang dikenal secara umum sebagai rumusan negara adalah Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia, Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan oleh permusyawaratan perwakilan, dan Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia (Setiawan, 2019). Pancasila memiliki peran sebagai dasar falsafah sekaligus ideologi negara Indonesia yang diharapkan dapat menjadi pandangan hidup bangsa Indonesia sebagai dasar pemersatu, lambang persatuan, dan kesatuan serta pertahanan Bangsa dan Negara Indonesia (Hakim, 2016).

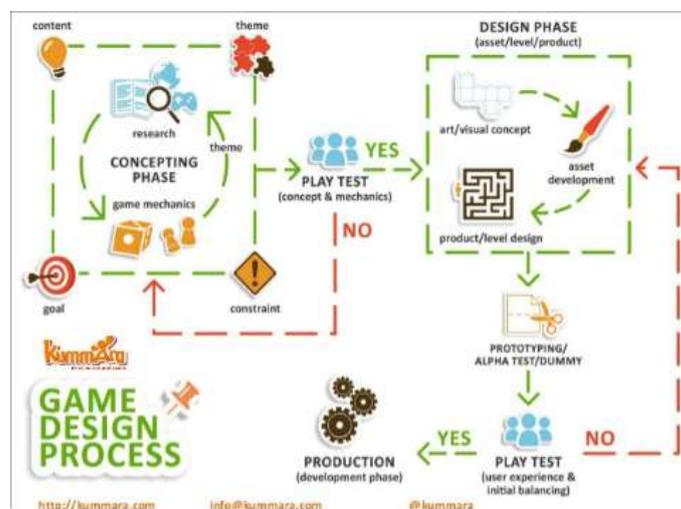
Di Indonesia mulai muncul masalah ekonomi, korupsi, kemiskinan, tawuran antar pelajar, politisi yang hanya mementingkan kepentingan pribadi saja, semua hal ini terjadi karena bangsa ini sudah tidak mengindahkan lagi nilai-nilai yang terkandung di dalam Pancasila (Samudra, 2015). Hal tersebut dinilai sebagai indikasi mulai lunturnya nilai-nilai Pancasila. Bukti lain lunturnya Pancasila juga dapat dilihat dari beberapa kasus kenakalan anak dan remaja bahkan anak sekolah dasar yang berperilaku seperti anak yang tidak memiliki moral. Salah satu kenakalan yang paling sering terjadi yaitu tawuran antar pelajar, contohnya puluhan anak sekolah dasar hendak melakukan tawuran di Semarang. Rasa persatuan di dalam diri anak-anak SD tersebut sudah tidak ada, murid dengan mudahnya melakukan tawuran hanya karena masalah sepele (Nirwana, 2016). Contoh lain juga terjadi baru-baru ini, dimana seorang murid melakukan aksi tidak terpuji dengan merokok saat guru sedang menerangkan pelajaran di depan kelas (Asikin, 2019).

Dewan Pembina Majelis Kebangsaan Pancasila jiwa Nusantara Pusat (Samudra, 2015) mengatakan bahwa salah satu penyebab masalah lunturnya nilai Pancasila adalah kurikulum pendidikan di Indonesia yang sudah kurang menanamkan nilai-nilai Pancasila, mata pelajaran seperti Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) sudah tidak menjadi pelajaran pokok di sekolah-sekolah. Selain kurangnya materi tentang nilai Pancasila yang ada di dalam pelajaran, dalam penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2014), pembelajaran PPKn yang ada di sekolah dasar kurang menerapkan model pembelajaran yang inovatif, metode pembelajaran yang masih *Teacher Centered* dan menyebabkan murid tidak aktif saat mengikuti pelajaran. Penelitian yang dilakukan Wijanarko (2014) mendapatkan proses pembelajaran yang digunakan di sekolah masih berupa model yang berfokus pada guru, guru kurang melibatkan siswa dalam diskusi, dan masih rendahnya keaktifan siswa dalam kelas ketika mengikuti pelajaran PPKn. Padahal dengan banyak melibatkan siswa dan membuat mereka aktif dalam mengikuti pelajaran dapat meningkatkan antusiasme dan hasil belajar siswa (Iskandar, 2017). Oleh karena itu penting untuk membuat siswa aktif dalam kegiatan belajar sebagai salah satu upaya untuk menangani masalah lunturnya nilai Pancasila dengan menanamkan nilai Pancasila melalui pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan atau Pendidikan Pancasila.

Perkembangan anak berlangsung sangat cepat dan hal-hal yang anak pelajari pada usia dini akan menjadi penentu bagi karakter anak ketika dewasa. Oleh karena itu sangat penting untuk memanfaatkan masa dini anak untuk mengajarkan nilai karakter yang baik (Prasetyo, 2011). Anak-anak juga dapat mempelajari sesuatu dengan baik jika anak-anak dalam kondisi senang, hal ini menjadikan *board game* sebagai pilihan yang tepat sebagai media pembelajaran (Rosenfeld, 2005). Hasil positif dari penggunaan *board game* sebagai media pembelajaran dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh Limantara dkk (2015) yang berjudul “Perancangan *Boardgame* Untuk Menumbuhkan Nilai-Nilai Moral Pada Remaja”. Lewat penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa penyampaian materi dalam bentuk permainan lebih tersampaikan dengan baik, karena siswa tidak merasa bosan jika dibandingkan dengan penyampaian materi lewat pelajaran di kelas yang terkadang membosankan bagi siswa. Begitu juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2018) yaitu melalui *board game*, aspek sosial pada anak juga dapat tersentuh dan mereka dapat belajar tentang sistem nilai dan moral yang berlaku dalam masyarakat. Mekanik permainan *co-operative* juga dinilai baik, dimana dapat mengajarkan anak-anak untuk saling berbagi, peduli dengan perasaan orang lain dan mengembangkan kemampuan interaksi sosial yang baik, dan manfaat itu berhubungan dengan nilai kemanusiaan dalam Pancasila, sekaligus mendukung proses pendidikan karakter yang membutuhkan lingkungan sosial yang baik (Romano, 2013).

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode perancangan *game* milik Kummara (Nugroho, 2013), salah satu *game developer* di Indonesia, dimana *board game* yang dibuat akan melewati tahapan yang berputar. Tahapan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan perancangan
[Sumber : slideshare.net/kumara/game-design-process-2013-kummara]

2.1 Rancangan Konsep

Pada tahap ini materi yang akan digunakan dalam permainan dikumpulkan dan dirangkai seperti tema tentang Pancasila. Konten berupa permainan, seperti dadu, kartu, papan permainan dan kebutuhan jenis konten disesuaikan dengan permainan yang akan dibuat. Cara memenangkan permainan serta rancangan peraturan dalam permainan juga dirancang sesuai dengan tema dan tujuan dari permainan.

Pengumpulan data dilakukan secara kualitatif melalui studi pustaka dan wawancara. Wawancara dilakukan bersama dengan wali kelas kelas tiga SD S.t Theresia Marsudirini 77 Salatiga, Ibu Lusya Maryani, S.Pd. SD untuk mendapatkan data tentang materi yang telah diajarkan pada murid dan metode pengajaran yang pernah digunakan di kelas, sekaligus tentang kompetensi dasar yang diharapkan dapat dicapai dari media pembelajaran yang dirancang. Studi pustaka dilakukan dengan mencari data melalui buku, artikel dan jurnal di internet untuk mendapatkan data tentang keadaan Pancasila di Indonesia, nilai yang terkandung di dalam Pancasila, dan pendidikan Pancasila di Indonesia khususnya di SD.

Lewat permainan ini, anak-anak diajak belajar mengenai pengamalan nilai Pancasila di lingkungan sekitar anak melalui kartu dengan cerita yang dimainkan. Anak-anak juga diajak belajar untuk bekerjasama bersama teman-teman dengan penggunaan pion yang digunakan bersama. Berbeda dengan permainan seperti ular tangga, dimana tiap pemain menggunakan 1 pion dan dadu untuk bergerak, permainan ini hanya menggunakan 1 pion untuk 4 pemain dan kartu berwarna untuk bergerak di peta yang memiliki petak-petak warna. Tiap pemain akan menggunakan kartu warna dan pion akan bergerak sesuai dengan kartu yang digunakan. Karena hanya menggunakan 1 pion untuk digunakan bersama, pemain diajak aktif bernegosiasi dengan pemain lainnya untuk menentukan arah jalan pion sesuai dengan kartu berwarna yang pemain miliki. Kecakapan pemain tentang Pancasila dan kerja sama dapat dinilai dari jumlah poin yang bisa pemain kumpulkan dengan menebak sila Pancasila yang sesuai dengan cerita yang ada selama permainan.

Dari permainan ini diharapkan siswa juga dapat menyerap nilai-nilai pembangunan karakter bangsa (Depdiknas, 2003) yang diajarkan secara tidak langsung lewat permainan. Nilai-nilai yang diajarkan adalah nilai taqwa dan jujur, dimana siswa diajak untuk bermain secara jujur dan tidak berbohong mengenai hasil akhir permainan. Nilai berikutnya adalah disiplin, siswa diharapkan dapat patuh terhadap semua aturan yang berlaku di dalam permainan. Demokratis dan adil adalah nilai selanjutnya yang diajarkan kepada siswa, siswa diajarkan untuk mendengarkan pendapat orang lain ketika bernegosiasi dan memperlakukan setiap pemain dalam kelompoknya secara adil tanpa membedakan. Terakhir nilai tanggung jawab dan gotong royong, siswa dilatih untuk menyelesaikan permainan yang sudah dimulai hingga tuntas secara bersama-sama dengan kelompok bermainnya.

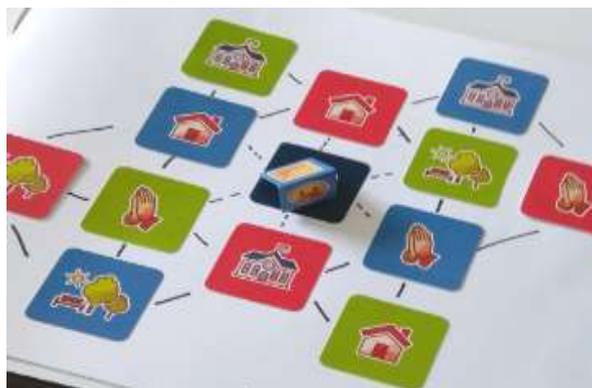
2.2 Playtest 1

Setelah konsep awal selesai, dilakukan uji coba untuk dinilai apakah konten dapat tersampaikan dengan baik dengan mekanik permainan yang digunakan, apakah tema dan tujuan permainan cocok dengan mekanik permainan yang dipakai, dan apakah permainan terlalu rumit atau mudah untuk target yang diinginkan. Uji coba dilakukan dengan cara membuat purwarupa sederhana konten-konten permainan yang dirancang. Purwarupa yang dibuat tidak perlu sesempurna hasil akhir, karena tujuannya hanya untuk uji coba *gameplay*. Setelah purwarupa selesai dibuat, purwarupa di uji coba di komunitas *tabletop*. Jika sudah sesuai maka dilanjutkan ke tahap desain, jika belum konsep permainan diperbaiki kembali sesuai dengan saran yang diberikan. Purwarupa awal dapat dilihat di Gambar 2.



Gambar 2. Purwarupa awal permainan
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

Pada purwarupa awal, pion dimainkan di atas papan-papan heksagonal yang dapat diacak agar permainan tidak membosankan. Karena papan-papan diatur secara acak, setiap permainan akan memiliki posisi papan yang berbeda dengan permainan sebelumnya. Namun setelah melakukan uji coba, papan-papan permainan diganti dengan peta yang memiliki petak tetap, hal ini dilakukan karena sangat sulit untuk menjaga papan-papan heksagonal tetap rapi terutama jika dimainkan oleh anak-anak. Peta purwarupa yang baru dapat dilihat di Gambar 3.



Gambar 3. Peta purwarupa baru dengan petak tetap
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

2.3 Pembuatan Asset

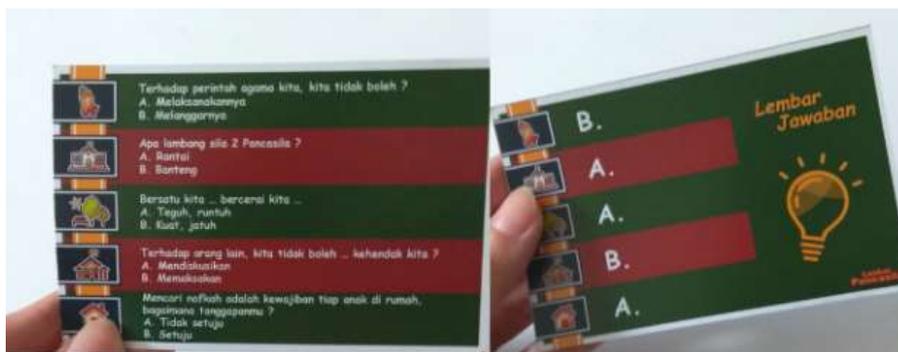
Pada tahap ini *asset* yang akan dipakai dalam *board game* dibuat, *asset* dapat berupa bentuk kartu atau papan, dan ilustrasi yang akan dipakai di dalam permainan. Pembuatan *asset* menggunakan *software* grafis yang ada di komputer. Gambar dan warna yang digunakan menggunakan style gambar kartun dan warna yang cerah untuk menarik perhatian murid-murid dengan memperhatikan ukuran teks dan warna teks yang sesuai agar dapat terbaca dengan baik.

2.4 Prototyping

Setelah desain selesai, purwarupa dari permainan dicetak. Kertas yang dipakai menggunakan *Art Paper* karena kertas tebal dan tidak mudah rusak, pion-pion dibuat dengan menggunakan *Art Paper* dan *Yellow Board* untuk memberikan ketebalan tambahan seperti koin. Setelah semua komponen dicetak, dilakukan tes kembali di tahapan selanjutnya.

2.5 Playtest 2

Pada tahap ini, purwarupa permainan dinilai untuk melihat kenyamanan pemain ketika bermain. Hal yang dinilai seperti, apakah tulisan dapat dibaca dengan baik, apakah warna yang digunakan tidak melelahkan mata pemain, apakah ukuran kartu atau benda lain di dalam permainan seperti *token* nyaman saat permainan berlangsung. Jika sudah sesuai, dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Jika belum desain diperbaiki kembali. Pada ujicoba yang kedua, materi Pancasila berupa soal yang dicetak pada kartu dengan jawaban di belakangnya. Contoh kartu dapat dilihat di Gambar 4.



Gambar 4. Contoh kartu soal dan jawaban di belakangnya

[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

Menurut guru wali kelas 3 SD St. Theresia Marsudirini 77 Salatiga, murid-murid masih perlu melihat contoh nyata untuk dapat memahami sesuatu. Meletakkan jawaban di belakang kartu juga dinilai tidak efektif karena anak-anak dapat bermain dengan curang. Dari pertimbangan tersebut kartu soal diganti menjadi Kartu Masalah dengan cerita dan nilai Pancasila yang berkaitan dengan masalah. Masalah diletakkan di dalam kartu bukan di balik kartu. Kartu di desain seperti buku dengan kunci kait, sehingga tidak mudah untuk dilihat jika kait tidak dibuka. Desain Kartu Masalah baru dapat dilihat di Gambar 5.



Gambar 5. Kartu masalah baru dengan kait berwarna kuning
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

2.6 Produksi

Setelah semua tahap terlewati, *game* siap untuk diproduksi. *Game* yang telah di cetak dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. *Game* yang sudah dicetak dengan komponen-komponennya
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

2.7 Pengujian

Dilakukan dua kali pengujian, yaitu pengujian buku panduan dan pengujian permainan. Pengujian buku panduan dilakukan kepada empat murid SD kelas 3 yang sama sekali belum pernah melihat dan memainkan permainan. Pada saat pengujian, murid-murid tidak diberitahu bagaimana cara memainkan permainan, murid-murid diminta untuk mempelajari sendiri cara memainkan permainan lewat buku panduan yang tersedia, lalu dinilai apakah murid-murid dapat bermain dengan benar.

Hasil pengujian buku panduan yang didapat diketahui bahwa total waktu yang dibutuhkan untuk membaca buku panduan 8 menit 36 detik, untuk melakukan *set-up* permainan 9 menit 40 detik, dan untuk bermain hingga selesai 26 menit 39 detik, sehingga total waktu untuk bermain sekitar 44 menit 55 detik. Adanya ketertarikan dengan permainan dilihat dari antusias murid-murid melihat kotak permainan dan membaca keterangan yang berada di bagian belakang kotak. Namun saat membaca buku panduan, tidak ada diskusi yang terjadi karena hanya 1 murid yang membaca,

selebihnya murid-murid malas membaca buku panduan tersebut. Saat melakukan *set-up* permainan, para murid dibantu dengan gambar yang ada di dalam buku panduan sehingga dapat melakukan *set-up* dengan benar. Permainan juga berjalan dengan benar, namun pada bagian akhir permainan, para murid mulai bermain dengan curang, seperti membuka Kartu Masalah untuk melihat jawaban sila Pancasila, dan bermain tidak sesuai dengan urutan pemain untuk memudahkan ketika menjalankan pion pemain yang digunakan secara bersama-sama.



Gambar 7. Pengujian buku panduan
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

Kesimpulan dari pengujian buku panduan adalah buku panduan sudah baik dan dapat membantu berjalannya permainan. Ada beberapa kata yang menurut murid-murid sulit dipahami yaitu fase dan pion, diganti menjadi kata tahap untuk fase dan bidak untuk pion.



Gambar 8. Sesi bermain di dalam kelas kelas 3
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

Pengujian permainan dilakukan bersama dengan 35 murid di kelas 3 SD St. Theresia Marsudirini 77 Salatiga. Pada hari Senin 12 Juni 2017, murid-murid diberi tes dan kuesioner untuk mendapatkan nilai tiap anak tentang pengetahuan Pancasila. Lalu murid-murid diajak bermain pada hari Kamis tanggal 15 Juni 2017. Ketika bermain, murid-murid diberitahu cara dan aturan bermain, setelah itu murid-murid dibiarkan

bermain sendiri hingga permainan selesai, bantuan diberikan jika murid-murid kesulitan saat bermain. Setelah selesai bermain, murid-murid kembali diberi tes dan kuesioner yang sama untuk menilai perkembangan murid-murid dan pendapat murid-murid tentang permainan yang baru saja murid-murid mainkan. Gambar 8 di atas adalah gambar ketika murid-murid sedang bermain.

2.8 Penulisan Laporan

Penulisan laporan dimulai dari awal penelitian hingga hasil pengujian untuk melihat apakah tujuan dan manfaat penelitian ini tercapai dan hasilnya berguna untuk subjek penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data dari tes dan kuesioner telah diisi secara lengkap dan baik oleh 35 murid kelas 3 SD St. Theresia Marsudirini 77 Salatiga dengan 21 murid laki-laki, 14 perempuan, nilai tiap murid dihitung dan dikelompokkan ke dalam dua jenis nilai yaitu nilai tes dan pendapat para murid tentang *game* Laskar Pancasila yang murid mainkan.

Nilai tes, untuk menghitung nilai tes tiap murid digunakan rumus menghitung nilai rata-rata (Purwanto, 2009).

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Jawaban benar}}{\text{Total soal}} \times 100$$

Kriteria penilaian yang digunakan dapat dilihat di Tabel 1 (Kemendikbud, 2013).

Tabel 1. Kriteria nilai tes
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

Nilai	Predikat
91.75 < N ≤ 100	A
83.25 < N ≤ 91.75	A-
75.00 < N ≤ 83.25	B+
66.75 < N ≤ 75.00	B
58.25 < N ≤ 66.75	B-
50.00 < N ≤ 58.25	C+
41.75 < N ≤ 50.00	C
33.25 < N ≤ 41.75	C-
25.00 < N ≤ 33.25	D+
00.00 < N ≤ 25.00	D

Hasil analisis dari perhitungan nilai dari tes yang dikerjakan oleh murid-murid sebelum dan setelah bermain dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Tes murid-murid sebelum dan setelah bermain
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

No.	Nilai		Predikat		Keterangan
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	
1	77.7	77.7	B+	B+	Tetap
2	77.7	88.8	B+	A-	Naik
3	72.2	83.3	B	A-	Naik
4	77.7	94.4	B+	A	Naik
5	77.7	88.8	B+	A-	Naik
6	83.3	83.3	A-	A-	Tetap
7	61.1	83.3	B-	A-	Naik
8	61.1	77.7	B-	B+	Naik
9	61.1	83.3	B-	A-	Naik
10	66.6	77.7	B-	B+	Naik
11	61.1	72.2	B-	B	Naik
12	61.1	72.2	B-	B	Naik
13	61.1	94.4	B-	A	Naik
14	61.1	88.8	B-	A-	Naik
15	61.1	88.8	B-	A-	Naik
16	61.1	55.5	B-	C+	Turun
17	66.6	94.4	B-	A	Naik
18	66.6	83.3	B-	A-	Naik
19	72.2	72.2	B	B	Tetap
20	72.2	88.8	B	A-	Naik
21	66.6	61.1	B-	B-	Turun
22	61.1	44.4	B-	C	Turun
23	55.5	66.6	C+	B-	Naik
24	55.5	66.6	C+	B-	Naik
25	55.5	50	C+	C+	Turun
26	50	77.7	C+	B+	Naik
27	50	72.2	C+	B	Naik
28	55.5	44.4	C+	C	Turun
29	55.5	77.7	C+	B+	Naik
30	50	88.8	C+	A-	Naik
31	44.4	72.2	C	B	Naik
32	38.8	55.5	C-	C+	Naik
33	38.8	44.4	C-	C	Naik
34	66.6	77.7	B-	B+	Naik
35	61.1	83.3	B-	A-	Naik

Pada tabel 2 dapat dilihat adanya kenaikan hasil tes dari murid-murid setelah bermain sebesar 21.53%, dari nilai rata-rata kelas sebesar 61.8 menjadi 75.1. Jumlah murid yang mendapatkan peningkatan nilai sebanyak 27 murid, sedangkan yang nilainya tetap ada 3 murid, dan sebanyak 5 murid mengalami penurunan nilai setelah bermain. Melihat tabel ini, dapat disimpulkan bahwa *board game* dapat membantu para murid untuk meningkatkan kemampuan belajar murid, walaupun ada beberapa individu yang tidak

atau bahkan mengalami penurunan. Menurut guru wali murid-murid, ibu Lusia Maryani, hal ini disebabkan karena kemampuan tiap anak yang berbeda dalam mempelajari sesuatu, ada yang senang belajar dengan gambar, dengan membaca, atau bermain, sehingga menyebabkan kemungkinan suatu media pembelajaran memberikan hasil yang berbeda pada tiap murid.

Selain perkembangan nilai, guru juga dapat memantau nilai karakter murid selama permainan berlangsung, apakah kelompok murid mau bermain bersama dengan teman-teman secara baik ataupun tidak. Guru dan pembimbing dapat menggunakan daftar nilai-nilai pembangun karakter bangsa milik Depdiknas untuk melihat apakah murid sudah memiliki karakter yang baik atau belum. Proses pembimbingan selama bermain juga efektif karena murid juga dapat melihat dan merasakan secara langsung contoh pengamalan nilai karakter yang baik.

Pada kegiatan bermain ini, dapat dilihat sebagian besar murid sudah dapat bermain bersama dengan baik, para murid saling mendengarkan pendapat anggota kelompok, bahkan ada yang berusaha memimpin dengan baik ketika diskusi saat diskusi mulai tidak terarah. Ada juga kelompok bermain yang malah didominasi oleh 1 murid dan murid lainnya tidak dapat mengutarakan pendapat. Pada saat inilah peran guru dan pembimbing dibutuhkan untuk memperbaiki karakter dominasi pada murid tersebut, dan mencoba untuk membimbing murid tersebut supaya mau bersikap demokratis, begitu juga dengan anggota lainnya agar berani menyampaikan pendapat.

Untuk mendapatkan hasil dari kuesioner pendapat murid tentang *Game* Laskar Pancasila, digunakan kuesioner skala Likert 5 poin dengan pernyataan positif (Riduwan, 2015). Untuk penilaian skor tiap pernyataan dalam kuesioner digunakan rumus :

$$\text{Nilai Pernyataan} = \frac{\text{Jumlah nilai dari responden}}{\text{Nilai likert tertinggi} \times \text{responden}} \times 100\%$$

Jarak interval kriteria penilaian yang digunakan memiliki 5 skala nilai, jarak interval untuk kriteria penilaian adalah 20 %, dengan urutan seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Kriteria pendapat murid
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

Indeks Persentase	Kriteria
81% - 100%	Sangat baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Kurang
0% - 20%	Sangat kurang

Untuk hasil analisis dari pendapat murid tentang *Game* Laskar Pancasila dapat dilihat pada Tabel 4, dengan keterangan pernyataan, STS : Sangat Tidak Setuju; TS : Tidak Setuju; N : Netral; S : Setuju; SS : Sangat Setuju.

Tabel 4. Hasil kuesioner pendapat murid tentang *Game* Laskar Pancasila
[Sumber : Dokumentasi Kelvin dkk, 2019]

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Nilai
1	<i>Game</i> Laskar Pancasila menarik	0	0	0	8	27	95.4 %
2	<i>Game</i> mudah dimainkan	1	4	2	10	18	82.8 %
3	Materi di dalam <i>game</i> berguna	0	1	1	6	27	93.7 %
4	Saya mendapat pengetahuan baru tentang Pancasila setelah bermain	0	0	0	9	26	94.8 %
5	Mudah bermain secara <i>co-operative</i>	0	0	2	16	17	88.5 %
6	Saya dapat berdiskusi dengan baik selama bermain	1	1	3	6	24	89.1 %
7	Gambar dalam <i>game</i> menarik	0	0	2	9	24	92.5 %
8	Warna dalam <i>game</i> nyaman dilihat	0	0	3	9	23	91.4 %
9	Tulisan dalam <i>game</i> dapat dibaca dengan jelas	1	0	1	11	22	90.2 %
10	Buku peraturan mambantu permainan	0	1	1	15	18	88.5 %
11	Saya tertarik untuk bermain lagi	0	1	1	5	28	94.2 %

Dari Tabel 4, dapat dilihat bahwa dari 32 murid berpendapat bahwa *game* Laskar Pancasila sangat baik, 3 murid yang berpendapat baik, dan ada 1 murid yang menyatakan tidak tertarik untuk memainkan *game* ini lagi. Hal tersebut mungkin disebabkan karena *game* masih dinilai sulit untuk murid-murid, dilihat dari 1 murid yang berpendapat *game* sangat sulit dimainkan, dan 4 murid yang berpendapat *game* sulit dimainkan. Namun secara keseluruhan, murid-murid berpendapat *boardgame* ini memiliki nilai sangat baik.

4. KESIMPULAN

Pancasila sebagai ideologi dan dasar negara Indonesia memiliki peranan yang sangat penting sebagai pedoman dalam kehidupan bernegara, namun nilainya yang mulai luntur di masyarakat terutama di kalangan anak muda, menyebabkan munculnya banyak masalah moral seperti, tawuran antar pelajar, dan tidak menghormati guru. Pendidikan Pancasila yang dinilai kurang inovatif menjadi salah satu penyebab murid kurang bersemangat mengikuti pelajaran kewarganegaraan di sekolah. Hal tersebut menyebabkan prestasi yang tidak maksimal dan nilai moral Pancasila yang tidak tersampaikan dengan baik kepada murid. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membuat media pembelajaran yang menyenangkan bagi murid.

Melalui *boardgame*, materi Pancasila dapat diajarkan kepada murid dengan cara yang menyenangkan, murid juga dapat diajarkan tentang toleransi dan kebersamaan lewat permainan *co-operative*. Hasilnya dapat dilihat dari perkembangan nilai setelah belajar

menggunakan *boardgame*. Selama permainan guru juga mempunyai kesempatan untuk menilai, menguatkan dan memperbaiki nilai-nilai karakter setiap anak dengan tujuan untuk mengembangkan karakter Pancasila pada diri mereka. *Boardgame* juga diterima dengan baik oleh murid-murid melihat kuesioner pendapat murid tentang *boardgame*. Walau sudah dinilai positif oleh murid-murid, pengembangan masih dapat dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah permainan karena masih ada beberapa murid yang kesulitan dan menambah materi Pancasila di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asikin, M. N. 2019. *Viral! Guru Sibuk Mengajar, Pelajar Asyik Merokok*, Retrieved from Jawapos: <https://www.jawapos.com/jpg-today/24/01/2019/viral-guru-sibuk-mengajar-pelajar-asyik-merokok/>
- Depdiknas. 2003. *Mata Pelajaran Kewarganegaraan*, Jakarta : Depdiknas Dirjen Pendidikan Dasar dan Mengengah Direktorat Pendidikan Mengengah Umum.
- Hakim, A. M. 2016. *Pengertian, Fungsi, dan Tujuan Pancasila*, Retrieved from Yuksinau: <http://www.yuksinau.com/2016/02/pengertian-fungsi-dan-tujuan-pancasila.html>
- Iskandar, Rossi. 2017. *Meningkatkan Hasil Belajar Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Melalui Metode Role Playing di Kelas IV Sekolah Dasar*, Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 1 (2), 8, 2017, pp.135-144.
- Kemendikbud. 2013. *Panduan Teknis Penilaian Di Sekolah Dasar*, Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar Direktorat Pembinaan Sekolah Dasar.
- Limantara, D. 2015. *Perancangan Board Game Untuk Menumbuhkan Nilai-Nilai Moral Pada Remaja*, Jurnal DKV Adiwarna, 1 (6), 2015.
- Nirwana, R. 2016. *Lunturnya Pancasila Siswa SD di Semarang Ajak Tawuran Pakai Benda Tajam*, Retrieved from Kompasiana: http://www.kompasiana.com/rachellenirwana/lunturnya-pancasila-siswa-sd-di-semarang-ajak-tawuran-pakai-benda-tajam_583862165eafbd7108e87fa1
- Nugroho, E. 2013. *Game Design Process*, Retrieved from SlideShare: <https://www.slideshare.net/kummara/game-design-process-2013-kummara>
- Prasetyo, Nana. 2011. *Membangun Karakter Anak Usia Dini*, Jakarta: Direktorat Pembinaan Pendidikan Anak Usia Dini.
- Purwanti, Retno. 2018. *Build Sosical Interaction and Local Value in Children through Board Game Interface Design*, IDEALOGY, 3 (3), 12, 2018, pp.102-113.
- Purwanto, M. N. 2009. *Prinsip-prinsip & Teknik Evaluasi Pengajaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2015. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung: ALFABETA.
- Romano, L. 2013. *Awesome Cooperative Classroom Games*, Retrieved from Teachhub: <http://www.teachhub.com/6-awesome-cooperative-classroom-games>
- Rosenfeld, A. 2005. *The Benefits of Board Games*, Retrieved from scholastic: <http://www.scholastic.com/parents/resources/article/creativity-play/benefits-board-games>.

- Rosenfeld, N. 2015. *Nilai-Nilai Pancasila Sudah Mulai Luntur*, Retrieved from patriot garuda: <http://patriotgaruda.com/2015/09/01/nilai-nilai-pancasila-sudah-mulai-luntur/>
- Setiawan, D. 2014. *Pendidikan Kewarganegaraan Berbasis Karakter melalui Penerapan Pendekatan Pembelajaran Aktif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan*. Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial, 6 (2), 1, 2015, pp.61-72.
- Setiawan, P. 2019. *Sejarah Perumusan Pancasila Berdasarkan UUD 1945 Terlengkap*, Retrieved from Guru Pendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/sejarah-pancasila/>
- Wijanarko, P. D. 2014. *Numbered Head Together Berbantuan Media Visual Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran PKn*, Joyful Learning Journal, 4 (3), 9, 2015, pp.24-30.

REVITALISASI DESAIN ILUMINASI PADA NASKAH JAWA KUNO DI MUSEUM RADYA PUSTAKA SURAKARTA

Annas Marzuki Sulaiman¹, Henry Bastian²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro
anazdesign@gmail.com¹, henry@dsn.dinus.ac.id²

Abstrak

Salah satu bentuk seni yang paling menarik dari budaya visual klasik nusantara adalah seni dekorasi dalam bentuk desain iluminasi yang dapat ditemukan dalam naskah kuno yang tersebar di nusantara. Di Jawa Tengah, desain iluminasi dapat ditemui dalam koleksi naskah kuno Jawa yang disimpan di perpustakaan istana Mangkunegaran dan perpustakaan museum Radya Pustaka Surakarta. Namun keindahan dan keunikan desain iluminasi yang ada dalam naskah Jawa kuno tersebut hanya tersimpan di perpustakaan dan museum, sehingga belum bisa digunakan selain sebagai obyek penelitian dan kepentingan pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menginventarisir dan mengidentifikasi desain iluminasi naskah Jawa kuno sebagai bentuk visual. 2) Merevitalisasi desain iluminasi yang berada dalam naskah kuno Jawa ke dalam bentuk vektor digital sehingga dapat digunakan lebih mudah dan lebih luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan masalah melalui pengumpulan data dari berbagai sumber yang telah ditentukan.

Kata kunci: Iluminasi, Museum, Naskah Jawa Kuno, Ornamen, Revitalisasi

Abstract

One form of art that most interesting from the classic visual culture of the archipelago is the art of decorating in the form of illumination design that can be found in ancient manuscripts spread throughout the archipelago. In Central Java, the illumination design can be found in the collection of ancient Javanese manuscripts that are stored in the library of Mangkunegaran palace and the library of the Radya Pustaka Surakarta museum. However the beauty and uniqueness of the illumination designs that exist on the ancient Javanese manuscripts are only stored in the library and museum, so it can not be used In addition to providing a research object and educational purpose. These study aims are 1) To Inventory and identify the design illumination of the ancient Javanese manuscript as a visual form. 2) Revitalize the illumination designs that are stored in the ancient Javanese manuscript into a digital vector form so that it can be used easier and broader. This study used qualitative methods that explain the problem through the collection of data from various sources appointed.

Keywords: Illumination, Museum, Javanese Old Manuscript, Ornament, Revitalization

1. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal memiliki kekayaan ragam budaya yang melimpah, hal tersebut dapat dilihat dari berbagai ragam tradisi, seni, dan budaya lokal yang tersebar di setiap pelosok negeri. Berbagai bentuk seni budaya tersebut berkembang dengan sangat pesat terutama pada masa kejayaan kerajaan Nusantara sebagai bentuk kekayaan intelektual bangsa. Salah satu bentuk seni tradisi Nusantara diantaranya adalah seni rupa tradisi, yang memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri bila dibandingkan dengan negara lain. Bentuk seni rupa tradisi sangat berbeda apabila dibandingkan dengan seni rupa modern. Karya seni rupa tradisi, tidak ada yang benar-benar naturalistik atau abstrak, namun berbentuk dekoratif dan ragam hias. Rupa bentuk dekoratif pada umumnya dibuat melalui pengubahan bentuk yang tergayakan (stilisasi) dan bernilai hias. Sehingga berbagai bentuk seni ragam hias Nusantara tumbuh dengan pesat, bahkan sebagian masih dilestarikan dan dikembangkan hingga saat ini (Tabrani, 1999). Namun berbagai seni ragam hias atau ornamen Nusantara yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia tersebut tidak semuanya dapat berkembang dengan baik, ada yang bisa hidup dan berkembang hingga saat ini, namun ada pula sebagian yang telah hilang atau ditinggalkan karena tidak ada generasi penerus yang melestarikannya.

Salah satu bentuk ragam hias yang sangat menarik namun belum banyak diketahui keberadaan dan perwujudannya oleh masyarakat luas adalah seni atau desain iluminasi. Seni atau desain Iluminasi ini sangat jarang diketahui keberadaannya oleh masyarakat umum karena memang tidak bisa di jumpai di sembarang tempat atau di tempat keramaian umum. Karena keberadaan seni iluminasi ini terdapat pada naskah-naskah kuno yang tersimpan di museum atau perpustakaan khusus yang menyimpan naskah-naskah kuno, atau koleksi dari beberapa individu tertentu. Selain itu tidak semua naskah kuno yang berada di Indonesia terdapat iluminasi di dalamnya, sehingga hanya dijumpai dalam naskah-naskah kuno tertentu saja. Di Indonesia, naskah kuno yang mengandung iluminasi terutama yang berasal dari Jawa, Kalimantan, maupun dari Sumatera. Di Jawa naskah-naskah yang mengandung desain iluminasi tersebar di Cirebon Jawa barat, Jogjakarta dan Surakarta Jawa Tengah. Adanya naskah yang bergambar tersebut telah membuktikan bahwa nenek moyang bangsa Indonesia telah memiliki tradisi visualisasi yang sangat unik dan mempesona (Damayanti, Nuning, Suadi, dan Haryadi, 2007).

Di Jawa Tengah, keberadaan naskah kuno yang ada didominasi oleh naskah berbahasa Jawa sehingga dinamakan naskah Jawa Kuno, meliputi sastra yang ditulis dalam bahasa Jawa Kuno. Ditulis pada periode abad ke-9 sampai dengan abad ke-14 Masehi, dimulai dari Prasasti Sukabumi yang menggunakan bahasa Sunda Kuno, berakhir bersamaan dengan runtuhnya kerajaan Majapahit sekitar abad ke-15 (Kasim, 2012:166). Diantara ribuan naskah kuno Jawa yang ada di Jawa Tengah, juga terdapat beberapa naskah kuno beriluminasi, yang digunakan untuk menghias dan memperindah tampilan pada halaman naskah Jawa kuno. Iluminasi merupakan salah satu istilah teknis dalam ilmu pernaskahan, yang mengacu pada gambar-gambar penghias naskah. Biasanya, iluminasi tampil pada halaman depan naskah. Pada naskah kuno, iluminasi atau gambar dibuat untuk menghias naskah agar memiliki daya tarik. Dahulu, iluminasi digunakan dalam

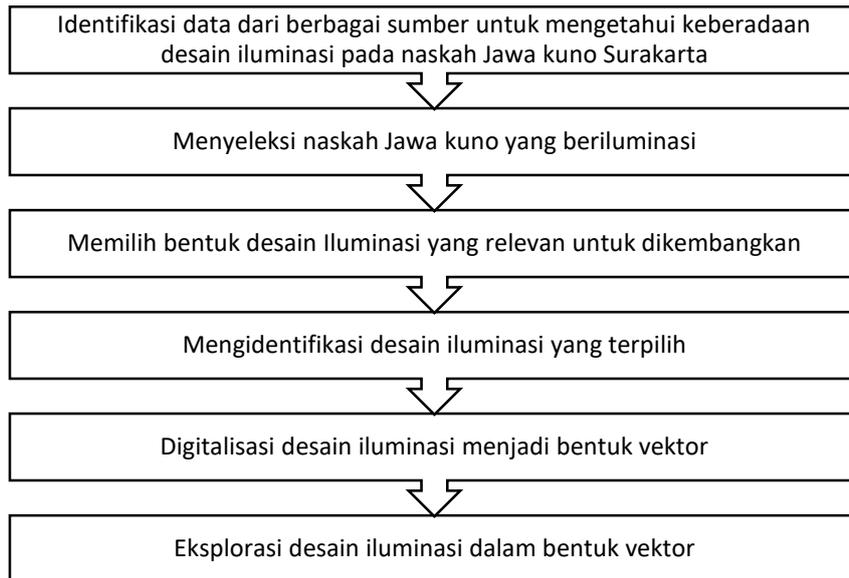
bentuk penyepuhan emas pada beberapa halaman naskah kuno Nusantara. Emas tersebut ditempa menjadi lempengan yang sangat tipis (Widiarini, 2019).

Naskah Jawa kuno beriluminasi yang ada di Jawa Tengah terutama berada di Surakarta, tersimpan di dalam beberapa museum dan perpustakaan diantaranya di perpustakaan Reksa Pustaka Pura Mangkunegaran, perpustakaan Sana Pustaka Karaton Surakarta, dan museum Radya Pustaka Surakarta. Dengan fungsinya sebagai hiasan naskah, berbagai bentuk desain iluminasi dibuat dengan tangan terampil seorang seniman, dengan gaya desain yang memiliki kekhasan, keunikan dan nilai-nilai tradisi menjadi karakteristik dari naskah kuno yang ada di Surakarta. Namun sampai saat ini keindahan desain iluminasi yang ada di dalam naskah-naskah Jawa kuno belum bisa saksikan oleh masyarakat umum secara luas dan juga belum bisa dimanfaatkan secara maksimal terutama dalam bidang seni dan desain. Hal inilah yang mendorong penelitian untuk merevitalisasi desain iluminasi pada naskah Jawa Kuno Surakarta

Hingga saat ini belum banyak penelitian pada bidang seni rupa yang mengambil obyek penelitian mengenai desain iluminasi pada naskah kuno sebagai bagian dari seni ragam hias serta ornamen yang sangat indah dan menarik. Sangat disayangkan ketika karya seni budaya nusantara tersebut rusak atau hilang karena berbagai hal sebelum anak cucu mengetahui keberadaannya. Oleh karena itu pendokumentasian, inventarisasi, pengkajian, penyebar luasan ornament nusantara perlu dilakukan sebelum semuanya punah. (Sunaryo, 2011:3)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang akan menjelaskan permasalahan melalui pengambilan sudut pandang tertentu dengan tujuan untuk mendiskripsikan, menggambarkan, menguraikan, atau memaparkan sebaik mungkin fenomena yang diteliti atau dipelajari (Ahimsa, 2000:21). Metode kualitatif merupakan proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pendekatan akan menghasilkan suatu gambaran permasalahan dengan meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan atau narasumber, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998: 15). Penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif permasalahan yang diangkat. Sehingga dapat dilihat secara garis besar bagan penelitian secara utuh dalam pentahapannya dalam bagan di bawah ini:



Bagan 1. Alur tahapan penelitian
[Sumber: Dokumentasi Annas]

3. PEMBAHASAN

3.1 Keberadaan Naskah Jawa Kuno di Surakarta

Abad ke-18 M dan 19 M dianggap sebagai periode kebangkitan sastra Jawa atau 'Renaissance Sastra Jawa' setelah berabad-abad terperosok dalam perebutan kekuasaan yang melelahkan. Berbagai genre bermunculan selama kebangkitan sastra Jawa dalam kurun waktu kurang lebih dua abad tersebut, antara lain sastra babad, sastra kidung, sastra Panji, sastra primbon, sastra suluk, sastra keislaman, sastra wayang, dan sastra wulang. Kebangkitan kesustraan Jawa tersebut khususnya pada saat berlangsungnya pemerintahan raja-raja di Kasunanan Surakarta dan raja-raja di Jawa abad ke-18 M dan ke-19 M pada umumnya. (Setiawan, 2014).

Di Surakarta, terdapat ribuan koleksi naskah Jawa kuno yang tersebar di beberapa tempat terutama di perpustakaan Masjid Agung Surakarta, perpustakaan Reksa Pustaka Pura Mangkunegaran, perpustakaan Sana Pustaka Karaton Surakarta, dan museum Radya Pustaka Surakarta. Selain di tempat-tempat tersebut disinyalir masih banyak juga naskah-naskah kuno yang dibawa oleh masyarakat perorangan dan juga banyak yang masih berada di luar negeri seperti di Inggris dan Belanda. Keempat perpustakaan tersebut memiliki koleksi naskah yang sangat kaya, dilihat dari aspek kualitas koleksi naskah tersebut isinya sangat beragam meliputi berbagai bidang ilmu pengetahuan.

3.2. Keberadaan Iluminasi pada Naskah Jawa Kuno Radya Pustaka Surakarta

Museum Radya Pustaka Surakarta terletak di Jalan Slamet Riyadi, masih satu kompleks dengan kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta dan Taman Sriwedari. Museum Radya Pustaka didirikan oleh Kanjeng Raden Adipati Sosrodiningrat IV pada 18 Oktober 1890. Museum ini pun memiliki nama lain yaitu Loji Kadipolo. Secara etimologi, "Radya" berarti pemerintah, sementara "Pustaka" berarti surat. Tempat ini dulunya

merupakan tempat penyimpanan surat-surat kerajaan. Seiring berjalannya waktu, yang disimpan di dalam tempat ini tidak hanya surat, tapi juga berbagai benda penting yang berhubungan dengan kerajaan. Dan semakin lama, seiring semakin bertambahnya koleksi yang dimiliki, tempat ini pun menjadi museum (Fitriani, 2016)

Museum Radya Pustaka Surakarta memiliki perpustakaan yang menyimpan buku-buku kuno yang sebagian besar berbahasa Belanda dan Jawa namun ada juga yang berbahasa Indonesia walaupun jumlahnya sedikit. Buku-buku koleksi museum ini kondisinya masih bagus karena tertata dengan rapi dan cukup terawat, dimana semua koleksi yang ada di perpustakaan ini hanya boleh dibaca di dalam ruang perpustakaan, dan naskahnya tidak boleh disalin tanpa izin tertulis dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta. Menurut Anna (30 th) terdapat sekitar 377 naskah kuno Jawa, dari naskah koleksi tersebut hanya ada satu buku yang memuat tiga desain iluminasi yang bagus dengan warna penuh dan kondisinya masih baik. Ketiga gambar iluminasi tersebut berada di perpustakaan museum Radya Pustaka Surakarta, semuanya dalam naskah kakawin Ramayana yang ditulis oleh Empu Yogiswara (sejarah: Kakawin Ramayana disusun pada abad 9 masehi pada masa pemerintahan Ratu Dyah Balitung 820-832 Caka). Naskah ini merupakan hasil tulis ulang yang ditulis di Surakarta tahun 1783, dengan juru tulis Sadarapate dan jumlah halaman 587. Gambar iluminasi tersebut dihiasi dengan tinta berwarna penuh dibubuhi oleh warna emas yang indah, seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Iluminasi pada buku Museum Radya Pustaka
[Sumber: Dokumentasi koleksi Radya Pustaka]

3.3 Identifikasi Desain Iluminasi dalam Naskah Kakawin Ramayana

Manuskrip dengan iluminasi adalah manuskrip dimana teks dilengkapi dengan hiasan berupa (1) inisial, yaitu huruf awal pada awal paragraf; (2) batas (marginalia) yaitu Tanda yang dibuat di pinggir buku; dan (3) ilustrasi adegan yang dinamakan miniatur. Dalam definisi yang paling ketat, istilah tersebut hanya mengacu pada manuskrip yang dihias dengan emas atau perak; Namun, dalam penggunaan umum istilah ini mengacu pada manuskrip yang dihias atau diilustrasikan dari tradisi Barat (Herbert, 1911:1). Berdasarkan pernyataan di atas, iluminasi merupakan salah satu bentuk ragam hias dengan beragam bentuk ornamen dan ilustrasi yang menggunakan warna emas dan perak serta warna-warna lainnya untuk memperindah tampilan halaman naskah yang berasal dari tradisi barat.

Ketiga desain atau gambar iluminasi dalam Naskah Kakawin Ramayana ini semuanya berupa batas (marginalia) yaitu gambar yang dibuat di pinggir buku yang berbentuk bingkai yang mengelilingi naskah. Bingkai terdiri dari bingkai dalam dan bingkai luar. Bingkai dalam berukuran lebih kecil dari bingkai luar, diisi oleh gambar motif berbentuk geometris, dengan sudut berupa gambar kotak dengan motif daun. Pada bingkai luar diisi oleh gambar berupa pengulangan motif ornamen tumbuhan dengan sulur yang berkelok-kelok dengan sudut berupa bentuk tumpal pola tumbuhan yang lebih besar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Penempatan pola gambar Iluminasi pada bingkai
[Sumber: Dokumentasi Annas]

Menurut Dharsono (67 th), motif ornamen yang menyusun ketiga desain iluminasi pada naskah Kakawin Ramayana ini merupakan motif lung bunga kangkungan dikombinasikan dengan motif pakis, motif kawung dan motif geometris. Pada masing-masing sudut dan tengah bingkai berbentuk motif tumpal. Fungsi desain iluminasi pada naskah ini adalah sebagai penghias agar memiliki daya tarik bagi pembacanya.

3.3.1. Unsur-unsur Motif pada Gambar iluminasi 1

Ornamen yang menghiasi desain 1 iluminasi halaman naskah Kakawin Ramayana ini berupa pengulangan pola ornamen tumbuhan dan geometris sehingga mengisi ruang

yang ada. Pola ornamen geometris terdapat pada bingkai dalam yang terdiri dari pengulangan bentuk oval silang berwarna putih dengan warna latar belakang hijau tua, pada sudut terdapat ornamen berbentuk bunga atau daun berwarna merah. Pada bingkai luar terdapat pengulangan pola berbentuk ornamen tumbuhan, kombinasi warna hijau dan daun kuning dengan latar belakang berupa blok warna merah bata. Ornamen pembentuk pola berulang terlihat tidak sama ukuran dan bentuknya.



Gambar 3. Unsur-unsur Motif pada Gambar iluminasi 1
[Sumber: Dokumentasi koleksi Radya Pustaka]

3.3.2 Unsur-unsur Motif pada Gambar iluminasi 2

Ornamen yang menghiasi desain 2 iluminasi halaman naskah Kakawin Ramayana berupa pengulangan pola ornamen tumbuhan sebagai pengisi ruang yang ada. Pola ornamen geometris terdapat pada bingkai dalam yang terdiri dari pengulangan bentuk sulur batang tumbuhan merambat yang berkelok-kelok dengan warna latar belakang merah tua, pada sudut terdapat ornamen berbentuk bunga atau daun berwarna hijau dan kuning. Pada bingkai luar terdapat pengulangan pola berbentuk ornamen tumbuhan yang meliuk-liuk dari sudut-sudut bingkai yang mengarah ke tengah bingkai, dengan latar belakang berupa blok berwarna merah muda kecoklatan. Pada bagian tengah bingkai luar terdapat pola tumbuhan berbentuk segi tiga yang didominasi kombinasi warna hijau dan merah. Ornamen pembentuk pola yang berulang terlihat tidak sama ukuran dan bentuknya.



Gambar 4. Unsur-unsur Motif pada Gambar iluminasi 2
[Sumber: Dokumentasi koleksi Radya Pustaka]

3.3.3 Unsur-unsur Motif pada Gambar iluminasi 3

Ornamen yang menghiasi desain 3 iluminasi halaman naskah Kakawin Ramayana berupa pengulangan pola ornamen kombinasi geometris dan tumbuhan sebagai pengisi ruang yang ada. Pola ornamen geometris kombinasi pola berbentuk tumbuhan terdapat pada bingkai dalam yang terdiri dari pengulangan pola berbentuk sudut, ditengahnya terdapat motif jajaran genjang dipadukan dengan motif sulur atau daun, dengan warna latar belakang hijau, oranye, merah tua, dan biru, pada sudut terdapat ornamen berbentuk bunga atau daun berwarna hijau pucat dan kuning. Pada bingkai luar terdapat pengulangan pola berbentuk ornamen tumbuhan yang melengkung-lengung berbentuk lingkaran, dengan latar belakang warna pink. Ornamen pembentuk pola terlihat tidak sama ukuran dan bentuknya.



Gambar 5. Unsur-unsur Motif pada Gambar iluminasi 3
(Sumber: Dokumentasi Annas)

3.4 Pembuatan Vektor Digital Iluminasi dalam Naskah Kakawin Ramayana

3.4.1 Proses Pembuatan Vektor Digital Iluminasi

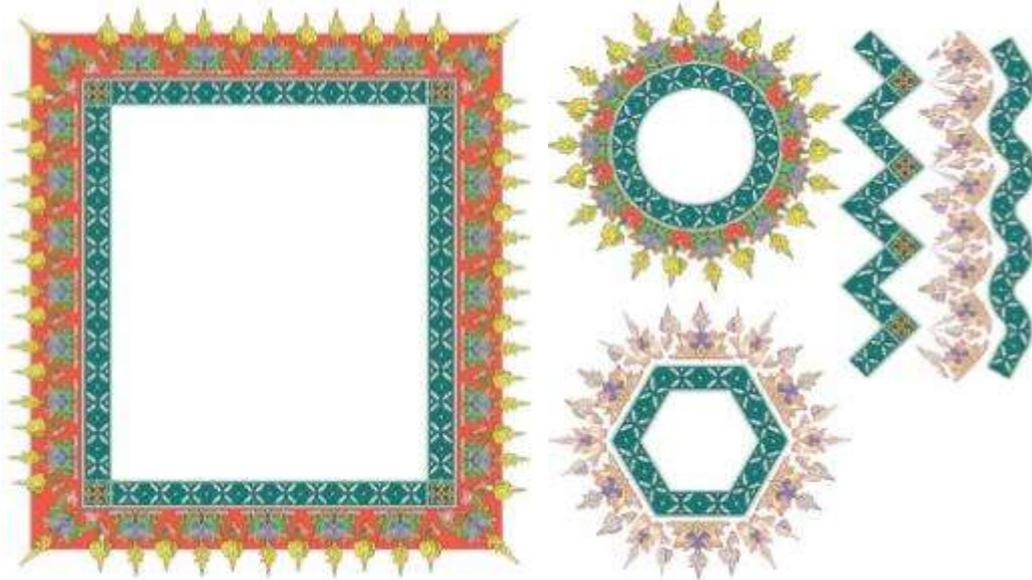
Proses pembuatan Pembuatan Vektor Digital Iluminasi dalam Naskah Kakawin Ramayana ditempuh melalui beberapa tahap yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengambil gambar iluminasi pada naskah menjadi gambar digital. Naskah yang mengandung gambar iluminasi dipotret dengan kamera digital sehingga menjadi file dalam format JPG.
2. Menggambar motif secara manual. File foto gambar iluminasi yang didapatkan dari foto lalu di print pada kertas kemudian ditrace dan digambar unsur polanya secara manual pada kertas putih dengan pensil. Setelah itu kemudian gambar pensil tersebut digambar ulang dengan tinta hitam secara manual menghasilkan motif yang sesuai dengan aslinya dengan garis yang lebih tegas dan tajam sehingga mudah untuk dibuat menjadi vektor.
3. Mendigitalisasi gambar motif. Pola motif yang selesai digambar manual kemudian diubah formatnya menjadi digital dengan *scanner* sehingga menjadi file gambar digital dengan format jpg.
4. Mengubah gambar digital jadi vektor. Gambar motif digital yang sudah dihasilkan kemudian formatnya diubah menjadi vector.
5. Mewarnai motif. Gambar motif yang formatnya sudah berhasil diubah menjadi vektor kemudian diwarnai mendekati warna aslinya.

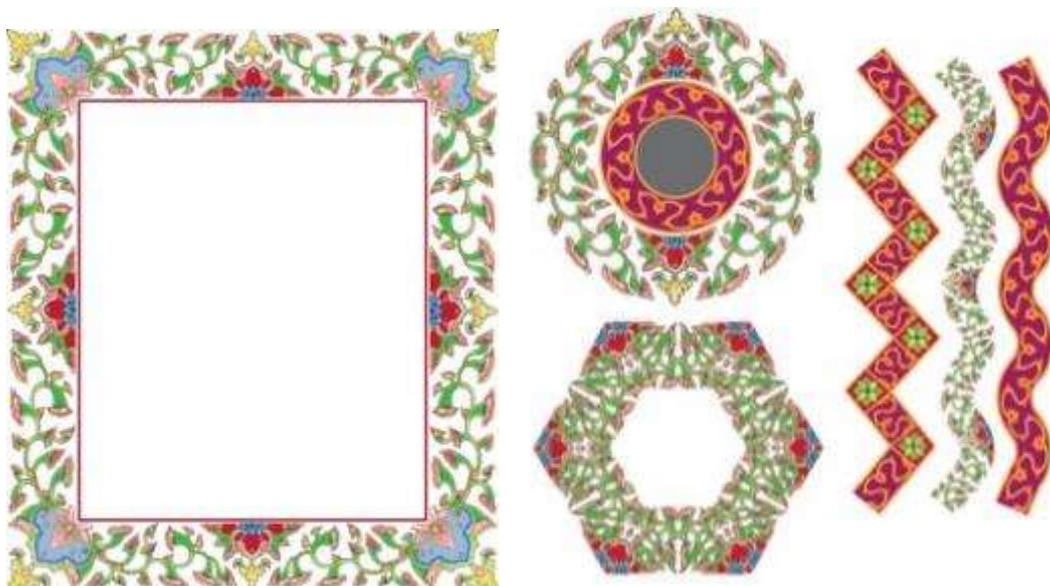
6. Menyusun motif. Gambar motif yang vektor yang sudah diwarnai mendekati warna aslinya kemudian disusun membentuk bingkai seperti gambar iluminasi yang asli

3.4.2 Pengembangan Alternatif Bentuk Vektor Digital Iluminasi

Desain Iluminasi yang sudah dibuat menjadi bentuk vektor mempunyai kesamaan dan kerapian pola dan memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi sehingga bentuk desainnya dapat penulis ubah menjadi berbagai macam variasi bentuk, ukuran, warna dan sebagainya secara mudah dan cepat. Seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 6. Pengembangan bentuk motif digital desain iluminasi 1
[Sumber: Dokumentasi Annas]



Gambar 7. Pengembangan bentuk motif digital desain iluminasi 2
[Sumber: Dokumentasi Annas]



Gambar 8. Pengembangan bentuk motif digital desain iluminasi 3
[Sumber: Dokumentasi Annas]

Adapun pengembangan bentuk pola tersebut nantinya secara mudah dapat dimanfaatkan untuk membuat desain-desain modern maupun tradisional dalam berbagai format desain akhir lainnya yang nantinya dapat digunakan untuk kepentingan komersil maupun non komersil, misalnya untuk membuat desain motif batik, desain undangan cetak, desain sampul majalah, desain sertifikat, desain untuk dekorasi rumah dan sebagainya.

4. KESIMPULAN

Naskah Jawa kuno yang berada di Surakarta jumlahnya cukup banyak yang tersimpan di perpustakaan Masjid Agung Surakarta, perpustakaan Reksa Pustaka Pura Mangkunegaran, perpustakaan Sana Pustaka Karaton Surakarta, dan museum Radya Pustaka Surakarta. Selain di tempat-tempat tersebut juga masih banyak juga naskah-naskah kuno yang dibawa oleh masyarakat perorangan dan juga banyak yang masih berada di luar negeri seperti di Inggris dan Belanda. Beberapa naskah diantaranya terdapat gambar iluminasi yang menjadi penghias naskah dengan berbagai gaya desain.

Iluminasi merupakan salah satu bentuk ragam hias atau ornamen yang khusus menghias naskah-naskah kuno. Gambar iluminasi yang ada pada naskah Jawa kuno tersebut memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri yang bercirikan seni Jawa yang patut untuk dilestarikan. Namun sayangnya hingga saat ini belum banyak penelitian mengenai iluminasi ini yang menggunakan sudut pandang seni yang dilakukan oleh para peneliti bidang seni dan desain. Penelitian yang sudah ada kebanyakan berkaitan dengan ilmu filologi. Karena adanya potensi pengembangan pada seni iluminasi, maka perlu adanya upaya pelestarian diantaranya dengan upaya revitalisasi. Salah satu upaya revitalisasi yang dapat dilakukan adalah dengan membuatnya menjadi bentuk digital terutama dalam bentuk vektor.

Dengan format vektor, desain motif iluminasi yang ada pada naskah Jawa kuno menjadi sangat mudah dan fleksibel untuk dikembangkan menjadi desain-desain yang lain dengan nuansa moderen. Sehingga bentuk-bentuk visual iluminasi naskah Jawa kuno yang sangat khas tersebut dapat lebih dimanfaatkan untuk kepentingan yang lebih luas misalnya untuk bingkai pada desain piagam, buku, desain undangan dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa, Heddy. 2000. *Ketika Orang Jawa Nyeni*. Yogyakarta: Galang Press.
- Creswell, JW. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Coosing Among Five Traditions*. London: Sage Publication.
- Damayanti, Nuning dan Suadi, Haryadi. 2007. Ragam dan Unsur Spiritualitas pada Ilustrasi Naskah Nusantara 1800-1900-an. *Journal Visual Art*, Vol. 1 D, No. 1, 2007, hal 66-84. Institut Teknologi Bandung: Bandung
- Fitriani, Eka. 2016. *Beginilah Sejarah Singkat Berdirinya Museum Radya Pustaka*, <https://solo.tribunnews.com/2016/04/17/beginilah-sejarah-singkat-berdirinya-museum-radya-pustaka>. [Diakses 8 Agustus 2019]
- Herbert, J . A. 1911. *Illuminated Manuscripts*. New York : G. P. Putnam's Sons
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2019. *Revitalisasi*, <http://kbbi.web.id/revitalisasi> [Diakses 6 Juli 2019]
- Kasim, Supali. 2012. *Budaya Dermayu: Nilai-Nilai Historis, Estetis, dan Transendental*. Yogyakarta: Gapura Publisshing
- Tabrani, Primadi. 1999. *Belajar dari Sejarah dan Lingkungan*. Bandung: Penerbit ITB
- Setiawan, Arif. 2014. Serat Wira Iswara Sastra Wulang Abad Ke-19 M. *Majalah Jumentara*, Vol. 5 No. 2. Perpunas: Jakarta
- Sisyono, Supardjo, dan Endang. 2012. Iluminasi Dan Ilustrasi Naskah Jawa Di Perpustakaan Sana Pustaka Karaton Surakarta (Sebuah Kajian Kodikologis). *Jurnal Atavisme*, Vol. 15, No. 2. Balai Bahasa Jawa Timur: Sidoarjo
- Sunaryo, Aryo. 2011. *Ornamen Nusantara: Kajian khusus tentang Ornamen Indonesia*. Semarang: Dahara Prize
- Widiarini, Anissa Dea. 2019. *Mengenal Iluminasi, Sang Penghias Naskah Nusantara*, (Update 04 Juli 2019). <https://edukasi.kompas.com/read/2019/07/04/19400441/mengenal-iluminasi-sang-penghias-naskah-nusantara>. [Diakses tanggal 8 Agusttus 2019]

FILM DOKUMENTER EKISTENSI TARIAN DAN KESENIAN SAKRAL WAYANG WONG DESA ADAT SIDAN

I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan¹, I Nyoman Widhi Adnyana²,
Komang Redy Winatha³, I Nyoman Yoga Trisemarawima⁴

^{1,2,3,4} STMIK STIKOM Indonesia, Denpasar

anomkojar@stiki-indonesia.ac.id¹, manwidhi@stiki-indonesia.ac.id²,
redywin@gmail.com³, yoga.tsw@gmail.com⁴

Abstrak

Seni pertunjukan wayang wong adalah salah satu kesenian di Bali dan masih ditarikan di daerah desa tradisional Sidan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, Bali. Kesenian wayang wong ini menjadi menarik, karena merupakan salah satu kesenian yang dianggap sakral oleh masyarakat setempat. Tetapi di Desa Sidan, wayang wong hanya ditarikan saat upacara keagamaan khusus. Pada prosesi sebelum pertunjukan ditarikan oleh masyarakat setempat, dilakukan ritual khusus pada para penari. Pengamatan lapangan tidak ditemukan adanya dokumentasi dalam bentuk apapun yang mengacu pada rangkaian acara tersebut, termasuk foto ataupun rekaman video. Berdasarkan wawancara dengan kelompok penari, regenerasi dilakukan dari generasi ke generasi secara langsung. Tidak adanya dokumen fisik atau digital, memotivasi tindak lanjut untuk mengeksplorasi fenomena kesenian ini. Metode kualitatif melalui pengumpulan data observasi tempat rangkaian prosesi kesenian wayang wong dan wawancara dilakukan pada anggota penari serta pimpinan desa adat yang mengetahui eksistensi kesenian ini. Kemudian dikomparasikan dengan proses perancangan video, sehingga didapatkan rangkaian cerita dalam bentuk film dokumenter. Finalisasi film dokumenter kemudian didelegasikan secara langsung pada masyarakat setempat, sehingga dapat digunakan sebagai acuan kajian lebih lanjut oleh para akademisi ataupun praktisi seni. Hal ini bertujuan untuk melestarikan kesenian wayang wong sakral yang telah langka di Bali.

Kata Kunci: film, dokumenter, tari, wayang wong, Bali

Abstract

Wayang wong performance art is one of the arts in Bali and is still danced in the traditional village area of Sidan, Petang District, Badung Regency, Bali. Wayang wong art is interesting because it is one of the arts that are considered sacred by the local community. But in Sidan Village, wayang wong is only danced during special religious ceremonies. In the procession, before the performance was danced by the local community, a special ritual was performed for the dancers. Field observations were not found in any form of documentation that refers to the series of events, including photographs or video recordings. Based on interviews with dancer groups, regeneration is carried out from generation to generation directly. The absence of physical or digital documents motivates follow-up to explore this artistic phenomenon. The qualitative method was through observation data collection where a series of wayang wong art processions and interviews were conducted with dancers and traditional village leaders who knew the existence of this art. Then it is compared with the video design process so that a series of stories is obtained in the form of a documentary film. The finalization of the documentary was then delegated directly to the local community so that it could be used as a reference for further studies by academics or arts practitioners. It aims to preserve the art of the sacred wayang wong which has been rare in Bali.

Keywords: film, documentary, dance, wayang wong, Bali

1. PENDAHULUAN

Seni budaya di Indonesia merupakan kekayaan yang tak ternilai yang tersebar di segala penjuru bangsa ini. Kekayaan dalam khasanah seni budaya tersebut memberikan dampak positif sebagai magnet pariwisata di Indonesia. Keragaman identitas dan karakteristik seni budaya masing-masing daerah, menjadi keunikan aset berharga yang telah diwariskan sejak lama. Khususnya di Bali, seni budaya sangat mendarah daging pada masyarakatnya. Berkesenian seolah menjadi bagian keseharian masyarakat di Bali. Setiap wilayah pun memiliki karakteristik yang berbeda pada keseniannya. Namun kesenian yang ada di Bali, secara umum dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu tarian untuk tontonan atau *balih-balihan*, tarian untuk upacara atau *bebali*, dan tarian sakral atau *wali* (Taksu, 2019).

Tarian yang bersifat sakral ditampilkan secara khusus dalam upacara keagamaan di Bali. Kesenian sakral, pada beberapa tempat memiliki kekhususan prosesi dan pementasan oleh masyarakat desa adat setempat. Iringan prosesi tersebut sangat menarik untuk diulas dan didokumentasikan sebagai dokumen pelestarian seni budaya. Salah satu seni sakral yang masih dapat dilihat keberadaannya adalah kesenian wayang wong di desa adat Sidan Kecamatan Petang Kabupaten Badung Provinsi Bali. Tidak banyak sumber tertulis yang menjabarkan tentang desa adat Sidan. Pada kategori plot cerita, kesenian ini mengarah pada sedratari wayang wong. Wayang wong adalah salah satu kesenian langka di Bali, namun di desa adat Sidan eksistensi kesenian ini didukung oleh elemen masyarakat desa adat.

Wayang Wong adalah nama sebuah drama tari yang terdapat di beberapa daerah di Indonesia. Di Bali, Wayang Wong merupakan drama tari bertopeng yang menggunakan dialog Bahasa Kawi yang selalu menampilkan Wiracarita Ramayana (Soedarsono, 2002). Sebenarnya wayang Wong di Bali terbagi menjadi dua jenis yaitu Wayang Wong Parwa dan Wayang Wong Ramayana. Perbedaannya terletak terutama pada dua hal yaitu Wayang Wong Parwa mengambil lakon dari Wiracarita Mahabharata, sedangkan Wayang Wong Ramayana mengambil lakon dari Wiracarita Ramayana. Semua pelaku (pemegang peran) dalam Wayang Wong Parwa (kecuali panakawan) tidak memakai *tapel* atau topeng, sedangkan Wayang Wong Ramayana sebaliknya semua memakai *tapel*. Pada perkembangan selanjutnya yang dimaksud Wayang Wong di Bali adalah Wayang Wong Ramayana tersebut dan Wayang Wong Parwa disebut Parwa saja (Bandem, 1983). Sumber dari Bandem memiliki pemahaman yang mirip dengan kutipan sebelumnya, namun lebih berkembang tidak hanya pada cerita pelakonan Ramayana, tetapi dapat dipentaskan pula pada epos cerita Mahabharata. Relevansi sumber dari Soedarsono, Bandem dan Murgiyanto adalah wayang wong sebuah tari topeng yang memiliki cerita dari epos Ramayana, seperti halnya yang kesenian wayang wong di Desa Adat Sidan. Cerita ini mengisahkan peperangan antara Rama, Raja Ayodya melawan Rahwana, Raja Alengka. Demikian terkenalnya cerita Ramayana ini di Indonesia, sehingga mendorong hati para pujangga dan seniman untuk mengabadikannya ke dalam berbagai bentuk karya seni (Bandem, 1996).

Hasil kajian terkait lainnya menyebutkan wayang wong merupakan sebuah pementasan teater, yaitu dalam pengertiannya memiliki lakon, aktor, naskah dan berbagai macam alat pendukung pertunjukannya (Supendi, 2007). Ekspresi budaya tradisional wayang wong semestinya memiliki hak cipta untuk keberlangsungannya kedepan (Kusharyani, M.; Santoso, 2016). Pada kajian tersebut memiliki relevansi pada sisi pagelaran serta pentingnya sebuah hak cipta pada karya pertunjukan, namun hal tersebut tentunya membutuhkan media sebagai bukti rekaman untuk melangkah lebih lanjut. Pelestarian pun menjadi diskursus penting jika membicarakan permasalahan budaya, seperti halnya membuat media pembelajaran (Sonalitha, Yuniarti, Prihatiningsih, & Prasetya, 2017), tetapi pengumpulan bahan yang dalam hal ini mengkhusus pada pertunjukan wayang wong adalah hasil dokumentasi awal yang kemudian dapat dikembangkan menjadi berbagai media pengembangan.

Pentingnya pelestarian budaya tersebut senada dengan pengertian kesenian wayang wong yang merupakan rangkaian cerita dalam bentuk tarian, ditarikan secara turun temurun oleh setiap generasi dan dilatih oleh penari senior yang telah menarikan tarian tersebut sebelumnya. Melestarikan warisan leluhur maka dipilihlah anak muda agar mereka mengetahui pakem tari wayang wong Desa Sidan ini (Badung, 2019). Pemilihan penari dalam pelakonan wayang wong tergolong cukup sulit, karena pada masa sekarang terjadi penurunan kesadaran generasi baru yang berminat untuk mempelajari kesenian ini. Dikatakan oleh ketua penari wayang wong, selain sulitnya membangun regenerasi, kesulitan lain adalah ketiadaan dokumentasi dalam bentuk apapun sebagai sarana media presentasi. Sehingga informasi dilakukan secara oral pada saat dilakukannya perekrutan dan pelatihan tari wayang wong. Tiadanya dokumentasi merupakan hal yang sangat fatal pada era digital ini, dikarenakan informasi berharga yang telah ada dapat raib begitu saja. Keprihatinan ini menjadikan pemicu untuk membuat sebuah dokumentasi yang mengangkat cerita tentang kesenian wayang wong di desa adat Sidan Kecamatan Petang. Adanya dokumentasi juga memberikan kesempatan pada generasi baru penari wayang wong di desa adat Sidan, untuk lebih mengenal tarian dari kesenian sakral tersebut. Media dokumentasi secara digital kesenian ini juga dapat terpelihara dan diteruskan pada media pendukung lainnya agar tidak sirna termakan jaman.

Salah satu media dokumentasi digital adalah video. Video dapat diasumsikan sebagai perekaman dalam transmisi, frekuensi video yang dapat diterima pada televisi. Hal ini terkait pula dengan tindakan dokumentasi dalam bentuk *video recording*. Proses kerja dari video ini, selain sebagai dokumentasi juga dilakukan pada kebutuhan *broadcasting* (Setiawan, 2018). Tidak hanya itu, video memiliki ragam jenis genre dan salah satunya adalah dalam bentuk dokumenter. Dokumenter merupakan genre non-fiksi yang terfokus mengangkat dokumentasi aspek-aspek realitas dalam alur ceritanya (Setiawan, 2018), sehingga dirasa sangat relevan digunakan untuk mengangkat fenomena kesenian wayang wong yang dibahas dalam penelitian ini.

Adanya fenomena yang ada pada kesenian sakral wayang wong di desa Sidan tersebut, memotivasi untuk dilakukannya prosedur dokumentasi menyeluruh. Selain mengangkat prosesi dan pertunjukan wayang wong Desa Adat Sidan, mengangkat pula tentang motivasi dibalik pertunjukan serta pelestarian kesenian ini. Oleh sebab itu, unsur motivasi digunakan pula dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Motivasi, dari pengertiannya menurut Frence dan Reven, adalah suatu yang mendorong seseorang untuk menunjukkan perilaku tertentu (Sule, Ernie Tisnawati & Saefullah, 2006). Menurut Hisbuan, motivasi (motif) sering kali disamakan dengan dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motif tersebut menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan perbuatan itu mempunyai tujuan tertentu. Pendapat tersebut didukung oleh Jones, mengatakan motivasi mempunyai kaitan dengan suatu proses yang membangun dan memelihara perilaku kearah suatu tujuan (Sutrisno, 2009). Relevansi wacana tersebut yaitu berhubungan pada ada alur cerita dokumenter dalam bahasan penelitian ini. Dokumentasi ini akan menjadi sebuah dokumenter yang akan menjadi inventaris desa yang berharga dan sekaligus sebagai media presentasi untuk berbagai tujuan. Dokumenter ini pula niscaya akan menjadi media dalam misi pelestarian seni budaya terutama terkait kesenian sakral wayang wong di Bali.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan mengungkap fenomena yang unik terjadi pada individu, kelompok, ataupun organisasi dalam suatu masyarakat secara rinci serta mendalam sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Basrowi, 2002). Data yang didapatkan kemudian dikomparasikan dengan kajian sumber, dengan landasan teori terkait, dan dianalisis dengan struktur model penelitian. Guna memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka diperlukan studi lapangan dan studi pustaka yang bertujuan untuk mengetahui topik yang terkait. Data awal sebagai landasan teori dipergunakan untuk menganalisis data yang diperoleh di lapangan untuk mendapatkan kesimpulan data. Kesimpulan data dianalisis untuk memperoleh kesimpulan umum dan kesimpulan khusus penelitian, bertujuan menjawab pertanyaan penelitian yang berupa asumsi dan mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah faktor penting dari rancangan penelitian :

- a) Penelitian langsung di lapangan dilakukan untuk mendapatkan data primer dan penelitian kepustakaan untuk mendapatkan data sekunder. Penelitian kepustakaan dilakukan terhadap bahan-bahan bacaan dalam bentuk buku, majalah, bahan seminar, koran, majalah, katalog dan sumber tertulis lainnya yang terkait dan relevan dengan landasan teori. Sumber-sumber audio visual dari wawancara dengan seniman tari wayang wong dan perangkat desa yang berkompeten untuk menyempurnakan dan melengkapi kebutuhan data.
- b) Pencarian sumber-sumber data mempergunakan metode *purposive sampling*. Data-data tersebut akan diinterpretasikan dan dideskripsikan secara komperatif.

Penelitian kualitatif ini menggunakan sumber data dari informan yang dikategorikan menjadi informan kunci dan informan pelengkap. Informan kunci adalah para penari

senior wayang wong di desa adat Sidan Petang Badung. Sedangkan informan pelengkap adalah perangkat desa berkompeten yang benar-benar mengetahui riwayat seni sakral wayang wong di desa adat Sidan. Kedua jenis sumber data ini terfokus pada kesenian wayang wong desa adat Sidan.

2.2 Asumsi Penelitian

Asumsi berdasarkan literatur, wayang wong merupakan sebuah tarian yang mengambil cerita dari epos Mahabhrata dan Ramayana. Namun wayang wong yang ditarikan di Desa Sidan secara khusus menggunakan pakem cerita Ramayana. Sedangkan sumsi yang dapat ditarik penelitian berdasarkan observasi dan wawancara di lapangan adalah tarian wayang wong di desa adat Sidan merupakan kesenian yang disakralkan oleh masyarakat adat Sidan Kecamatan Petang Kabupaten Badung. Pementasan wayang wong tersebut hanya dipentaskan pada hari tertentu menurut penanggalan Bali. Pementasan dilakukan pada tempat persembahyangan atau pura di desa adat setempat dan disaksikan oleh masyarakat. Pelakonan dalam kesenian wayang wong ini diambil dari penggalan cerita epos ramayana. Sebelum pementasan, dilakukan beberapa prosesi penting yang dijalani oleh para penari yang terlibat serta masyarakat adat di desa adat Sidan. Persembahyangan dilakukan pada pura sekitar desa adat, prosesi pembersihan diri para penari dan sederet prosesi lain yang dianggap penting. Setelah dijalannya prosesi maka pementasan tari sakral wayang wong dilakukan di pelataran pura desa adat yang ditunjuk berdasarkan *parum* atau rapat adat.

Perekaman data untuk mendokumentasikan pagelaran seni pertunjukan ini memerlukan beragam alat. Kebutuhan alat yaitu alat yang mendukung perekaman video yang berkualitas baik. Penggunaan bantuan lampu pencahayaan sebagai penerangan untuk menyempurnakan perekaman video menjadi pertimbangan penting. Alat perekaman, yakni alat untuk merekam video agar hasil rekaman yang didapatkan berkualitas baik. Setelah data rekaman dari pengumpulan data primer didapatkan, kemudian disusun sebuah *script* atau skenario yang bertujuan agar narasi pada video dokumenter ini nantinya dapat tersaji dengan baik. Gambar penceritaan atau *storyboard* dibuat untuk memantapkan pengambilan gambar dan proses penyatuan atau *mixing video* pada akhir finalisasi proses perancangan dokumenter. Video dokumenter yang dihasilkan nantinya, akan di sumbangkan pada desa adat Sidan sebagai dokumen desa, sumber kajian berikutnya, dan sarana pelestarian kesenian sakral wayang wong di desa adat Sidan.

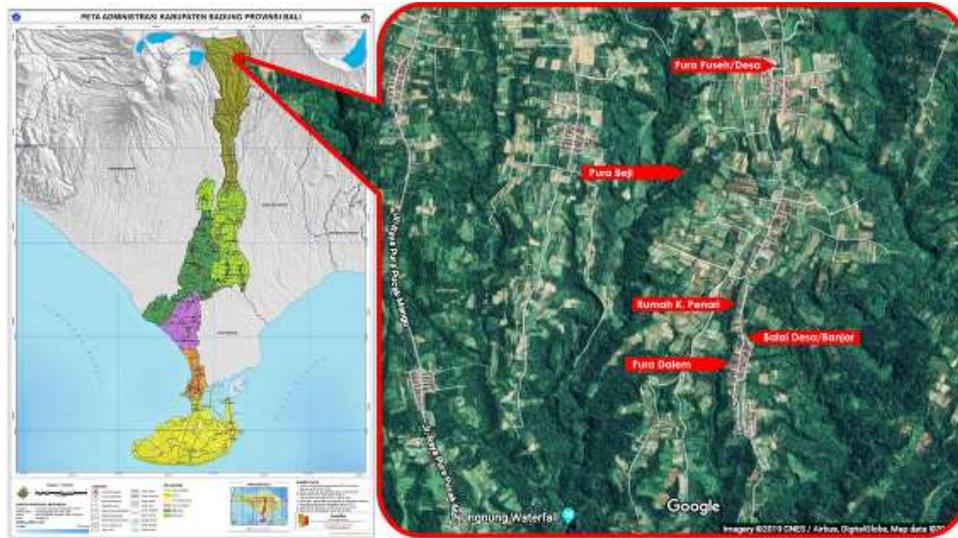
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas secara runut proses dari observasi, pengumpulan data pada setiap lokasi, wawancara pada informan, struktur pola pikir berdasarkan analisis dan sebagainya yang berkaitan dengan luaran penelitian.

3.1 Peta Lokasi Penyebaran Informan

Penggalian data dari informan tersebar di beberapa tempat yaitu berlokasi pada rumah kediaman dari ketua kelompok penari wayang wong, beberapa tempat persembahyangan desa setempat, dan balai desa atau bale banjar. Lokasi tersebut

berjarak berdekatan satu sama lain dan masih dalam lingkup wilayah Desa Adat Sidan. Sebaran lokasi tempat penggalian data dapat dilihat pada gambar 1 agar dapat menggambarkan keadaan kondisi lingkungan dan situasi lapangan yang dimaksud.



Gambar 1. Pemetaan sebaran lokasi penggalian data.
[Sumber: Google Map dan data penelitian]

Pada gambar 1 terlihat sebaran lokasi pada dataran tinggi di wilayah Desa Adat Sidan. Berdasarkan peta administratif Kabupaten Badung dan penginderaan Google Map dapat menjelaskan pula gambaran umum tentang lokasi diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut (gambar 2):

- a) Pura Puseh/Desa pada Desa Adat Sidan sebagai lokasi pengambilan dokumentasi prosesi persembahyangan yang dilakukan seluruh masyarakat desa sebelum pementasan wayang wong sakral yang bertujuan untuk memohon keselamatan dan kelancaran pementasan yang bersifat sakral.
- b) Pura Beji pada Desa Adat Sidan yaitu sebuah tempat suci pada sumber mata air dalam prosesi pengambilan air suci sebagai sarana pembersihan raga dan desa sebelum pementasan wayang wong.
- c) Kediaman ketua kelompok penari atau secara tradisional yang disebut dengan kelian sekaa sebagai salah satu informan kunci dalam dokumenter yang akan dibuat.
- d) Balai desa atau bale banjar sebagai tempat mendokumentasikan kelompok penari dalam berbagai kegiatan persiapan pertunjukan, termasuk dalam proses diskusi anggota penari, latihan tabuh, vokal dan tarian.
- e) Pura Dalem adalah tempat persembahyangan masyarakat desa setempat, dalam hal ini sekaligus sebagai tempat penyimpanan topeng wayang wong yang disakralkan dan tempat pementasan tarian wayang wong.



Gambar 2. Situasi lapangan dari penjelasan sub a sampai e (kiri ke kanan).
[Sumber: dokumentasi Anom Fajaraditya]

3.2 Penyebaran Informan dan Kriterianya

Berdasarkan metode pengumpulan data, beberapa hal penting dilakukan yang bertujuan untuk mempersiapkan dokumentasi yang lebih terarah dan terencana pada saat pementasan. Pengumpulan data ini juga terkait dengan jабaran yang dijelaskan pada pemetaan gambar 1 yang dilakukan secara bertahap dan dikomparasikan dengan data wawancara dan observasi. Pada hasil data dan informasi yang didapatkan berkembang pada pemetaan proses persiapan pengambilan gambar pada hari yang nantinya disepakati.

Kriteria informan adalah hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan pada pembuatan dokumenter ini. Sebagai bagian sumber yang penting, informan yang dicari dan digali untuk beragam informasinya adalah informan-informan kunci yang memiliki pengetahuan mendalam tentang topik yang diangkat. Kriteria informan yang menjadi pertimbangan pemilihan dan penggalian data adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki pengetahuan tentang wayang wong Desa Adat Sidan.
- b) Informan merupakan bagian langsung dari aktifitas atau prosesi yang berhubungan dengan wayang wong yang dimaksud.
- c) Segala data ataupun informasi dalam bentuk wacana ataupun tertulis dapat dipertanggung jawabkan oleh informan.

Wawancara awal dilakukan kepada ketua penari atau disebutkan *kelian sekaa* (kelompok) yang bernama I Gede Gimaryuda, beliau menyebutkan bahwa kelompok penari wayang wong ini dinamakan "*Sekaa Batel*" yang beranggotakan seluruh masyarakat dari Desa adat Sidan yang ikut menarikan tari wayang wong yang dimaksud. Pada kesempatan wawancara berikutnya pada Gimaryuda, dijelaskan bahwa anggota penari atau pelatih tari beraktifitas secara sukarela dan atas dukungan desa adat. Sebelum tarian dipertunjukkan pada masyarakat, tentunya para pelaku harus melalui proses latihan, persembahyangan pada tempat suci desa setempat dan melalui prosesi pembersihan raga atau *mewinten*. Penjelasan dari Gimaryuda didukung pula oleh salah satu pengurus lainnya dari *sekaa* yaitu I Wayan Budiasa serta memaparkan ciri khas dari tarian wayang wong.

Pada kesempatan yang berbeda, wawancara dilakukan pada Ketua Adat atau secara tradisional disebut dengan *bendesa* yaitu I Made Wirta. Beliau mengatakan bahwa sejarah adanya tarian sakral wayang wong dari Desa Adat Sidan tidak diketahui muasalnyanya dan telah diwarisi secara turun temurun. Sedangkan penari dan pementasan tarian wayang wong dilakukan dalam sehari dengan mengadakan beberapa tahapan prosesi serta hari baik. Pementasan dilakukan di hadapan masyarakat desa setelah dilakukan proses persembahyangan bersama. Namun proses latihan tergolong cukup panjang, dilakukan berbulan-bulan bersama segenap pelaku baik penari dan penabuh. Perekrutan penari dan penabuh dilakukan dengan kekeluargaan dan kebersamaan sehingga proses tersebut diharapkan membangun minat generasi berikutnya untuk mewarisi kembali kesenian wayang wong ini. Sebagai ketua adat beliau juga mengharapkan pemerintah untuk ikut serta dan tetap memperhatikan pula keberlangsungan kesenian wayang wong dari Desa Adat Sidan ini.

3.3 Analisis Data Kolektif

Berdasarkan pengumpulan data primer, dapat ditarik analisis sebagai acuan langkah selanjutnya. Analisis yang dimaksud dalam hal ini adalah rencana pendokumentasian dari aktivitas penting yang terkait dengan pementasan wayang wong. Analisis ini merupakan rangkaian kronologi tindakan atau aktivitas dalam memilah kejadian untuk kebutuhan dokumenter. Kronologi aktivitas pendokumentasian wayang wong tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a) Setelah adanya wawancara awal pengumpulan data *kelian sekaa* mulai berkoordinasi kepada *bendesa adat* dengan maksud mementaskan tarian wayang wong. Mengingat bahwa sudah waktunya untuk dipentaskan sekaligus sebagai dimaknai pembersihan lingkungan desa.
- b) Koordinasi dengan *bendesa* menghasilkan hari penentuan *parum* desa atau rapat besar di balai desa sehingga masyarakat ikut duduk bersama menentukan hari baik pementasan.
- c) *Kelian sekaa* berikutnya berkoordinasi dengan pengurus *sekaa* serta termasuk anggota, untuk menyiapkan diri menghadapi hari pementasan yang belum ditentukan. Hal ini termasuk perekrutan dan persiapan awal anggota baru.

- d) Setelah dilakukannya rapat di balai desa dan mendapatkan keputusan hari baik pementasan, maka ditentukan panitia pementasan oleh masyarakat untuk mempersiapkan kebutuhan prosesi yang akan dijalani.
- e) Pada hari yang ditentukan serta persiapan yang baik maka prosesi upacara sebelum pementasan adalah melakukan persembahyangan ke Pura Puseh Desa. Prosesi ini untuk memohon ijin kepada Tuhan sekaligus mendoakan kelancaran prosesi pementasan wayang wong. Pada prosesi ini dan berikutnya selalu akan dipantau oleh informan kunci serta pendeta/mangku, pemuka adat dan tokoh masyarakat lainnya.
- f) Setelah menunaikan persembahyangan di Pura Puseh, prosesi dilanjutkan ke Pura Beji untuk mencari air dari sumber mata air pada tempat tersebut yang digunakan untuk prosesi selanjutnya. Tempat persembahyangan ini memiliki medan yang cukup berat dan terjal.
- g) Setelah melakukan persembahyangan dan penyucian air di Pura Beji, berikutnya prosesi dilakukan di Pura Dalem desa Sidan. Pada Pura ini selain persembahyangan bersama diadakan pula prosesi *pawintenan*/pelantikan sekaligus pembersihan raga para penari yang mengikuti pementasan.
- h) Berikutnya adalah pementasan yang disebut juga dengan istilah *sesuhunan napak pertiwi* atau diartikan sungsgungan turun ke bumi. Pementasan wayang wong sakral ini disaksikan oleh seluruh masyarakat Desa Adat Sidan sampai akhir cerita.

Melihat aktivitas yang ada merujuk pada kegiatan seni budaya yang ada di Kabupaten Badung bagian utara ini tepatnya di Kecamatan Petang maka dirasa perlu menyisipkan dokumentasi pendukung lain yang terkait. Pendukung lain yang dimaksud adalah menjelaskan tentang seni budaya di Badung utara yang memiliki popularitas secara luas. Sisipan ini kemudian mengkrucut dan mengarah pada kesenian Wayang Wong sakral yang ada di Desa Adat Sidan. Jika divisualisasikan dalam bentuk bagan cerita, rangkaian ini akan membentuk bagan segi tiga dan sudut teratas adalah cerita yang mendokumentasikan pementasan wayang wong.

Diawali dengan pembukaan tentang eksistensi seni budaya di Kabupaten Badung secara benda atau artefak yang disucikan dan tempat suci, maupun tak benda seperti tradisi upacara *Ngebek Widhi* dan tradisi *Ngendar*. Lalu rangkaian cerita mengarah pada prosesi ritual upacara adat tradisional serta berpindah pada kesenian tradisional yang bersifat populer. Bahasan tentang esenian ini diawali dari kesenian topeng yang terkenal pada eranya yaitu kesenian Topeng Tugek yang menginspirasi seniman muda saat ini. Setelah diawali sisipan seni budaya sebelumnya, lalu dilanjutkan pada kesenian wayang wong yang diangkat pada bahasan perancangan ini. Tentunya pada durasi tayang, bahasan wayang wong menjadi bahasan yang paling panjang dan tuntas dari awal prosesi sampai akhir. Bagan pola perancangan yang dimaksud adalah bagan seperti pada gambar 3.

Berdasarkan keadaan proses wawancara dan observasi yang telah dilakukan, maka dapat diperkirakan keperluan alat yang dibutuhkan selama pra dan saat proses berlangsung. Alat yang dimaksud adalah peralatan yang menunjang perekaman dan memaksimalkan hasil dokumentasi audio maupun video, sehingga hasil pada pasca proses mendapatkan luaran yang maksimal pula. Peralatan yang dibutuhkan tersebut

secara garis besar meliputi kamera rekam video profesional, alat bantu pencahayaan, peralatan pendukung proses editing, *software*, *hardware*, dan peralatan lainnya yang mendukung pembuatan dokumenter ini.



Gambar 3. Struktur pola perancangan.
[Sumber: Dokumentasi Anom Fajaraditya]

3.4 Pra Perancangan

Adanya runutan analisis yang telah diprediksikan maka selanjutnya dipersiapkan elemen penting lain dalam perancangan. Pra perancangan yang dimaksud adalah pra proses, yaitu mempersiapkan dokumen pemandu dalam mendokumentasikan kejadian serta keadaan yang ada. Pra proses ini pula memberikan panduan terhadap teknik pengambilan gambar yang musti dilakukan sebelum dan proses pada saat pementasan berlangsung.

Persiapan ini memerlukan dua persiapan inti diantaranya mempersiapkan script atau skenario yang berupa struktur teks sebagai plot cerita pengarah dokumenter. Pada persiapan *storyboard* atau papan penceritaan sebagai bahan pemandu pengambilan gambar serta rencana teknik yang akan digunakan. Segala persiapan sangatlah penting sebagai dasar tindakan yang terencana dilapangan, sehingga pengambilan gambar prosesi dan pementasan wayang wong dapat berjalan efektif dan efisien sesuai arahan awal. Sajian *script* dan sekaligus *storyboard* dalam satu tabel dengan durasi awal yang telah direncanakan. Disebabkan oleh keterbatasan waktu observasi dan persiapan pra produksi, maka tabel *storyboard* disajikan secara tekstual dalam memvisualisasikan citra dan gerak kamera.

3.5 Perancangan

Pada proses perancangan, yaitu kelanjutan tindakan yang telah direncanakan pada pra perancangan. Tindakan perancangan tersebut yaitu merealisasikan segala hal yang tertera pada skenario ke media video dokumenter. Pada proses ini pula dilakukan pengambilan gambar-gambar dalam bentuk gambar bergerak (video) ataupun diam foto, sedangkan perekaman audio dilakukan secara bersamaan. Mengingat perekaman ini tidak dapat diulang dan segala bentuk aktifitas dari sumber data ya, maka peralatan

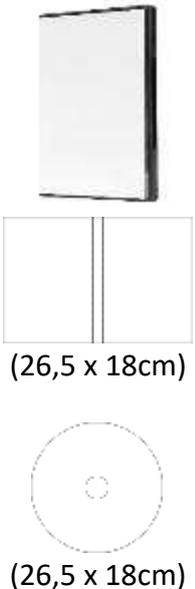
dan tim dilapangan pun harus dikoordinasikan dengan baik. Adapun keterangan kualitas dari hasil video dokumenter ini dengan *Aspect rasio* 16 : 9; Kualitas video DVD HD *quality*; Durasi prolog 8 menit 15 detik; Durasi latihan 22 menit 31 detik; Durasi pementasan 22 menit 30 detik; Durasi penutup 21 menit 45 detik; Total durasi 1 jam 7 menit 3 detik.

Proses perancangan termasuk dengan proses editing sebagai implementasi pra proses yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya. Proses ini dilakukan bersama dengan keterlibatan eksekutif produser, *depth of photography* sebagai kameramen sekaligus *editor*, ketua peneliti sebagai *director* atau sutradara, dan anggota peneliti sebagai produser.

3.6 Pasca Perancangan

Tindakan perampungan yaitu pendukung dan pengemasan video dokumenter. Setelah video dokumenter rampung pada proses perancangan (*editing* dan konversi data dalam bentuk *file* DVD HD), maka langkah selanjutnya adalah mempersiapkan desain mengemas keping DVD dan sampul DVD agar terlihat menarik serta eksklusif. Perancangan pada kemasan ini menggunakan unsur desain diantaranya ilustrasi, tipografi, warna bentuk yang kemudian secara keseluruhan disebut dengan unsur visual dalam ranah ilmu desain komunikasi visual. Berikut adalah tabel unsur visual dari sampul kemasan dvd dan sampul keping dvd ditampilkan pada tabel 1.

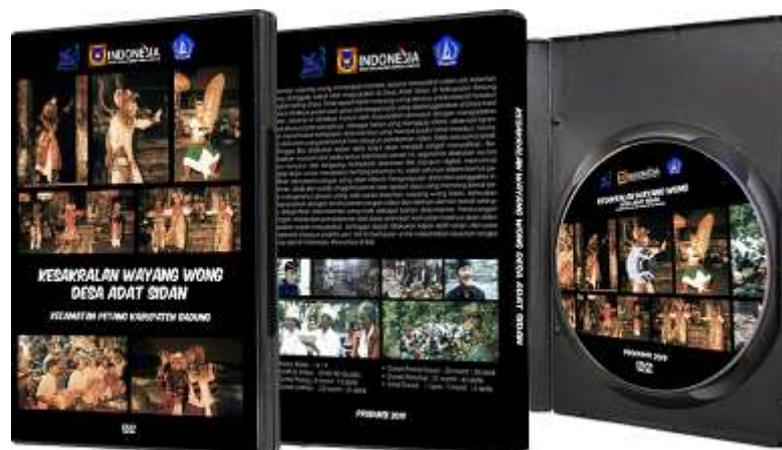
Tabel 1. Elemen visual sampul kemasan dan keping DVD.
[Sumber: Dokumentasi Anom Fajaraditya]

ILUSTRASI	TIPOGRAFI/TEKS	WARNA	BENTUK
	<p>Kesenian wayang wong ini menjadi menarik karena merupakan salah satu kesenian yang dianggap sakral oleh masyarakat di Desa Adat Sidan di Kabupaten Badung bagian pingir Utara. Tidak seperti tarian wayang wong lainnya, pada daerah tersebut hanya ditemani pada saat upacara keagamaan yang ...</p> <p>• Video lokal (16:9) • Kualitas Video : DVD HD quality • Durasi Prolog : 8 menit 15 detik • Durasi Latihan : 22 menit 31 detik • ...</p> <p>(Century Gothic)</p> <p>KESAKABALAN WAYANG WONG DESA ADAT SIDAN KABUPATEN BADUNG KABUPATEN BADUNG PRODUKSI 2019</p> <p>(Komika Axis)</p>	 <p>Digital Color (CMYK)</p>	 <p>(26,5 x 18cm)</p> <p>(26,5 x 18cm)</p>

Elemen visual yang ditampilkan memiliki kandungan unsur-unsur desain yang diramu sedemikian rupa yang dapat diterangkan diantaranya:

- a) Ilustrasi menjabarkan tentang kandungan unsur gambar pada tiap rancangan.
- b) Tipografi menjabarkan kandungan unsur penggunaan dan tata huruf pada tiap rancangan.
- c) Warna menjabarkan kandungan unsur tatanan pewarnaan yang digunakan pada rancangan.
- d) Bentuk menjabarkan ruang komposisi kombinasi unsur visual pada objek yang telah ditentukan.

Adapun hasil final perancangan berupa visualisasi sampul kemasan video dokumenter ini dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Visualisasi desain final pada media.
[Sumber: Dokumentasi Anom Fajaraditya]

Menindak lanjuti langkah berikutnya selain editing dan merancang kemasan, penyimpanan data video dokumenter yang ada tidak hanya pada media penyimpanan dalam konversi DVD. Karena keterbatasan ruang penyimpanan data pada keping DVD maka dicari alternatif lain sebagai media penyimpanan yang lebih maksimal yaitu pada *flash disk* dengan kapasitas yang lebih besar. Pada media penyipanan flash disk ini tersimpan data-data kolektif yang lebih lengkap sebagai master data video dokumenter. DVD video dokumenter dan data *mastering* dalam bentuk flash disk akan diserahkan kepada ketua *Sekaa Batel* wayang wong Desa Adat Sidan. Kemudian media tersebut disalurkan pada tetua desa atau pihak terkait sebagai bagian inventaris desa yang terkait dengan wayang wong pada Desa Adat Sidan. Video dokumenter yang dibahas dalam artikel ini dapat pula dilihat secara spesifik pada tautan <https://www.youtube.com/watch?v=tLpXbrU71Ks&t=1808s>.

3.7 Motivasi Pelestarian Seni Budaya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan data-data yang dikumpulkan, ada beberapa hal yang dapat ditarik berdasarkan fenomena yang ada yaitu diantaranya masyarakat Desa Adat Sidan sangat terbuka dalam memberikan informasi terkait dengan wayang wong di desa mereka. Walaupun dalam kenyataannya cukup sulit dalam

mencari talenta baru atau regenerasi penari, dukungan dari masyarakat berdampak pada semangat antusiasme calon penari. Dukungan tersebut tidak hanya dari masyarakat setempat, namun ada pula dari pemerintah Kabupaten Badung. Adanya akumulasi serta tindakan-tindakan yang positif terhadap wayang wong desa, secara tidak langsung memunculkan indikasi-indikasi pelestarian budaya pada desa setempat. Asumsi adanya tindakan dalam memotivasi pelestarian budaya, muncul juga berdasarkan rangkuman pada data wawancara yang telah dilakukan selama penelitian dan interaksi peneliti dengan masyarakat setempat. Oleh sebab itu muncul gagasan peneliti untuk menyerahkan data video berikut dengan master data yang dimiliki. Hal ini guna melanjutkan harapan motivasi pelestarian budaya setempat dalam bentuk video dokumenter. Sehingga tindakan pelestarian dapat berjalan secara berkelanjutan khususnya di Desa Adat Sidan Kecamatan Petang Kabupaten Badung.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut: a) Perancangan video dokumenter tentang wayang wong Desa Adat Sidan ini harus melalui proses yang terstruktur dan terencana sehingga hasil luaran dapat maksimal. b) Perancangan video dokumenter ini, selain mengedepankan etika dalam penelitian juga perlu mengedepankan etika bersosialisasi dalam masyarakat. Sehingga data yang ingin digali dapat dikumpulkan dengan mudah tanpa kesulitan yang berarti. c) Pada pengumpulan data serta analisis tentang data yang didapatkan, ternyata memunculkan indikasi lain yaitu asumsi adanya tindakan pelestarian budaya yang secara tidak langsung telah dilakukan oleh masyarakat setempat ataupun peneliti.

Berdasarkan durasi penelitian terdapat beberapa hal yang bisa digali kembali sekaligus menjadi saran untuk keberlanjutan penelitian khususnya tentang wayang wong dari Desa Adat Sidan ini yaitu pertama, implementasi media perlu dikembangkan atau sangat berpeluang penelitian ini diimplementasikan ke dalam bentuk berbeda selain video dokumenter. Kedua, penelusuran tentang tradisi budaya, tidak hanya ada pada kesenian wayang wong saja. Terakhir, sangat memungkinkan adanya fenomena sosial terkait prosesi ataupun terkait dengan wayang wong dalam berbagai disiplin ilmu yang berhubungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badung., K. (2019). Tarian Wayang Wong Sasih Dilestarikan di Br. Sidan. Retrieved August 10, 2019, from <https://desabeloksidan.badungkab.go.id/baca-berita/5857/Tarian-wayang-wong-masih-dilestarikan-di-br-sidan.htm>
- Badung, B. P. S. K. (2018). *Kecamatan Petang Dalam Angka 2018*. Badung: BPS Kab. Badung.
- Bandem, I. M. (1983). *Ensiklopedi Tari Bali*. Denpasar: Akademi Seni Tari Indonesia.
- Basrowi, S. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. C.V Andi Offset. Yogyakarta: Andi.
- I Made Bandem; Murgiyanto. (1996). *Teater Daerah Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.

- Kusharyani, M.; Santoso, B. . W. (2016). Eksistensi dan Perlindungan Wayang Orang Sriwedari Surakarta Ditinjau dari Aspek Hukum Hak Cipta. *Psychol Bull*, 2(1), 60–72.
- Setiawan, I. N. A. F. (2018). *Sinema Paradoks : Pengantar dan Konteks Kontemporer*. (I. N. Jayanegara, Ed.). Denpasar: STMIK STIKOM Indonesia.
- Soedarsono, R. M. (2002). *Seni Pertunjukan Indonesia di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sonalitha, E., Yuniarti, S., Prihatiningsih, B., & Prasetya, A. Y. (2017). Peningkatan Pelestarian Seni Tari Wayang Orang Melalui Video Pembelajaran. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 2(1), 63–69.
- Sule, Ernie Tisnawati & Saefullah, K. (2006). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media.
- Supendi, E. (2007). Wayang Orang Sebagai Pertunjukan Teater Tradisional Dalam Tinjauan Semiotika: Sebuah Kajian Awal. *Gelar*, 5(1), 54–72.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Taksu, B. (2019). Tari Bali – Jenis Tari Wali (Wali, Bebali, Balih-balihan). Retrieved August 10, 2019, from <https://balitaksu.com/tari/jenis-id>

UPAYA MEMPERTAHANKAN CAGAR BUDAYA KOTA SEMARANG MELALUI MEDIA EDUKASI

Dzuha Hening Yanuarsari¹, Agus Setiawan²

^{1,2}Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro
dzuha.yanuarsari@dsn.dinus.ac.id¹, agus.setiawan@dsn.dinus.ac.id²

Abstrak

Kawasan cagar budaya merupakan salah satu jenis ikonik kota yang memerlukan perhatian khusus dalam hal perawatan maupun pelestarian. Kawasan kota Semarang, merupakan salah satu kota yang memiliki banyak cagar budaya. Penelitian ini diarahkan sebagai bentuk luaran dari mata kuliah komunikasi grafis. Bentuk ilustrasi yang terinspirasi dari bangunan cagar budaya Semarang dikembangkan berdasarkan observasi pada bangunan cagar budaya kemudian dilakukan eksplorasi sketsa dilanjutkan dengan digitalisasi sebagai upaya merancang ilustrasi sebagai bahan media edukasi. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan berpijak pada observasi, literature, eksperimen, dan eksplorasi visual ilustrasi untuk mencapai desain prototipe media edukasi dalam bentuk buku ilustrasi. Data hasil observasi dan literatur disajikan secara deskriptif dan didukung dengan hasil ilustrasi. Buku ilustrasi bagian dari hasil luaran riset media edukasi yang dapat diterapkan dalam menunjang pembelajaran dan melihat seberapa besar efektifitas media dan keberadaan potensi keberlanjutan cagar budaya dari sudut pandang nilai lokal genius dan sejarahnya. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan seputar cagar budaya beserta nilai-nilai historikalnya.

Kata Kunci: cagar budaya, media edukasi, pelestarian, Semarang

Abstract

The cultural heritage area is one of the cities iconic that require special attention in terms of care and preservation. Semarang city area is one of the cities that has many cultural reserves. This research is directed as an external form of graphic communication courses. An illustration form inspired by the Semarang heritage building was developed based on observations on the cultural heritage building then sketched exploration was continued with digitalization as an effort to design illustrations as educational media. The research method applies qualitative methods based on observation, literature, experimentation, and visual exploration to achieve the educational media prototype in the form of illustrated books. Data from observations and literature are presented descriptively and supported by illustrations. The illustrated book is the results of educational media research outputs that can be applied to support learning and see how much effectiveness the media have and the potential existence of cultural heritage from the perspective of local genius and historical values. This research can provide knowledge about cultural heritage and its historical values.

Keywords: Cultural Heritage, Educational Media, Preservation, Semarang

1. PENDAHULUAN

Konsep cagar budaya telah dituangkan di dalam Undang Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, dalam arti bahwa bentuk perhatian sudah diupayakan yaitu aksi untuk melindungi dan melestarikan cagar budaya. Keberadaan cagar budaya membawa konsekuensi dalam upaya dan cara pelestarian yang tidak hanya terpusat pada peninggalan kepurbakalaan, tetapi menyeluruh pada aspek memperhatikan unsur lingkungan yang menjadi bagian dari kawasan cagar budaya tersebut. Sudut pandang budaya dilihat dari *cultural study* menjadi menarik perhatian mengingat keberadaannya dalam tata ruang terdapat nilai makna kultural bagi masyarakat. Kelangsungan budaya menjadi bagian tak terpisahkan dari peradaban manusia.

Dalam ranah akademis budaya dapat menimbulkan berbagai ulasan wacana konsep dan materi. Keberadaan budaya secara pasti dapat dipahami sebagai perilaku aktualisasi ide dalam sumbangsih wujud pemikiran memberikan bentuk apresiasi dalam kehidupan masyarakat. Konsep dan pembentukan budaya dicapai melalui metode pemuasan kebutuhan rasa keindahan yang ditentukan secara budaya dan terjalin erat pula dengan aspek-aspek kebudayaan lainnya (Setiawan 2017:1). Budaya menjadi produk hasil sistem yang erat kaitannya dengan tindakan dan aktivitas dalam sistem interaksi sosial. Warna budaya nusantara sangat bervariasi dan dapat dikatakan pluralis, sehingga budaya nusantara dapat dilihat saling berhadapan. Berangkat dari hal tersebut, terdapat aspek di dalam melihat dan memperlakukan warisan budaya yaitu tiga proses interaksi yang terjadi di antaranya perlawanan atau konfrontasi, saling menyerap yaitu asimilasi hingga muncul yang baru, dan menyesuaikan diri yaitu adaptasi. Penetapan dan penyesuaian diri bisa terjadi jika memang satu budaya lebih kuat dalam daya penyesuaian sehingga yang dianggap baru disesuaikan dengan cara mencangkokkan dengan yang baru bila fisik tak berdaya. Upaya penyesuaian tetap dilakukan demi kelangsungan dan keberlanjutan sebuah budaya, namun yang tidak bisa dilupakan adalah semangat spirit budaya tetap beradaptasi. Simbol dan ekspresi diungkapkan melalui penyesuaian diri namun kendati isi jati diri atau identitas tetap bertahan (Sutrisna 2012:36).

Cagar budaya menjadi sumber inspirasi dasar dalam perancangan media edukasi merupakan serangkaian kegiatan pembelajaran dalam mentransfer ilmu tentang kandungan lokal genius dan sejarah dapat dicapai secara interaktif sehingga “momok” tentang sejarah adalah dongeng dapat merangsang dan mengembangkan potensi mereka tentang penghayatan substansi nilai-nilai dibalik keberlanjutan cagar budaya. Media pembelajaran dipahami sebagai segala sesuatu yang diterapkan dalam mentransfer konten pesan sehingga dapat mengajak dan merangsang ide, perhatian dan penghayatan, serta keinginan anak dalam belajar dan tergerak menyelami proses belajar (Miarso, 2004). Metode pembelajaran perlu jurus jitu dan kiat-kiat untuk mengasah otak sehingga rangsangan minat melalui ilustrasi dan media yang inspiratif yaitu salah satunya melalui goresan ilustrasi. Aksi kreatifitas disertai keterampilan berperan secara menyeluruh dalam eksperimen dan eksplorasi dalam mencapai ilustrasi. Semua orang

sesungguhnya memiliki bakat kreatif yang lebih penting dilihat dari segi pendidikan bahwa bakat kreatif bisa untuk ditingkatkan (Munandar 1999:48).

Penelitian ini mengembangkan gambar ilustrasi bertema bangunan cagar budaya Semarang yang diperoleh dari membaca fenomena sosial dan alam kemudian di analisis berdasarkan hasil observasi. Keberadaan cagar budaya perlu dirawat, dilestarikan dan dipelajari mengingat kondisi yang terus beradaptasi dengan zaman rawan sekali rapuh dan mengalami kerusakan bahkan punah. Melalui harian Solopos yang diterbitkan pada hari Minggu (24/11/2013) diberikan terdapat sekitar 101 gedung dengan bangunan tua yang terdapat di Kota Lama, dari 101 bangunan tua tersebut disebutkan bahwa sebagian besar dinyatakan tidak terawat serta mangkrak (Asfar 2013:4). Berdasarkan hal-hal yang sudah diungkapkan memicu ide dan gagasan dengan tema pelestarian bangunan cagar budaya di kota Semarang melalui kebertahanannya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian bertemakan cagar budaya kota Semarang menerapkan metode kualitatif yaitu cara penyajian secara deskriptif analisis. Penyajian data dicapai melalui observasi dan studi literatur. Sumber data berupa dokumen, literatur, dan narasumber. Peneliti bertindak sebagai alat yaitu pengamat dan melakukan wawancara secara mendalam terhadap narasumber, kajian literatur, dan pengkajian arsip (dokumentasi). Perekaman dan penjelasan keberadaan cagar budaya kota Semarang dilakukan dengan cara pemotretan dan dan sketsa didukung desangan deskripsi. tahap demi tahap dilakukan sebagai upaya mengetahui dan menjelaskan dengan data sehingga langkah yang ditempuh dapat dilihat dalam tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Tahapan Penelitian
[Sumber: Dokumentasi Dzuha & Agus]

Aspek penelitian		Capaian Temuan
Bangunan Cagar budaya		Temuan bentuk bangunan cagar budaya
Cagar budaya kota semarang		<ul style="list-style-type: none"> • Merancang media bermuatan edukasi, dengan kandungan nilai-nilai sejarah cagar budaya. • Temuan berbagai wujud pengembangan gaya desain ilustrasi
Pengembangan wujud pengayaan desain ilustrasi		<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan media dengan muatan edukasi dengan kandungan nilai seputar cagar budaya • Ditemukan bentuk pengembangan dan inovasi media buku yang terinspirasi dari cagar budaya.
Wujud pelestarian cagar budaya: pengenalan sekaligus penanaman kepada anak mengenai nilai seni budaya bangsa.		
		
Buku ilustrasi Cagar Budaya Kota Semarang sebagai media edukasi		

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dimulai dari identifikasi cagar budaya dilanjutkan pada persoalan yang terfokus tentang ilustrasi cagar budaya kota Semarang. Selanjutnya analisis dari bahan yang dikumpulkan dilanjutkan dengan proses perancangan desain kasar ilustrasi, digitalisasi dan perancangan buku ilustrasi. Tahap selanjutnya mengimplementasikan buku ilustrasi kepada sasaran utama yaitu anak sekolah dasar. Buku ilustrasi yang sudah diimplementasikan ke dalam pembelajaran selanjutnya dievaluasi untuk mengetahui seberapa besar efek rancangan buku ilustrasi yang telah dirancang.

3.1 Bangunan Cagar Budaya Kota Semarang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2010 Pasal 1 (ayat 1) menjelaskan tentang benda cagar budaya bahwa “warisan budaya yang bersifat kebendaan, berupa benda, bangunan, struktur, dan kawasan cagar budaya baik di darat dan /atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan /atau kebudayaan melalui proses penetapan.”

Benda cagar budaya merupakan benda kreasi manusia, bergerak atau tidak bergerak yang berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagian atau sisa-sisanya, yang berumur sekurang-kurangnya 50 (lima puluh) tahun, atau mewakili masa gaya yang khas dan mewakili masa gaya sekurang-kurangnya 50 (lima puluh) tahun, serta dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan; dan benda alam yang dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan (UU No. 5/1992 Pasal 1)

Berikut adalah bangunan cagar budaya kota Semarang yang masih dapat dijumpai hingga saat ini:

a. Masjid Kauman



Gambar 1. Tampak Depan Masjid Kauman
[Sumber: Dokumentasi Agus Setiawan, 2018]

Masjid Kauman Semarang tercatat berdiri abad XVI Masehi (1575 M) yang dianggap keberadaan masjid kauman lebih tua dari Kota Semarang. Dalam catatan sejarah Yayasan MAS atau MBS dalam sebuah kisah, bahwa masjid agung kauman prakarsai oleh

Sunan Pandan Arang (Ki Ageng Pandan Arang). Masyarakat Semarang menyebutnya dengan nama Pandanaran. Ki Ageng Pandan Arang sebagai sosok ulama dari Arab dengan nama Maulana Ibnu Abdul Salam. Mitos yang didapat dari silsilah ki Ageng Pandan Arang yaitu Sunan Kalijaga melalui Sultan Hadiwijoyo penguasa Pajang telah menunjuk Sunan Pandan Arang sebagai penerus atau menggantikan Syekh Siti Jenar. Sunan Pandan Arang mendapat mandat untuk syiar Islam di wilayah bagian barat Kasultanan Bintoro Demak. Sejarah nama Semarang diambil dari kata *asem arang*. Keberadaan masjid Agung Kauman Semarang bukanlah masjid jami pertama di Semarang, namun keterkaitan dengan komponen pembentuk kota di antaranya alun-alun dan Dalem Kanjengan maka Masjid Agung Kauman paling memenuhi syarat sebagai identitas budaya kota Semarang (Priyanto 2000:2).

b. Gereja Blenduk



Gambar 2. Gaya Arsitektur Gereja Blenduk
[Sumber: Dokumentasi Agus Setiawan, 2018]

GPIB Immanuel Gereja Blenduk dalam sejarahnya tercatat tahun 1742 sudah berdiri. Eksistensi gereja Blenduk antara tahun 1894 hingga 1895 telah direnovasi oleh HPA de Wilde dan W. Westmaas. Gereja Blenduk mempunyai corak bentuk Eropa. Konsep Eropa pada gereja blenduk terlihat pada denah segi delapan (oktagonal). Dari sudut pandang penampilan di sisi utara, barat, Selatan dan timur membentuk corak arsitektur Pseudo Baroch. Atap bangunan dibentuk menyerupai bangunan kubah di Eropa. Keberadaan Gereja Blenduk sebagai cagar budaya telah ditetapkan dan diputuskan masuk BCB dengan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM.24/PW.007/MKP/2007 (Hendro 2015:23)

Istilah 'Blenduk' dalam bahasa Jawa diartikan 'membulat', jika dilihat dari wujud kubah Gereja diwujudkan membentuk bulatan. Gereja Blenduk berada di jalan Letjend Suprpto 32 Semarang. tahun 1894 sempat direnovasi W.Westman dan HPA de Wilde yaitu penambahan dua menara. Bangunan gereja Blenduk ini masih dipakai untuk kegiatan keagamaan yaitu Kebaktian setiap minggu oleh umat Nasrani.

c. Klenteng Sam Poo Kong



Gambar 3. Kemegahan Arsitektur Klenteng Sam Poo Kong
[Sumber: Dokumentasi Agus Setiawan, 2018]

Penampakan simbol Cina hampir mendominasi serta menghiasi sudut bangunan Klenteng Sam Po Kong. Di lihat dari sejarahnya ekspedisi Cheng Ho berasal dari daratan Cina. Keseluruhan bangunan, ritual, upacara dan ornamen di Klenteng Sam Po Kong seperti payung dewa, warna Merah dan kuning, lilin dan lapion serta hio. simbolisasi warna merah memberikan arti tersendiri yaitu tentang kegembiraan yang melambangkan manusia yang harus selalu optimis, adapun warna kuning dipahami sebagai warna kekaisaran dan lambang unsur tanah yang menggambarkan kesejahteraan hidup manusia di dunia. Ornamen dan arsitektur atap melengkung naik menunjukkan coral Tiongkok Selatan (Julianto 2015:38).

Selain simbol Cina juga terdapat simbol Islam di Klenteng Sam Po Kong yaitu terdapat makam Kyai Juru Mudi Dampo Awang. Ciri Islam didapat dari bentuk cungkup berciri khas makam Islam. Adapun, keberadaan makam Kyai dan Nyai Tumpeng juga makam Islam. Wujud fisik tidak menunjuk pada bentuk makam Islam. Namun, penyebutan Kyai dan Nyai mengacu pada gelar atau sebutan orang yang dihormati dan disegani dalam tatanan masyarakat Islam. Di sisi lain penampakan simbol Islam didapati dalam doa yang digunakan baik peziarah yang beragama Islam maupun oleh juru kunci pada makam Kyai Juru Mudi Dampo Awang, makam Kyai dan Nyai Tumpeng serta makam Kyai Jangkar (Julianto 2015).

d. Lawang Sewu

Tontjetrunay mengungkapkan, bahwa Lawang Sewu merupakan bangunan tua yang terletak di sudut jalan Pemuda persis di bundaran Tugu Muda. Gedung ini dulunya merupakan Kantor Pusat Perkeretaapian Hindia Belanda (NIS= *Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij*) yang pertama dan terbesar. Arsitektur modern pertama di Indonesia ini merupakan hasil perancangan orang Belanda Prof. Jacob F. Klinkhamer dan BJ Queendag, yang diresmikan pada tanggal 1 Juli 1907 (Haryadi 2011:56).



Gambar 4. Kemegahan Arsitektur Gereja Blenduk
[Sumber: Dokumentasi Agus Setiawan, 2018]

Pada abad XIX Lawang Sewu dibangun oleh arsitek C. Citroen. Penamaan lawang Sewu karena memiliki banyak pintu disetiap ruang. Kompleks Lawang Sewu terbagi atas dua masa bangunan utama yaitu bangunan berbentuk L berada disebelah barat kemudian di sebelah timur merupakan masa linier. Kondisi semua bangunan berlantai dua dan bercorak Romanesque Revival. Daerah pintu masuk diapit dua menara dan papa bagian atas membentuk copula persegi delapan bertudung kubah. Wujud atap limasan majemuk ditutup dengan genteng. Pintu terbuat dari Katy berdaun ganda atau disebut pintu kupu tarung. bagian ambang jendela berbentuk lengkung dan ambang bawah tidak disangga (Hendro 2015:23). Gedung Lawang Sewu di bawah naungan PT KAI sudah direnovasi. Lawang Sewu sebagai bangunan yang unik, khas dan menarik, sehingga layak dijadikan sumber inspirasi dalam media pembelajaran.

e. Stasiun Tawang



Gambar 5. Kemegahan Arsitektur Stasiun Tawang
[Sumber: Dokumentasi Agus Setiawan, 2018]

Stasiun Tawang adalah stasiun kereta api yang tetap beroperasi hingga saat ini. keberadaan Stasiun Tawang telah menggantikan peran stasiun Tambak Sari milik NIS yang pertama. Pada tanggal 16 Juni 1864 secara resmi untuk melayani jalur Semarang-Jogja-Solo. Stasiun ini merupakan salah satu bagian komponen penting dalam pengangkutan barang maupun penumpang pada saat itu, sehingga jejak peradabannya

mampu merekam dalam bidang transportasi perkeretaapian. Selanjutnya stasiun ini dapat menunjukkan bukti perjalanan sejarah bidang transportasi pada masa era kolonial (Hendro 2015:23). Gaya arsitektur era Kolonial begitu kental sehingga dari sisi sejarah arsitektur dan desain dapat dilihat corak-corak yang membangun sebuah gedung yang memiliki keunikan dan keistimewaaan.

3.2 Media Edukasi dalam goresan Ilustrasi

Buku bergambar bagi anak khususnya pada masa belajar memiliki peran penting yaitu peran formatif dalam pendidikan. Terdapat proses interaktif yang terbangun melalui pesan dan sarana informasi yang disampaikan. Buku ilustrasi secara wujud terdiri dari buku dan ilustrasi. Buku adalah persoalan dimensi ukuran sedangkan ilustrasi lebih pada bagian dari konten dalam membangun pemahaman diantaranya coretan dengan teknik gambar, fotografi, lukisan maupun grafis. buku ilustrasi berupa lembaran-lembaran yang disusun dan disatukan dalam sampul.

3.2.1. *Development* (Pengembangan Media Edukasi)

Pada tahap pengembangan konsep sudah bisa disusun untuk dilanjutkan pada tahap proses produksi desain untuk diwujudkan menjadi produk buku ilustrasi. Merujuk dari hasil analisis dan konsep perancangan desain, maka dibuat pemodelan produk sesuai dengan hasil/capaian yang diharapkan. Buku ilustrasi berisi seputar sejarah bangunan cagar budaya yang dipilih dengan suguhan berupa ilustrasi penggambaran isi dibuat secara ekspresif dan menarik. Dalam konsep pengembangannya menjadi materi praktik mata kuliah komunikasi grafis diperlukan usaha maksimal mahasiswa secara langsung dalam menggabungkan antara kompetensi manual dan digital yang dimiliki dengan target capaian pembelajaran yang diharapkan.



Gambar 6. Desain Pengembangan Buku Ilustrasi Cagar Budaya Semarang
[Sumber: Dokumentasi Dzuha, 2018]

Isi dari buku ilustrasi yang dibuat haruslah merupakan kombinasi antara pengumpulan data arikel yang sudah dikumpulkan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan sehingga ketercapaian produk hasil mata kuliah komunikasi grafis dapat tersampaikan secara lebih efektif. Referensi visual dibutuhkan dalam pengembangan isi buku ilustrasi sehingga mahasiswa mampu mengkomparasikan referensi dengan hasil karya buku ilustrasinya dengan usaha yang lebih maksimal karena sudah dilakukan riset dan observasi sebelumnya.

3.2.2. Goresan Ilustrasi Cagar Budaya Kota Semarang

Desain buku ilustrasi yang dibuat menggunakan desain karya sketsa ilustratif dan *colourfull*. Secara global pengayaan ilustratif dan ekspresif sendiri memiliki makna menggambar secara spontan dan ekspresif sehingga target sasaran buku ilustrasi yang melihat buku menjadi tertarik dan mudah memahami isi buku. Mahasiswa dalam pembuatan buku ilustrasi mereka juga harapannya mampu mengkomunikasikan bentuk visual yang tepat sehingga capaian mata kuliah yang diharapkan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.



Gambar 7. Ilustrasi 5 Bangunan Cagar Budaya Semarang
[Sumber: Dokumentasi Dzuha, 2018]

3.2.3. *Implementation (Implementasi) Media edukasi sebagai wujud kebertahanan*

Buku ilustrasi ini diberi judul “Sepercik Cagar Budaya Semarang”. Judul ini merupakan pengembangan dari konseptualisasi tahap sebelumnya yakni gambar sketsa ilustrasi ekspresif. Isi dari buku ilustrasi ini mengenalkan setidaknya lima sejarah bangunan cagar budaya di kota Semarang. Dikarenakan target sasaran adalah anak-anak dengan mengingat sks yang ada dalam satu semester tidak terlalu banyak maka diambilah lima sub tema bangunan cagar budaya untuk isi buku ilustrasi.



Gambar 8. Implementasi Buku Ilustrasi Cagar Budaya Pada Anak
[Sumber: Dokumentasi Dzuha, 2018]

Buku ilustrasi dirancang dalam format ukuran kertas A4 (21cm x 29.7cm), dibuat menggunakan warna yang *colourfull*. Pada pelayoutannya menggunakan layout bebas dengan beberapa objek gambar isi yang diwujudkan dalam bentuk ekspresif. Susunan teks dan gambar visual dibuat menyesuaikan tujuan penyampaian cerita. Tipografi memakai jenis huruf dengan model pengayaan tulisan tangan untuk memberikan kesan natural dan tidak formal. Proses penyampaian buku kepada target sasaran dibagikan secara langsung ataupun lewat pihak sekolah.

4. KESIMPULAN

Cagar budaya sebagai media edukasi merupakan serangkaian kegiatan pembelajaran dalam mentransfer ilmu yang harapannya dilaksanakan secara interaktif sehingga dapat mengembangkan potensi mereka dalam menyerap substansi dalam nilai-nilai dibalik kebertahanan cagar budaya. Cagar budaya masuk dalam wilayah *cultural study* dapat dilihat dalam konteks pemahaman makna sehingga dalam dimensi kajian dan implementasi begitu menarik. Bangunan cagar budaya di Kota Semarang menjadi sumber inspirasi dalam merancang ilustrasi. keberlangsungan budaya bagian dari peradaban manusia dan budaya dapat dipahami sebagai proses pemikiran untuk memberi apresiasi kehidupan masyarakat. kehadiran buku ilustrasi di tengah masyarakat setidaknya memberikan kontribusi dalam mendukung gerakan literasi budaya. Hasil penelitian ini dapat dipetik pemikiran bahwa pengembangan media yang inspiratif melalui kreativitas dan ketrampilan yang dicapai melalui eksperimen berupa ilustrasi setidaknya sebagai upaya memperkuat kebertahanan cagar budaya. Cagar

budaya dapat menjadi inspirasi seorang kreator dalam menghasilkan desain ilustrasi. Hasil dari kreator dapat dikemas menjadi media edukasi yang menarik dalam menunjang proses pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Asfar, Adib. 2013. "CAGAR BUDAYA : Pemkot Semarang Didesak Bikin Perda Perlindungan Bangunan Kuno." *Solopos*.
- Haryadi, Dwi. 2011. "Upaya Perlindungan Benda Cagar Budaya Lawang Sewu Semarang." *KEADILAN PROGRESI* 2(1):55–68.
- Hendro, Eko Puncto. 2015. "Pelestarian Kawasan Konservasi Di Kota Semarang." *Jurnal Konservasi Cagar Budaya Borobudur* 9(1):17–28.
- Julianto, Edi Nurwahyu. 2015. "Spirit Pluralisme Dalam Klenteng Sam Po Kong Semarang." *The Messenger* VII(2):36–41.
- Munandar, Utami. 1999. *Mengembangkan Bakat Dan Kreatifitas Anak Sekolah*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Priyanto, S. 2000. *Konservasi Dan Pengembangan Masjid Agung Kauman Semarang Untuk Identitas Budaya Dan Pariwisata*. Semarang.
- Setiawan, Agus. 2017. *Eksotisme Budaya Rupa Islam Abad XVI Di Jawa*. Yogyakarta: Histokultura.
- Sutrisna, Deni. 2012. "Surat-Surat Melayu Beriluminasi Di Abad Ke-18 Dan Ke-19 Di Sumatra: Inspirasi Seni Motif Dan Ragam Hias Persuratan Penting Di Masa Kini." *Naditira Widya* 6(1):35–51.

PERANCANGAN GAME BEDUGUL FOREST DENGAN METODE PENGEMBANGAN MULTIMEDIA LUTHER-SUTOPO

Wahyu Untoro¹, I Putu Satwika², Anak Agung Ayu Putri Ardyanti³, Wawan Sujarwo⁴

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika STMIK Primakara

wahyuuntoro54@gmail.com¹, satwika@primakara.ac.id², putri.ardiyanti@primakara.ac.id³,

wawan.sujarwo@lipi.go.id⁴

Abstrak

Game adalah salah satu cara yang dilakukan beberapa orang untuk merasakan kesenangan. Tidak hanya itu, *game* juga bermanfaat sebagai sarana untuk belajar. *Game* edukasi memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan pemahaman siswa agar tertarik belajar hal-hal baru, termasuk belajar mengenai pengenalan Budaya Bali ke masyarakat umum tanpa menghilangkan sisi edukasi sejarah. Museum Panca Yadnya adalah sebuah museum yang berada di kawasan Kebun Raya Eka Karya Bali. Menurut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, Kunjungan wisatawan tidak menentu ke objek wisata Kebun Raya Eka Karya. Oleh karena hal tersebut, peneliti merasa perlu untuk membuat sebuah *game* yang memperkenalkan museum Panca Yadnya kepada masyarakat umum. Dalam pembuatan *game*, salah satu metode yang digunakan adalah metode Luther-Sutopo dengan penambahan tahapan *maintenance*. Berdasarkan kombinasi metode perancangan *game* tersebut dibuatlah *game* Bedugul Forest yang mengangkat tema Museum Panca Yadnya Kebun Raya Eka Karya. Adapun setelah diuji kepada pengguna secara langsung, *game* Bedugul Forest mendapatkan penilaian rata-rata sangat baik dari semua aspek yang diujikan.

Kata Kunci: Bali, Bedugul Forest, *Game* Edukasi, Museum, Multimedia

Abstract

Game is one of the ways that several people do to experience joy. Not only that, but games also helpful as a tool to study. Game education has an objective to improve students understanding to learn new things, including learning about the introduction of Balinese culture to the public without removing the historical education side. Panca Yadnya Museum is a museum in the area of Eka Karya Botanical Garden in Bali. According to the research had been done before, tourist visits to Eka Karya Botanical Garden have been uncertain. Because of this matter, researchers fell necessary to create a game that introduces the Panca Yadnya Museum to the public. In creating the game, one of the methods used is the Luther-Sutopo method with the addition of the maintenance stage. Based on the combination of game design methods, the Bedugul Forest game has made which took up the theme of Panca Yadya Museum Eka Karya Botanical Garden. After tested to users directly, the Bedugul Forest game gets the average excellent judgment from all aspects that had tested.

Keywords: Bali, Bedugul Forest, Education Game, Museum, Multimedia

1. PENDAHULUAN

Game adalah salah satu cara yang dilakukan beberapa orang untuk merasakan kesenangan. Orang akan merasa senang karena merasa memiliki dunianya sendiri. Di dalam *game* setiap pemain memiliki tujuan untuk dapat memenangkan *game*. Jikalau pun kemenangan tidak didapatkan, maka *game* dapat diulang kembali (Adams, 2009). Selain sebagai media bersenang-senang, *game* juga memiliki manfaat sebagai media edukatif dan disebut dengan *game* edukasi. *Game* edukasi memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan pemahan siswa sehingga siswa akan tertarik belajar suatu hal baru (Novaliendry, 2013). Selain bagi siswa, *game* edukasi juga dapat memberikan hiburan dan dapat mengenalkan salah satu Budaya Bali ke masyarakat umum tanpa menghilangkan sisi edukasi sejarah (Putra, Wiranatha, & Buana, 2015).

Dalam penelitian ini, penulis akan membuat sebuah *game* yang diberi nama Bedugul Forest. *Game* Bedugul Forest mengambil latar belakang Museum Panca Yadnya. Museum Panca Yadnya adalah sebuah museum yang berada di kawasan Kebun Raya Eka Karya Bali. Museum Panca Yadnya diresmikan pada bulan Juli 2018. Museum ini menyimpan artefak dan tumbuhan yang berhubungan dengan lima upacara dalam agama Hindu (Kebun Raya Bali LIPI, n.d.). Menurut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, didapati bahwa Kunjungan wisatawan tidak menentu ke objek wisata Kebun Raya Eka Karya (Purnama & Ardyanti, 2017). Selain itu, saat melakukan observasi lapangan, museum Panca Yadnya tidak dibuka penuh untuk umum karena masih minimnya petugas yang dapat menjadi penjaga barang-barang di museum. Namun kedepannya, jika terdapat banyak pengunjung museum Panca Yadnya akan dibuka penuh untuk umum. Oleh karena hal tersebut, peneliti merasa perlu untuk membuat sebuah *game* yang memperkenalkan museum Panca Yadnya kepada masyarakat umum.

Dalam pembuatan *game*, salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode Luther-Sutopo. Metode Luther-Sutopo adalah sebuah metode yang dikembangkan oleh Hadi Sutopo dengan memodifikasi metode multimedia *development life cycle*. Metode Luther-Sutopo dapat digunakan untuk membuat bermacam macam produk multimedia mulai dari film, video sampai dengan aplikasi multimedia atau *game* (Binanto, 2010). Metode pengembangan multimedia Luther-Sutopo yang terbagi menjadi 6 tahapan yaitu konsep, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing* dan distribusi. Dalam pembuatan *game* Bedugul Forest akan digunakan metode Luther-Sutopo sebagai metode utama. Namun disisi lain, Hidayat dan Astari menekankan bahwa *maintenance* adalah salah satu dari tahapan yang harus dilakukan pada *game* agar tahapan *publishing game* sukses dan berjalan lancar (Hidayat & Astari, 2018). Sehingga dalam pembuatan *game* metode perancangan akan dikembangkan dengan penambahan tahapan *maintenance* kepada *game*.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang dikerjakan dan disusun secara sistematis untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan agar penelitian dapat ditemukan, dikembangkan serta dibuktikan untuk lebih lanjutnya dapat memecahkan

suatu masalah. Dalam penelitian ini menggunakan pengembangan metode dari Luther-Sutopo dengan menambahkan metode dari Hidayat dan Astari yaitu *maintenance*.

2.1 Objek Penelitian

Objek yang digunakan untuk dilakukan dalam penelitian pengembangan metode Luther-Sutopo dalam pembuatan *game* edukasi Bedugul Forest adalah masyarakat Indonesia dengan rentang usia 15 sampai 31 tahun yang pernah mengunjungi Kebun Raya Eka Karya.

2.2 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian pengembangan metode Luther-Sutopo dalam pembuatan *game* edukasi Bedugul Forest adalah masyarakat Bali dan wisatawan yang berasal dari Indonesia yang pernah berkunjung ke Bali.

2.3 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan teknik *sampling* yaitu teknik *probability sampling* dengan tipe *simple random sampling*. Tipe ini akan mengambil sampel masyarakat secara acak untuk setiap masyarakat umum ataupun wisatawan yang berasal dari Indonesia yang pernah berkunjung ke Kebun Raya Eka Karya. Untuk menentukan jumlah sampel dari penelitian, digunakan rumus yang dikemukakan Hadari Nawawi (Dr. Sandu Siyoto, SKM & Nia Sari, S. Si, 2016).

$$n \geq pq \left(\frac{z^{1/2} \alpha}{b} \right)^2$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

p = proporsi populasi presentase kelompok pertama

q = proporsi sisa dalam populasi

$Z^{1/2} \alpha$ = besarnya Z untuk α tertentu

b = presentasi kemungkinan toleransi kesalahan

Pada perhitungan sampel untuk *game* Bedugul Forest, ditentukan beberapa nilai untuk menghitung sampel. Diketahui jumlah wisatawan domestik tahun 2017 sejumlah 8.735.633 orang (Badan Pusat Statistik Bali, 2018). Sedangkan penduduk Bali tahun 2017 diperkirakan sejumlah 4.246.500 orang (Badan Pusat Statistik Bali, n.d.). Untuk pengunjung Kebun Raya Eka Karya terdiri dari wisatawan yang berasal dari Indonesia dan penduduk lokal Bali berjumlah 384.064 pengunjung ("Jumlah pengunjung Kebun Raya LIPI tahun 2014-2017," 2017). Kemungkinan tingkat kekeliruan dalam penelitian ini adalah 5% sehingga $Z^{1/2} \alpha$ adalah 1.96.

Dari data diatas, selanjutnya dimasukkan ke dalam rumus sebagai berikut.

Diketahui:

pengunjung = pengunjung Kebun Raya Eka Karya = 384.064

wisdom = wisatawan domestik = 8.735.633

penduduk = Penduduk Bali = 4.246.500

$$p = \frac{\text{pengunjung}}{(\text{wisdom} + \text{penduduk})} 100\%$$

$$p = \frac{384.064}{(8.735.633+4.246.500)} 100\% = 3\% = 0.03$$

$$q = 1 - p$$

$$= 0.97$$

$$Z^{1/2} \alpha = 1,96$$

$$b = 5\% = 0.05$$

$$n \geq pq \left(\frac{z^{1/2} \alpha}{b} \right)^2$$

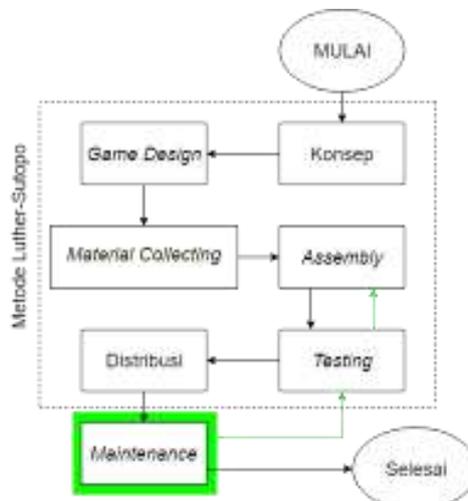
$$n \geq (0,03) (0,97) (1536,64)$$

$$n \geq 44.7$$

Dalam penelitian ini digunakan minimal 45 orang masyarakat umum dan wisatawan yang berasal dari Indonesia dan pernah mengunjungi Kebun Raya Eka Karya dengan rentang usia 15 tahun sampai 31 tahun.

2.4 Alur Pengembangan Game

Alur Penelitian adalah langkah peneliti dalam melakukan penyusunan laporan penelitian. Alur penelitian ini mengambil langkah-langkah dari pengembangan multimedia Luther-Sutopo dengan ditambahkan tahapan *maintenance*. Tahapan *maintenance* penting karena dalam membuat *game*, salah satu yang menjadi kunci sukses dalam publishing *game* adalah memperbaiki fitur di dalam *game* secara berkala. hal ini dapat membuat pengguna bertahan menggunakan *game*. Untuk mempermudah penjelasan alur pengembangan *game*, alur digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Pengembangan Game
[Sumber: Dokuemtasi Wahyu,dkk]

2.4.1 Konsep

Konsep merupakan dasar dari pengembangan sebuah produk. Di dalam konsep akan ditentukan tujuan dibuatnya aplikasi serta target pengguna yang akan disasar. Selain tujuan, dasar aturan dalam aplikasi juga ditentukan. Dasar aturan yang ditentukan dapat berupa ukuran aplikasi serta target pengguna aplikasi (Binanto, 2010). Pada tahapan ini dicari permasalahan yang ada di Museum Panca Yadnya Kebun Raya Eka Karya melalui pengumpulan data. Pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, wawancara serta observasi. Adapun dari pengumpulan data didapatkan bahwa salah satu permasalahan yang ada adalah kurangnya pengunjung yang mengunjungi museum. Selanjutnya dari konsep akan dibuatkan beberapa *game design* yang dapat dipilih dari pihak museum.

2.4.2 Game Design

Tahapan *Game Design* adalah tahapan untuk mendesign spesifikasi dari produk yang dibuat. Spesifikasi mencakup arsitektur *product*, *style*, tampilan dan material untuk produk. Pada tahapan *design* biasanya akan digunakan *storyboard* untuk menampilkan semua tahapan dan mendeskripsikan setiap *scene*. *Storyboard* akan dijadikan sebagai pedoman utama dalam membuat produk, untuk itu *storyboard* harus jelas dan detail agar tidak terjadi kesalahpahaman pada team (Binanto, 2010). Pada tahapan *game design* dibuat detail dari aplikasi yang telah dikonsepskan. *Game design* dikirim kepada pihak museum, dari beberapa *game design* akan dipilih satu untuk selanjutnya dibuat menjadi program. Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan bahan penunjang *game* serta mengimplementasikannya menjadi sebuah *game* yang dapat dimainkan.

2.4.3 Material Collecting

Tahapan *material collecting* adalah tahapan untuk membuat serta mengumpulkan material-material yang akan digunakan dalam produk. Material tersebut dapat berupa gambar, suara, animasi ataupun materi pendukung produk lainnya yang dapat diperoleh secara gratis ataupun membeli. Semua material yang dikumpulkan berdasarkan yang telah ditetapkan pada tahapan *design*. Tahapan *material collecting* dapat dilakukan bersamaan dengan tahapan *assembly* (Binanto, 2010). *Material Collecting* merupakan tahapan dalam mengumpulkan seluruh material berupa suara, video, gambar ataupun materi-materi terkait yang akan digunakan dalam pembuatan *game* edukasi Bedugul Forest. Proses *material collecting* akan dilakukan bersamaan dengan proses *assembly*.

2.4.4 Assembly

Tahapan *assembly* merupakan tahapan dimana semua material digabungkan berdasarkan tahapan yang ada di dalam *storyboard*. Tahapan *assembly* mencakup pembuatan ilustrasi, pembuatan audio serta pemrograman (Binanto, 2010). *Assembly* atau *prototyping* adalah pembuatan dan penggabungan seluruh material menjadi sebuah *game* yang utuh. Dalam pembuatan material gambar digunakan *software* Adobe Photoshop serta Adobe Illustrator dalam pembuatan gambar. Untuk animasi menggunakan *software* Spriter. Untuk audio menggunakan *software* Adobe Audition. Dalam penggabungan elemen menjadi *game* yang utuh penulis menggunakan *game engine* Construct 2.

2.4.5 Testing

Tahapan selanjutnya setelah *assembly* adalah tahapan *testing*. Pada tahapan *testing* produk diuji apakah sudah layak untuk dapat didistribusikan kepada pengguna. Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui produk berjalan sesuai dengan rancangan pada tahapan *design* (Binanto, 2010). Tahapan *testing* merupakan tahapan yang penting untuk dilakukan untuk menghindari *bug* atau kesalahan sistem pada *game*. Pada *testing* menggunakan metode pengujian Blackbox untuk mengetahui hasil akhir dari *game* yang telah dibuat. Jika ditemukan sebuah *bug* maka akan kembali lagi ke tahapan *assembly*.

2.4.6 Distribusi

Selanjutnya setelah *game* selesai dibuat, tahap berikutnya adalah distribusi. Tahapan distribusi adalah tahapan untuk membuat *master file*. *Master file* didistribusikan kepada *user* dengan dokumentasi produk dan *user manual* (Binanto, 2010). Tahap distribusi adalah tahapan untuk memberikan akses kepada pengguna untuk memakai *game* yang telah dibuat. Pada tahap distribusi juga dilakukan pemasaran terhadap aplikasi yang telah dibuat.

2.4.7 Maintenance

Setelah *game* disebarluaskan kepada pengguna ada beberapa kunci sukses yaitu DevOps atau pembaruan konten secara regular. *Analysis-Driven decision*, semua update pada *game* akan mempengaruhi data pengguna. *Marketing*, melakukan *pre-release* ke media untuk memperkenalkan *game* yang dibuat. Serta retensi, memperbaiki *game* sesuai Analisa pengguna dan evaluasi keberhasilan dan kekurangan secara berkala (Hidayat & Astari, 2018). Tahapan terakhir adalah *maintenance*, *maintenance* adalah tahapan perawatan terhadap *game* yang telah didistribusikan. Pada tahapan *maintenance* juga dilakukan pengecekan statistik mulai dari jumlah *downloader* hingga laporan mengenai berapa sering *game crash*. Jika banyak terjadi *crash* maka *game* harus dicek kembali dan masuk ke tahap *assembly*. Selain itu pada tahapan *maintenance* juga disebarkan kuesioner kepada masyarakat setelah mencoba *game* edukasi *Bedugul Forest* untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap grafis, *gameplay* serta untuk mendapatkan saran untuk pengembangan *game* ke depannya. Tahapan ini penting sebagai perencanaan pengembangan *game* ini ke depannya, apakah perlu adanya perbaikan untuk kenyamanan *user* dalam bermain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tahapan Konsep

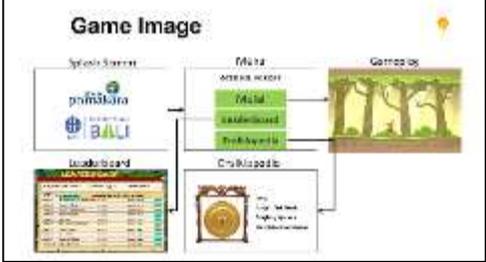
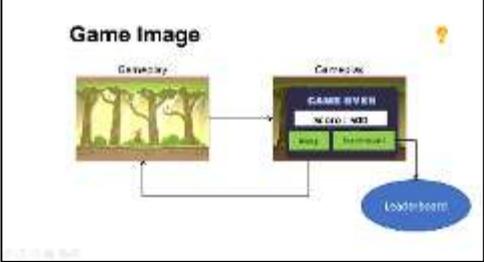
Pada tahapan konsep dilakukan observasi dan wawancara terhadap Bapak Dr. Wawan Sujarwo selaku Kepala Humas Museum Panca Yadnya Kebun Raya Bali yang berlokasi di Museum Panca Yadnya Kebun Raya Eka Karya. Dari observasi dan wawancara tersebut dihasilkan bahwa kunjungan di Museum Panca Yadnya Kebun Raya Eka Karya hampir tidak ada dikarenakan museum belum dibuka untuk umum. Karena hal tersebut maka dikonsepsikan sebuah *game* yang akan diperuntukkan sebagai media untuk memperkenalkan Kebun Raya Eka Karya kepada masyarakat. *Game* ini nantinya dapat berada di dalam sistem yang terintegrasi yang didalamnya terdapat sistem informasi

artefak, sistem informasi tanaman obat dan *game-game* pengenalan lingkungan Kebun Raya Eka Karya Bedugul.

3.2. Tahapan Design

Pada tahapan *game design* telah dibuat dua *game design* dokumen yang dipresentasikan kepada Bapak Dr. Wawan Sujarwo selaku Kepala Humas dari Kebun Raya Eka Karya. Dari presentasi *game design* dokumen tersebut dipilih *game design document* yang berjudul Bedugul Forest. *Game Design Document* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. *Game Design Document*
[Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

 <p>Game Image</p> <p><i>Game Image (Main Menu)</i></p>	 <p>Game Image</p> <p><i>Game Image (Game Over)</i></p>
 <p>Gameplay</p> <p><i>Game item</i></p>	 <p>Informasi Dasar</p> <p><i>Gameplay I</i></p>
 <p>Informasi Dasar</p> <p><i>Gameplay II</i></p>	 <p>Informasi Dasar</p> <p><i>Mini-game</i></p>
 <p>Informasi Dasar</p> <p><i>MiniGame Clear</i></p>	

3.3 Tahapan *Material Collecting*

Pada tahapan ini dikumpulkan material yang akan digunakan dalam pembuatan *game*. Pada tahapan ini dilakukan juga pengambilan gambar artefak ke Museum Panca Yadnya di Kebun Raya Eka Karya. Pada tahapan ini dapat dilakukan *design* terhadap asset yang digunakan dalam *game* bersamaan dengan tahapan *assembly*.



Gambar 2. Hasil *Material Collecting*
[Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

3.4 Tahapan *Assembly*

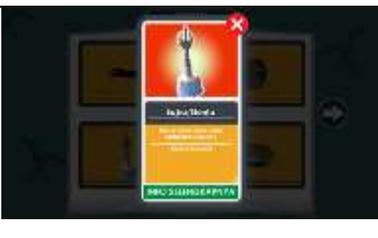
Pada tahapan *assembly* semua material akan digabungkan untuk menjadi sebuah program. Pada tahapan ini penulis menggunakan *game engine* Construct 2 untuk menggabungkannya menjadi sebuah *game* yang dapat dimainkan. Construct 2 merupakan sebuah *game engine* yang menghasilkan *project* akhir HTML5. File HTML5 tersebut selanjutnya diubah dengan menggunakan cocoon.io untuk mendapatkan *file* APK yang dapat di-*install* pada perangkat android.

3.5. Tahapan *Testing*

Setelah tahapan *assembly* selesai, tahapan pengujian akan dimulai dengan Blackbox *testing*. Blackbox *testing* dibagi menjadi dua fase yaitu fase pertama menguji aplikasi kepada pihak-pihak yang mengetahui tentang tujuan dan fungsi dari *game* yang dibuat. Sedangkan fase kedua dilakukan kepada *user* umum, yang akan memainkan *game* ini nantinya. Fase kedua akan dilakukan setelah pengujian fase pertama selesai dan hasil revisi yang dibuat disetujui oleh penguji. Berikut adalah hasil dari Blackbox *testing* fase pertama dan kedua.

Tabel 2. Blackbox Testing Fase I
 [Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

Sebelum Testing	Hasil Revisi
<i>Game Story</i>	
<p>Bedugul Forest adalah sebuah <i>game</i> edukasi yang berlatar belakang seorang arkeolog yang berpetualang di Hutan Bedugul untuk menemukan artefak-artefak tersembunyi. Dalam mengumpulkan artefak, arkeolog akan berlari sambil mengumpulkan tanaman-tanaman upacara yang ada.</p>	<p>Disuatu wilayah di Bali Dwipa, terdapat sebuah kerajaan yang dipimpin oleh seorang raja yang sombong dan rakus. Pendeta ini pun mendatangi raja dan memberinya nasehat, namun raja malah marah dan memerintahkan pasukannya untuk membunuh pendeta tersebut. Pendeta tersebut pun mengutuk raja menjadi monyet dan harus mengumpulkan seluruh benda keramat pendeta untuk dapat berubah kembali menjadi manusia.</p>
<i>Opening/Intro Game</i>	
<p>Tidak Ada</p>	
<i>Gameplay Utama</i>	
	
<i>Gameplay Mini Game</i>	
	
<i>Gameplay Mini Game</i>	

Sebelum <i>Testing</i>	Hasil Revisi
	
<i>Style Gambar</i>	
	
	
	
	

Tabel 3. Blackbox *Testing* Fase II
 [Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

Bagian Pengujian	Hasil Revisi
<i>Gameplay</i> Utama	Rintangan awal terlalu cepat muncul.
<i>Gameplay</i> Utama	Energy terlalu cepat habis dan item pisang terlalu lama muncul.
<i>Game Over</i> Menu	Tombol <i>leaderboard</i> tidak berfungsi.

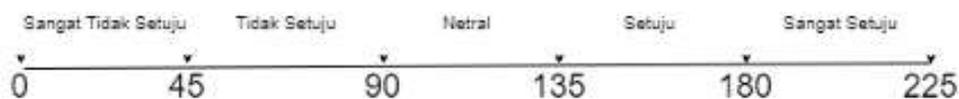
Pengujian validitas dan reliabilitas akan dilakukan setelah tahapan distribusi. Pada pengujian ini *user* dari *game* akan diberikan kuesioner dalam bentuk Google Form. Menurut Korhonen, kuisisioner digunakan untuk menguji aspek playability pada

permainan. Aspek playability terdiri dari 3 faktor yaitu *Gameplay*, *usability* dan *mobility* (Rifai, 2015). Di penelitian lain ditambahkan juga faktor audio yang diujikan kepada *user* (Andriyanto, 2016).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Rifai dengan pertimbangan dari Korhonen, serta penelitian Andriyanto. Serta mempertimbangkan penelitian dari Dewi (Ghea Putri Fatma Dewi, 2012) maka dibuatlah sebuah kuesioner yang terdapat pada tabel 4. Dari pertanyaan kuesioner yang telah disiapkan akan diuji menggunakan SPSS untuk mengetahui apakah kuesioner valid dan reliabel. Kuesioner dinyatakan valid jika R hitung > R tabel. R hitung didapatkan dari perhitungan SPSS sedangkan R table menggunakan acuan R Tabel : 0,632.

Setelah dilakukan uji validitas selanjutnya dari pertanyaan yang valid dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan IBM SPSS dan mendapatkan hasil 0.6319. hasil tersebut lebih kecil daripada nilai Alpha Cronbach's yaitu 0.962. Maka kuesioner tersebut dinyatakan valid dan reliabel.

Setelah *game* Bedugul Forest berhasil dibuat menggunakan pengembangan metode Luther-Sutopo, selanjutnya akan dihitung penilaian *user* terhadap *game* Bedugul Forest. Untuk menghitung kuesioner dengan skala likert, setiap butir jawaban akan dikali tingkat persetujuan. Setelah nilai setiap pengguna dikali, lalu dijumlahkan dan di klasifikasikan dalam gambar 3 dan hasilnya seperti pada tabel 4.



Gambar 3. Diagram Penentuan Respon Pengguna
[Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

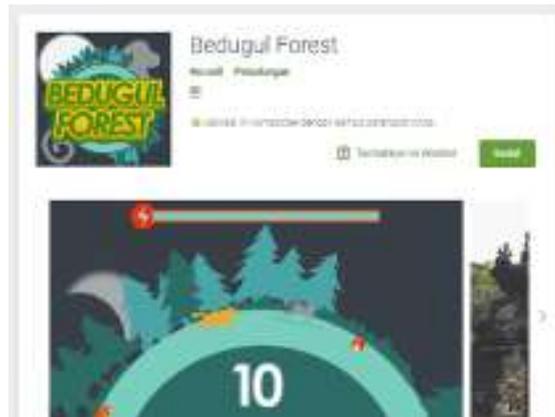
Tabel 4. Hasil Kuesioner Penilaian User
[Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

No	Pernyataan	Nilai	Hasil
<i>Faktor Usability</i>			
1	Tata letak layar efisien dan visual yang ditampilkan menyenangkan	187	Sangat Setuju
2	Indikator dan simbol yang ada pada <i>game</i> terlihat dengan jelas	187	Sangat Setuju
3	Istilah dalam <i>game</i> mudah dimengerti	188	Sangat Setuju
4	Icon tombol konsisten dan sesuai aturan	195	Sangat Setuju
5	Kontrol mudah dipahami	195	Sangat Setuju
6	<i>Game</i> memberikan umpan balik pada tindakan pemain	188	Sangat Setuju
7	<i>Game</i> dapat terjadi <i>error</i> permanen dan harus <i>restart game</i>	134	Netral
8	Pemain tidak perlu menghafal hal-hal yang tidak penting dalam <i>game</i>	186	Sangat Setuju

No	Pernyataan	Nilai	Hasil
9	Game disertai petunjuk/bantuan	196	Sangat Setuju
10	Karakter dalam game menarik	159	Setuju
11	Pemain mendapatkan pengetahuan baru dari game	192	Sangat Setuju
Rata-rata		182.4	Sangat Setuju
Faktor Mobility			
12	<i>Loading game</i> dapat dimulai dengan cepat	192	Sangat Setuju
13	<i>Game</i> dapat dimainkan kapan saja	204	Sangat Setuju
14	<i>Game</i> tidak terganggu dengan notifikasi seperti sms masuk ataupun telepon	188	Sangat Setuju
Rata-rata		194.7	Sangat Setuju
Faktor Gameplay			
15	<i>Game</i> dapat mengenalkan Museum Panca Yadnya Kebun Raya Eka Karya Bedugul Bali	190	Sangat Setuju
16	Pemain dapat melihat progress dari permainan sebelumnya	194	Sangat Setuju
17	Pemain mendapatkan hadiah yang bermakna	176	Setuju
18	Pemain yang mengontrol semua dalam <i>game</i>	192	Sangat Setuju
19	Tantangan, strategi dan kecepatan seimbang	188	Sangat Setuju
20	Ketika pertama bermain, pemain merasa ingin terus bermain lagi	183	Sangat Setuju
21	Alur cerita mendukung permainan	189	Sangat Setuju
22	Tidak ada tugas berulang yang membosankan	171	Setuju
23	Pemain dapat mengekspresikan diri	174	Setuju
24	<i>Game</i> mendukung cara bermain yang beragam	181	Sangat Setuju
25	<i>Game</i> tidak stagnan atau membosankan	175	Setuju
26	<i>Game</i> konsisten	195	Sangat Setuju
27	Dalam <i>game</i> , setiap objek yang berbeda memiliki tujuan yang berbeda	198	Sangat Setuju
28	Pemain tidak kelelahan saat bermain <i>game</i>	188	Sangat Setuju
Rata-rata		199.5	Sangat Setuju
Faktor Audio			
29	Latar musik bagus dan sesuai	194	Sangat Setuju
30	Suara dan hukuman jelas menarik	193	Sangat Setuju
Rata-rata		193.5	Sangat Setuju

3.6 Tahapan Distribusi

Setelah Blackbox *testing* selesai dan tidak ada *bug system*. Pada tahapan distribusi *game* akan diupload di Google Playstore. Setelah *game* diupload tahapan akan dilanjutkan dengan pengujian validitas dan reliabilitas untuk menguji kuesioner dan mendapatkan penilaian dari *user*.



Gambar 4. Bedugul Forest di Google Playstore
[Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

3.7 Tahapan *Maintenance*

Setelah *game* diupload melalui Google Playstore, tahapan selanjutnya adalah tahapan *maintenance*. Tahapan *maintenance* ini bersifat *optional* sesuai dengan kebutuhan. *Maintenance* dapat dilakukan ketika *game* sudah didistribusikan melalui Google Playstore terdapat masalah yang ditemukan *user*. Hingga saat jurnal ini dibuat, tahapan *maintenance* belum dilakukan karena tidak ditemukan masalah-masalah yang dapat mengganggu pemain memainkan *game*.

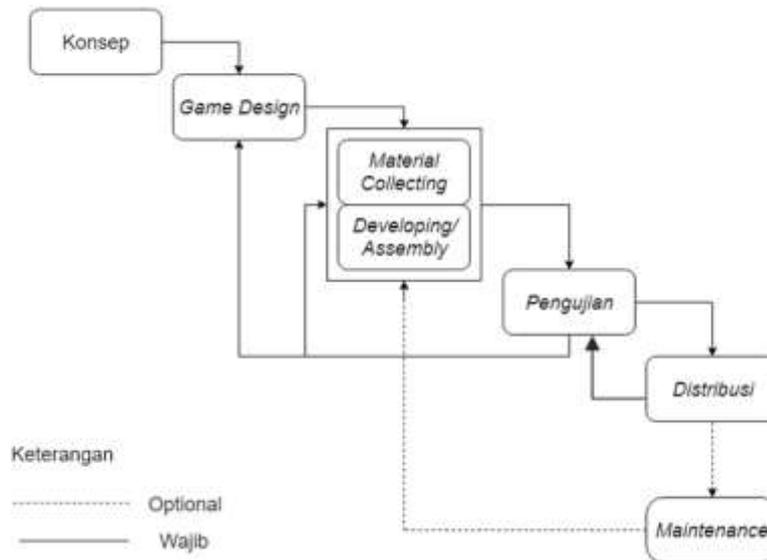
Tahapan *maintenance* dapat terjadi karena perbedaan resolusi layar, tipe dan spesifikasi *smartphone* yang berbeda sehingga menimbulkan perbedaan tampilan ataupun performa dari yang telah diuji oleh Peneliti. Per tanggal, 19 Januari 2019 saja terdapat 4007 jenis *smartphone* dari berbagai model dan merk serta produsen yang berbeda (google, n.d.). Dengan ada banyaknya model *smartphone*, jika kedepannya muncul resolusi layar baru atau spesifikasi-spesifikasi baru, diharapkan peneliti dapat melakukan *maintenance* kepada aplikasi yang telah di distribusikan.

Selain karena adanya *update* dari *smartphone*, laporan *crash* aplikasi dari pengguna juga menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan *maintenance*. Aplikasi yang *crash* dari pengguna dapat dilihat pada halaman *dashboard* Google Playstore.

3. KESIMPULAN

Game edukasi Bedugul Forest dapat dibuat menggunakan metode pengembangan multimedia Luther-Sutopo ditambahkan dengan tahapan *maintenance*. Pembuatan *game* tersebut digambarkan pada gambar 5. Tahapan pembuatan *game* akan dimulai dari konsep, yang dilanjutkan dengan *game design*. Setelah *game design* disetujui semua pihak yang berwenang, selanjutnya adalah pembuatan material yang akan dimasukkan di dalam *game*, tahapan ini akan berbarengan dengan tahapan *developing* agar *asset* yang dibuat dapat digunakan seluruhnya serta saat proses *developing* terbayang hasil akhir *game*. Selanjutnya setelah proses *developing* selesai akan dilanjutkan dengan proses pengujian, jika saat proses pengujian ditemukan kegagalan atau yang disebut dengan *bug*, maka akan kembali ke tahap *developing* dan *material collecting*, bisa juga kembali ke tahapan *game design* jika memang harus ada kondisi

yang ada pada *game design* tidak sesuai dengan hasil akhir yang diinginkan. Setelah tahapan pengujian selesai, barulah *game* dapat dilakukan distribusi ke pengguna. Proses terakhir adalah *maintenance*, proses *maintenance* bersifat optional ketika *game* telah didistribusikan. Penyebab dari *maintenance* dapat dilakukan adalah jika munculnya *device* baru ataupun *crash report* yang dilaporkan pengguna.



Gambar 5. Alur Pembuatan *Game* Bedugul Forest
 [Sumber: Dokumentasi Wahyu, dkk]

Dari hasil implementasi *game* edukasi Bedugul Forest, didapatkan tanggapan dari pengguna berupa pernyataan untuk faktor *usability*, *mobility*, *gameplay* serta *audio user* sangat setuju.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, E. (2009). *Fundamentals of Game Design* (2nd ed.). Retrieved from <http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=b3cd92a69cf4997b7beb271b5338611e>
- Andriyanto, I. (2016). Game Edukasi Pengenalan Rambu-Rambu Lalu Lintas. *Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1*.
- Badan Pusat Statistik Bali. (n.d.). Proyeksi Penduduk Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin, 2011-2020. Retrieved from <https://bali.bps.go.id/dynamicstable/2016/05/13/19/proyeksi-penduduk-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota-tahun-2011-2020-ribu-jiwa-.html>
- Badan Pusat Statistik Bali. (2018). Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali per Bulan, 2004-2017. Retrieved from <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/29/kunjungan-wisatawan-domestik-ke-bali-per-bulan-2004-2017.html>
- Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Penerbit Andi.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM, M. K., & Nia Sari, S. Si, M. K. (2016). Aplikasi Dan Teknik Survey Bidang Kesehatan. *Lliterasi Media*. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>

- Ghea Putri Fatma Dewi. (2012). Pengembangan Game Edukasi Pengenalan Nama Hewan Dalam Bahasa Inggris Sebagai Media Pembelajaran Siswa SD Berbasis Macromedia Flash. *Skripsi*.
- google. (n.d.). Android Enterprise Solutions Directory - Devices. Retrieved from <https://androidenterprisepartners.withgoogle.com./devices/>
- Hidayat, A., & Astari, R. W. (2018). *Menjadi Game Developer Expert*. Dicoding.
- Jumlah pengunjung Kebun Raya LIPI tahun 2014-2017. (2017). Retrieved from krbogor.lipi.go.id/id/download/unduh_berkas/72.html
- Kebun Raya Bali LIPI. (n.d.). Kebun Raya Bali LIPI Buka Museum dan Taman PancaYadnya. Retrieved from lipi.go.id website: <http://lipi.go.id/berita/kebun-raya-bali-lipi-buka-museum-dan-taman-pancayadnya/20901>
- Novaliendry, D. (2013). Aplikasi Game Geografi Berbasis Multimedia Interaktif (Studi Kasus Siswa Kelas IX SMPN Rao). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*.
- Purnama, I. N., & Ardyanti, A. A. A. P. (2017). PERAMALAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBYEK WISATA BEDUGUL MENGGUNAKAN ALGORITMA FUZZY TIME SERIES. *SMARTICS Journal*, 3(2), 55–58.
- Putra, I. D. M. Y. A., Wiranatha, A. A. K. A. C., & Buana, P. W. (2015). Rancang Bangun Game Tapel Bali Pada Platform Android. *Lontar Komputer*.
- Rifai, W. A. (2015). Pengembangan Game Edukasi Lingkungan Berbasis Android. *Evolution*, 1–14. <https://doi.org/10.1126/science.aaf2941>

PERANCANGAN CARD GAME MENGENAL PLASTIK UNTUK ANAK USIA 9-12 TAHUN DENGAN MEKANIK *MEMORY*

Laurensius Ricky Kristanto¹, Jasson Prestiliano², T. Arie Setiawan Prasida³

^{1,2,3}Progdi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana
larrylian94@gmail.com¹, jasprelao@gmail.com², arie.setiawan.p@gmail.com³

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu penyumbang sampah plastik terbesar di dunia. Sampah plastik adalah sampah anorganik yang sulit terurai dan mencemari lingkungan. Plastik diklarifikasikan menjadi tujuh jenis tingkatan dan memiliki karakternya masing-masing. Peringatan akan bahaya sampah plastik yang ada, dianggap hanya bisa dipahami oleh orang dewasa saja. Supaya anak-anak dapat lebih mengenal plastik, dipilihlah media permainan sebagai media pembelajaran yang dapat lebih menarik untuk anak-anak. Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan jenis-jenis plastik yang ada kepada anak-anak sejak dini, supaya plastik dapat lebih dikenal oleh anak-anak. Metode yang digunakan adalah metode penelitian campuran yang memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan strategi linier. Metode perancangan permainan melalui tahapan konsep, uji coba, tahapan desain, *prototyping*, uji coba, dan produksi permainan. Hasil akhir dari penelitian ini adalah permainan kartu dengan mekanisme permainan yang mengandalkan daya ingat. Mekanisme tersebut digunakan untuk membentuk kebiasaan baik sejak dini dan merangsang daya ingat anak yang sedang berkembang. Penelitian ini mampu membuat anak-anak untuk lebih mengenal jenis-jenis plastik yang ada beserta sifatnya, dan menjadi media pembelajaran yang menyenangkan bagi anak-anak.

Kata Kunci: plastik, permainan kartu, edukasi, memori

Abstract

Indonesia is one of the largest plastic waste contributors in the world. Plastic waste is inorganic waste that is difficult to decompose and pollute the environment. Plastics are clarified into 7 types of levels and have their characters. Warnings of the dangers of plastic waste are considered only to be understood by adults. For children to get to know plastics, the game is chosen as a learning medium that can be more interesting for children. This research aims to introduce the types of plastic available to children from an early age, so that plastic can be better known by children. The method used is a mixed method that combines qualitative and quantitative approaches with a linear strategy. The method of designing a game through the concept phase, playtesting, design phase, prototyping, playtesting, and game production. The final result of this research is a card game with a mechanism that relies on memory. The mechanism is used to form good habits from an early age and stimulate the memory of children. This research can make children more familiar with the types of plastic that exist and their characters, and become an exciting learning media for children.

Keywords: plastic, card game, education, memory

1. PENDAHULUAN

Sampah merupakan material sisa yang berasal dari manusia, hewan, maupun tumbuhan dalam bentuk padat, cair, maupun gas yang dibuang karena sudah tidak terpakai lagi. Berdasarkan sifatnya, sampah dibagi menjadi dua jenis yaitu pertama adalah sampah organik. Sampah organik merupakan sampah yang dapat mengalami pembusukan atau pelapukan. Jenis yang kedua adalah sampah anorganik yaitu sampah yang sangat sulit terurai. Sampah plastik tergolong dalam kategori sampah anorganik yang sulit terurai dan mencemari lingkungan. Indonesia menduduki peringkat kedua, setelah Tiongkok, untuk persoalan sampah plastik. Produksi sampah plastik Indonesia mencapai 5,4 juta ton per tahun. Jumlah sampah plastik tersebut merupakan 14% dari total produksi sampah di Indonesia, dan didominasi oleh sampah plastik domestik. Plastik yang tidak terkelola dan menumpuk dapat merusak lingkungan dan mengancam kesehatan masyarakat (Syafputri, 2014).

Kesadaran masyarakat akan bahaya sampah plastik yang dikelola secara buruk sangatlah penting. Namun hal ini tidak cukup untuk benar-benar mengurangi ketergantungan pada penggunaan plastik sekali pakai. Untuk memerangi perang dengan limbah plastik, pemerintah pusat dan daerah harus memperkuat kerangka hukum. Perlu ada definisi-definisi yang digunakan secara nasional untuk membedakan berbagai jenis plastik. Diperlukan kejelasan mengenai tanggung jawab di setiap tingkat pemerintahan dan pembuatan norma-norma baru, standar, prosedur, dan kriteria (Wright, 2017).

Plastik sendiri diklarifikasikan menjadi 7 jenis tingkatan, mulai dari kode symbol angka 1-7. Plastik dengan kode 1 atau PET (*Polyethylene Terephthalate*) merupakan plastik yang bersifat transparan dan jernih. Plastik jenis ini biasa ditemui pada botol air mineral, dan dianjurkan hanya untuk sekali pakai. Plastik dengan kode 2 atau HDPE (*High-Density Polyethylene*) tergolong aman untuk digunakan karena kemampuannya mencegah reaksi kimia antara kemasan dan makanan atau minuman di dalamnya. Plastik jenis ini biasa digunakan sebagai botol obat, dan dianjurkan hanya untuk sekali pakai karena penggunaan secara berkala dapat melepaskan senyawa antimon trioksida. Plastik dengan kode 3 atau PVC (*Polyvinyl Chloride*) memiliki ketahanan terhadap bahan kimia, minyak, dan memiliki ketahanan dengan titik leleh 70 – 140°C. Plastik jenis ini tergolong sulit untuk didaur ulang, dan biasa digunakan sebagai pipa. Plastik dengan kode 4 atau LDPE (*Low-Density Polyethylene*) merupakan plastik yang kuat, dan sulit terurai, plastik ini juga bisa digunakan untuk kemasan makanan. Plastik ini dapat didaur ulang untuk barang-barang yang membutuhkan fleksibilitas dan memiliki resistensi yang baik terhadap reaksi kimia. Plastik dengan kode 5 atau PP (*Polypropylene*) biasa digunakan sebagai tempat penyimpanan makanan dan minuman. Plastik ini bersifat kuat, ringan, memiliki ketahanan terhadap lemak dan memiliki ketahanan dengan titik leleh 165°C. Plastik dengan kode 6 atau PS (*Polystyrene*) mempunyai kekakuan, dan kestabilan dimensi yang baik. Plastik ini biasa digunakan untuk tempat makanan sekali pakai, hanya saja hal itu tidak terlalu dianjurkan. Karena plastik ini kurang tahan terhadap suhu tinggi, dan sulit untuk didaur ulang. Plastik dengan kode 7 atau OTHER merupakan plastik yang sudah dicampur dengan bahan lain, dan biasa dibuat menjadi peralatan rumah tangga (Karuniastuti, 2013).

Penelitian yang ditulis oleh Widodo dengan judul “Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Sampah Plastik”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa sampah plastik bisa mencemari lingkungan dan mengancam kelangsungan hidup manusia. Terutama sampah plastik yang tidak mudah terurai dan membutuhkan waktu yang sangat lama untuk bisa terurai oleh alam. Oleh sebab itu perlu diambil tindakan untuk menanggulangi masalah sampah plastik. Meskipun sudah disebar peringatan-peringatan tentang bahaya sampah melalui media cetak maupun elektronik, hal tersebut dianggap kurang karena hanya dipahami oleh orang dewasa saja. Oleh karena ini dibuat iklan dengan bentuk animasi yang menggunakan karakter kartun yang disukai anak-anak. Sehingga anak-anak mulai dari sekolah dasar sudah mengerti betapa bahayanya sampah plastik bagi kehidupan (Widodo, 2014).

Hal tersebut tidak lepas dari dunia anak yang merupakan dunia bermain dan belajar dengan melibatkan seluruh indra anak. Bermain adalah kegiatan yang dipilih sendiri oleh anak karena terasa menyenangkan. Melalui permainan anak-anak dapat mengembangkan seluruh potensinya secara maksimal, baik potensi fisik, mental intelektual, dan spiritual (Sudarsana, 2017). Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi anak-anak mengenai jenis-jenis plastik yang ada, beserta sifat-sifatnya, dan membuangnya dengan cara yang benar. Anak-anak akan belajar mengenal jenis plastik dengan permainan yang menyenangkan. Diharapkan media pembelajaran seperti ini dapat lebih menarik minat anak untuk mempelajari sesuatu. Usia 9 tahun adalah usia yang tepat untuk membentuk kebiasaan baik dalam diri anak-anak. Secara mental, anak dalam usia ini sedang gemar-gemarnya membaca, memiliki daya ingat yang tajam dan baik, dan mulai berpikir logis (Setiawani, 2001).

Hal ini senada dengan penelitian yang ditulis oleh Hijriati dengan judul “Peranan dan Manfaat APE (Alat Permainan Edukatif) untuk Mendukung Kreativitas Anak Usia Dini” menyatakan bahwa permainan edukatif adalah alat bermain yang merangsang aktivitas anak untuk mempelajari sesuatu tanpa anak menyadarinya, baik menggunakan teknologi modern maupun tradisional. Aktivitas bermain pada anak-anak ditujukan untuk mengembangkan kemampuan fisik-motorik, sosial-emosional, dan kecerdasan. Permainan edukatif berfungsi untuk melatih konsentrasi, mengajar dengan lebih cepat, mengatasi keterbatasan waktu, mengatasi keterbatasan tempat, mengatasi keterbatasan bahasa, membangkitkan emosi, menambah daya pengertian, menambah daya ingat, memberikan kesegaran dalam mengajar (Hijriati, 2017).

Untuk memaksimalkan daya ingat anak yang sedang tajam pada usia tersebut, permainan ini dirancang dengan menggunakan mekanik *memory*. *Board game* dan *card game* terasa lebih menyenangkan dan berkualitas dibandingkan dengan memainkan *gadget* atau *game console* yang cenderung bersifat individualis. Permainan ini dapat menjadi sarana yang baik bagi anak untuk belajar berkomunikasi, menghitung nilai, mengambil keputusan, jujur dan sportif dalam bermain (Wirawan, 2015). Penelitian yang ditulis oleh Christian dengan judul “*Developing Board Game as Learning Media about waste sorting for Fourth Grade Students of Elementary School*” menyatakan bahwa media pembelajaran yang biasa digunakan di sekolah adalah buku. Tidak semua

murid dapat memahami informasi dari buku tersebut. Metode guru yang menerangkan dan murid yang mendengarkan membuat murid tidak dapat berkonsentrasi secara menyeluruh. Dibutuhkan media pembelajaran yang menarik dan cocok dengan gaya belajar anak-anak yaitu salah satunya dengan *board game* (Christian, 2018).

Penelitian lainnya yang ditulis oleh Jordi dengan judul “Perancangan Board Game Edukatif Tentang Peduli Lingkungan Untuk Anak Usia 7 – 12 Tahun” menyatakan bahwa bermain merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari anak-anak, dan menjadi kegiatan yang rutin dilakukan anak-anak. *Board Game* dipilih karena memiliki beberapa keunggulan seperti: aturan yang membuat anak-anak belajar untuk menaati peraturan yang ada, belajar kedisiplinan, dan memicu interaksi sosial dengan pemain lainnya (Jordi, 2017).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penelitian ini diharapkan memberi nuansa baru dan menyenangkan sebagai media edukasi untuk anak-anak. Khususnya sebagai media edukasi pengenalan jenis-jenis plastik yang dibutuhkan dalam skala nasional dan menjangkau anak-anak supaya lebih mudah memahami. Anak-anak memiliki kesenangan untuk bermain, dalam APE bisa menggunakan berbagai jenis media baik yang tradisional maupun modern. Salah satu media modern yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pembelajaran anak adalah *board game*. *Card game* sendiri merupakan salah satu jenis *board game*, maka dari itu media *card game* bisa dipilih untuk menarik minat anak dalam mempelajari jenis-jenis plastik yang ada.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian campuran. Metode campuran adalah metode yang memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam hal metodologi (seperti dalam tahap pengumpulan data), dan kajian model campuran memadukan dua pendekatan dalam semua tahapan proses penelitian. Metode campuran adalah sebuah metodologi yang memberikan asumsi filosofis dalam menunjukkan arah atau memberi petunjuk cara pengumpulan data dan menganalisis data serta perpaduan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui beberapa fase proses penelitian. Metode campuran yang digunakan adalah urutan analisis kuantitatif dan kualitatif, tujuan strategi ini adalah untuk mengidentifikasi komponen konsep melalui analisis data kuantitatif dan kemudian mengumpulkan data kualitatif guna memperluas informasi yang tersedia (Sugiyono, 2014).

Tahapan perancangan dalam penelitian ini menggunakan *linear strategy* atau strategi garis lurus yang menempatkan ukuran logis pada tahapan yang sederhana dan mudah dipahami komponennya (Sarwono, 2007). Tahapan perancangan dengan *linear strategy* dapat dilihat pada Gambar 1.



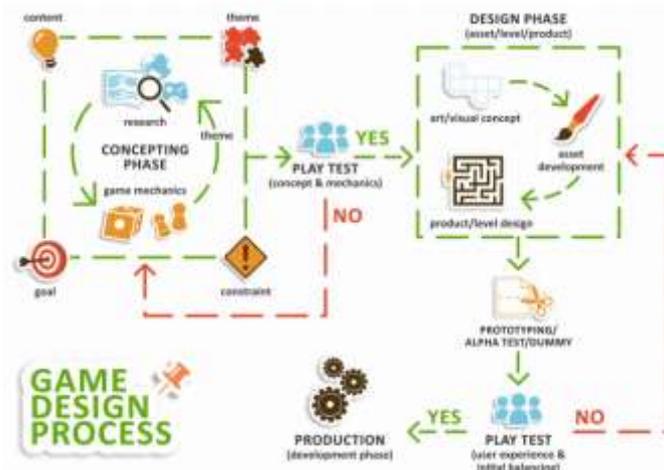
Gambar 1. Tahap perancangan dengan menggunakan *linear strategy*
[Sumber: Dokumentasi Sarwono, 2007]

Pada tahap pertama, dilakukan pengumpulan data. Data diperoleh dari responden yang dipilih, responden dalam penelitian ini adalah murid kelas V SDN 8 Salatiga. Responden berjumlah 22 anak yang diberikan kuisioner mengenai pemahaman akan *board game* dan plastik. Setelah itu data akan dianalisis menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei (Likert, 1932). Responden akan memilih nilai dari sangat positif sampai dengan sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Pada kuisioner pertama diajukan pertanyaan seputar *board game* dengan pilihan tidak pernah, jarang, sering, dan sering sekali. Skor tertinggi pada kuisioner pertama adalah pilihan tidak pernah dengan skor 4, jarang dengan skor 3, sering dengan skor 2, dan sangat sering dengan skor 1. Pada kuisioner kedua skor tertinggi adalah pilihan sangat setuju dengan 5 skor, setuju dengan 4 skor, ragu-ragu dengan 3 skor, tidak setuju dengan 2 skor, dan sangat tidak setuju dengan 1 skor. Penghitungan dilakukan dengan cara membagi hasil skor dengan akumulasi nilai tertinggi (jumlah responden dikalikan dengan skor tertinggi), lalu dikalikan 100%. Beberapa pertanyaan dengan pilihan terbatas akan dihitung persentasenya dengan cara jumlah dibagi jumlah total, lalu dikalikan 100%. Adapun data kualitatif didapatkan dengan cara wawancara dengan wali kelas V SDN 8 Salatiga, Munawiati.

Adapun hasil dari wawancara dengan Munawiati, wali kelas V SDN 8 Salatiga menyatakan bahwa SDN 8 Salatiga merupakan *piloting* pendidikan keluarga. Murid-murid ditanamkan sopan santun, tata karma, dan kedisiplinan di sekolah ini. Hal inilah yang membuat murid-murid terbiasa untuk membuang sampah pada tempatnya, memberi senyum dan sapa, dan juga berdoa di sekolah. SDN 8 Salatiga belum pernah menggunakan *game* sebagai media pembelajaran alternatif, SDN 8 hanya sebatas menggunakan *power point* dan film sebagai media alternatif selain buku dan papan tulis. Responden dipilih karena SDN 8 Salatiga belum pernah menggunakan *game* sebagai media pembelajaran alternatif, dan beberapa responden belum pernah memainkan *board game*. SDN 8 Salatiga juga berharap untuk dapat mencoba *game* sebagai media pembelajaran kreatif untuk menunjang proses belajar mengajar.

Pada tahap perancangan dalam penelitian ini dilakukan beberapa proses sebelum nantinya permainan akan diujikan kepada responden. Tahap pertama adalah *concepting phase*, kemudian dilakukan *play test* untuk dapat masuk ke dalam *design phase*. Setelah itu dibuatlah *prototype* untuk uji coba permainan dan masuk ke tahap produksi jika permainan sudah dianggap layak untuk dimainkan. Proses perancangan dilakukan berdasarkan konsep *game design* oleh Kummara. Proses *game design* terdapat pada Gambar 2.

Dalam tahap pertama dilakukan pembuatan konsep. Konsep awal yang dirancang adalah tujuan permainan, latar permainan, mekanik permainan, aturan dasar permainan, serta cerita permainan. Konsep tersebut berdasarkan oleh elemen-elemen dasar perancangan permainan yang nantinya akan dikembangkan dan disempurnakan (Tangidy, 2016).



Gambar 2. Game Design Process
 [Sumber: Dokumentasi Kummara, 2013]

Tujuan utama dari permainan ini adalah mengumpulkan kartu plastik sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan *point* untuk mencapai kemenangan. Pemain harus mengenal sifat-sifat yang sesuai dengan jenis plastik tertentu untuk dapat mendapatkannya. Permainan akan selesai saat semua kartu plastik sudah habis terambil pemain. Latar permainan ini adalah fantasi, penggunaan latar tersebut untuk merangsang daya imajinasi anak-anak. Jenis-jenis plastik yang ada akan dihidupkan menjadi karakter kartun untuk menjadi daya tarik bagi anak-anak. Mekanik yang digunakan adalah *memory* dengan sistem permainan kompetitif. Mekanik tersebut digunakan untuk merangsang daya ingat anak-anak dan bertujuan agar jenis plastik beserta sifatnya menjadi lebih mudah untuk diingat. Sistem kompetitif dipilih untuk menghadirkan persaingan antar pemain supaya tiap pemain berusaha mengeluarkan kemampuan terbaiknya untuk memenangkan permainan.

Konsep aturan dasar permainan ini adalah dengan mengingat posisi kartu yang tepat. Pemain akan membuka satu kartu plastik yang masih tersedia untuk dimainkan dan membuka kartu sifat untuk mencari sifat yang sesuai dengan kartu plastik yang telah dibuka. Jika sifat yang dipilih sesuai, maka pemain boleh membuka kartu sifat lainnya.

Cerita dari permainan ini bermula dari seorang anak bernama Nino yang hendak mengisi ulang air di botol PET yang sudah digunakan selama beberapa hari. Kemudian datanglah teman Nino yang bernama Lily, Lily datang dan menegur Nino karena melihat botol yang sudah digunakan berkali-kali tersebut. Selanjutnya botol plastik yang digenggam oleh Nino berubah menjadi hidup dan menegur Nino. Botol tersebut mengajak Nino untuk berkenalan dengan plastik-plastik lainnya.

Setelah konsep-konsep tersebut dirancang, akan dilakukan *playtest* untuk melihat kecocokan konsep yang dipilih dengan permainan. Tahapan ini akan dilakukan sampai konsep permainan sudah cocok dengan tujuan penelitian, yaitu memperkenalkan plastik pada anak-anak.

Tahap selanjutnya adalah *design phase*. Dalam tahapan ini, konsep yang sudah ditentukan akan dirancang ilustrasinya. Ilustrasi yang akan dirancang adalah karakter, ikon, dan *layout* kartu. Setelah perancangan selesai, dibuatlah *prototype* untuk melakukan *playtest* untuk menguji jalannya dan keseimbangan permainan. Contoh dari *prototype* awal permainan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Prototype* awal permainan
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Setelah *prototype* sudah selesai, tahap selanjutnya adalah melakukan *playtest* dengan ahli dalam bidangnya. Dalam penelitian ini, *playtest* dilakukan bersama dengan Erwin Skripsiadi salah satu penggiat industri *board game* dan CEO dari Hompimpa Games. Untuk memaksimalkan konsep permainan, dan menyeimbangkan permainan. Menurut Erwin Skripsiadi, “Permainan ini sudah unik dan menarik untuk anak-anak, penggunaan kartu spesial menambahkan unsur keunikan untuk kompetisi. Kekurangannya adalah pemain pertama harus menjadi “tumbal” untuk membuka permainan, alangkah baiknya kalau giliran pemain dapat diubah supaya permainan menjadi lebih seimbang”. Setelah *playtest* selesai, selanjutnya akan dilakukan *development phase*.

Dalam *development phase*, *prototype* yang sudah baik akan dikembangkan untuk menjadi produk akhir. Pengembangan yang dilakukan adalah pengembangan ilustrasi untuk memaksimalkan hasil akhir dari *prototype* yang masih berupa gambar tradisional menjadi gambar *digital*. Setelah ilustrasi *digital* selesai, tahap selanjutnya adalah pemberian judul permainan. Judul yang dipilih untuk permainan ini adalah “Teman Plastik”. Judul ini digunakan untuk merepresentasikan permainan yang bertujuan untuk lebih mengenal plastik lebih dekat supaya pemain dapat berteman dengan plastik-plastik yang ada. Setelah itu permainan akan memasuki tahap produksi, permainan akan dicetak dan siap untuk diujikan kepada responden. Contoh tahapan proses ilustrasi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Contoh tahapan proses ilustrasi permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa komponen dalam permainan Teman Plastik. Komponen pertama adalah *rulebook*. Dalam *rulebook* Teman Plastik terdapat cerita latar belakang permainan, objektif permainan, komponen permainan, persiapan permainan, peraturan permainan, penjelasan kartu spesial, akhir permainan, dan penjelasan *easy mode*. *Rulebook* dibuat dengan gaya komik supaya anak-anak lebih tertarik untuk membaca dan memahami peraturan. Contoh *rulebook* dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil akhir *rulebook* dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Selanjutnya terdapat 5 jenis kartu sifat dengan jumlah kartu sebanyak 36 kartu. Kartu sifat dalam permainan Teman Plastik mencakup kartu tahan panas, sukar didaur ulang, sekali pakai, kuat, dan *foodgradable*. Kartu tahan panas berjumlah sebanyak 6 kartu, sukar didaur ulang sebanyak 4 kartu, sekali pakai sebanyak 8 kartu, kuat sebanyak 8 kartu, dan *foodgradable* sebanyak 10 kartu. Jumlah tersebut telah disesuaikan dengan kartu plastik yang ada, kartu sifat sudah dirancang untuk habis dalam permainan dan berdampingan bersama kartu plastik lainnya. Pemain harus menemukan sifat yang sesuai dengan kartu plastik yang dimainkan untuk mendapatkan kartu plastik dan kartu sifat tersebut. Contoh kartu sifat dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Hasil akhir kartu sifat dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Komponen selanjutnya dalam permainan Teman Plastik adalah kartu plastik. Dalam kartu plastik terdapat ilustrasi mengenai contoh plastik berdasarkan jenisnya, sifat-sifat plastik tersebut, dan skor serta nilai uang kartu tersebut. Jenis-jenis plastik yang ada dalam permainan Teman Plastik merupakan plastik PET, HDPE, PVC, LDPE, PP, PS, dan OTHER. Terdapat 14 kartu plastik dan 7 jenis plastik, terdapat 2 kartu untuk masing-masing jenisnya. Dalam setiap kartu plastik terdapat 2-3 sifat yang harus dicocokkan dengan kartu sifaat yang sesuai. Jumlah kartu tersebut dirancang untuk memberikan tantangan lebih kepada pemain, adapun *easy mode* hanya menggunakan 7 kartu plastik untuk dimainkan jika 14 kartu terasa sulit untuk dimainkan anak-anak. Mode tersebut dirancang karena pada usia 6 – 12 tahun rentang konsentrasi anak berkisar antara 30-45 menit karena mereka sudah memiliki semangat berkompetisi yang tinggi dan rasa ingin tahu yang besar (Wawa, 2012). *Easy mode* menjadi antisipasi jika anak merasa permainan terlalu sulit dan menjadi membosankan karena durasi bermain yang lama. Contoh kartu plastik dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Hasil akhir kartu plastik dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Komponen berikutnya adalah kartu spesial. Kartu spesial memungkinkan pemain untuk mendapatkan kemampuan khusus yang bisa berdampak terhadap diri sendiri atau pemain lainnya. Untuk mendapatkan kartu spesial, pemain harus membeli kartu tersebut sesuai dengan harga yang tertera pada kartu. Terdapat 2 jenis kartu spesial dalam permainan Teman Plastik, kartu dengan latar belakang hijau dan merah. Kartu dengan latar hijau hanya dapat digunakan saat giliran pemilik kartu tersebut, sedangkan kartu dengan latar merah dapat digunakan kapanpun (kecuali pemain terkena efek kartu tutup mata). Terdapat 9 jenis kartu spesial dengan harga yang berbeda-beda dan kemampuan yang berbeda-beda dengan jumlah kartu sebanyak 20. Terdapat 2 buah kartu tutup mata, 1 kartu pemulung, 1 kartu main 2 plastik, 3 kartu intip kartu, 2 kartu main 2 kali, 4 kartu batalkan aksi, 3 kartu interupsi, 2 kartu acak kartu, dan 2 kartu berhenti. Contoh kartu spesial dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Hasil akhir kartu spesial dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Komponen yang lainnya adalah kartu uang untuk menunjang permainan Teman Plastik. Kartu uang digunakan untuk membeli kartu spesial, pemain dapat mendapatkan kartu uang di awal permainan dan dengan cara mendapatkan kartu plastik beserta sifatnya yang sesuai. Terdapat 37 kartu uang dengan pecahan sebesar 1,2, dan 5. Terdapat 12 kartu pecahan 5, 10 kartu pecahan 2, dan 15 kartu pecahan 1. Pecahan tersebut dirancang untuk memudahkan pemain dalam menerima hadiah dan bertransaksi kartu spesial. Contoh kartu uang dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Hasil akhir kartu uang dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Komponen selanjutnya adalah *token starter*. *Token starter* berfungsi sebagai penanda giliran pertama dalam putaran permainan yang sedang berjalan. *Token starter* akan selalu berpindah tangan di setiap akhir putaran. Pemain dengan urutan main terakhir

dalam putaran tersebut akan menjadi pemain pertama untuk putaran berikutnya, begitu juga setelahnya. *Token starter* akan selalu berpindah sampai permainan selesai. Contoh *token starter* dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Hasil akhir *token starter* dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Komponen terakhir adalah kotak *recycle*, kotak ini berfungsi sebagai wadah kartu plastik yang sudah didapatkan oleh pemain. Kotak ini terbagi menjadi 2 jenis, yaitu kotak mudah didaur ulang dan sukar didaur ulang. Terdapat 5 buah kotak *recycle* dalam permainan Teman Plastik. Jumlah tersebut disesuaikan dengan jumlah maksimal pemain, yaitu sebanyak 5 orang. Pemain yang sudah mendapatkan kartu plastik harus memasukkan kartunya ke kotak *recycle* sesuai dengan sifat plastik yang didapatkan. Kartu plastik yang tidak mempunyai sifat sukar didaur ulang dimasukkan ke dalam kotak berwarna hijau, sedangkan kartu yang bersifat sukar didaur ulang dimasukkan ke dalam kotak oranye. Contoh kotak *recycle* dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Hasil akhir kotak *recycle* dalam permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Tujuan dari permainan ini adalah mengumpulkan kartu plastik dan mendapat nilai sebanyak-banyaknya. Jumlah pemain dalam permainan ini sebanyak 3 – 5 pemain, dan durasi permainan berkisar antara 15 – 30 menit. Permainan diawali dengan mengocok kartu plastik dan kartu sifat, lalu menyusun kartu secara tertutup (dianjurkan untuk menyusun kartu plastik dengan format 7x2, dan kartu sifat dengan format 9x4). Setelah

itu kartu spesial dikocok dan dibuka sebanyak 3 kartu. Setiap pemain diberi modal sebesar 5 uang plastik guna membeli kartu spesial. Kartu spesial hanya dapat dibeli saat giliran pemain tersebut, dan hanya boleh menyimpan 2 kartu spesial saja. Bagian kosong dari kartu spesial yang dibeli akan selalu dibuka dengan kartu spesial yang masih ada di dek tertutup, sehingga akan selalu ada 3 kartu spesial yang ditawarkan untuk dapat dibeli. Setelah itu tentukan urutan bermain dan berikan *token starter* pada pemain pertama. Pemain dengan urutan terakhir pada masing-masing putaran akan berganti menjadi pemain pertama dan mendapatkan *token starter*.



Gambar 12. Tampilan *setup* permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Cara memainkan permainan ini adalah pertama pemain membuka 1 kartu plastik yang ada, kemudian pemain harus membuka 1 kartu sifat dan mencari sifat yang sesuai dengan kartu plastik yang sudah dibuka. Jika kartu sifat yang dibuka sesuai, maka pemain boleh membuka 1 kartu sifat lagi, tapi jika tidak sesuai semua kartu sifat dan plastik ditutup kembali. Pemain yang berhasil menyesuaikan kartu plastik dan kartu sifat dengan benar akan mendapatkan kartu plastik dan kartu sifat tersebut dan mendapat nilai sekaligus uang plastik yang tertera. Kartu plastik yang sudah diperoleh akan dimasukkan ke kotak *recycle* yang sesuai dengan sifat plastik tersebut. Permainan berakhir saat semua kartu plastik sudah habis dan pemenang ditentukan dengan jumlah skor terbesar. Tampilan *setup* permainan dapat dilihat pada Gambar 12, dan kotak permainan dapat dilihat pada Gambar 13.



Gambar 13. Tampilan kotak permainan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

Setelah permainan dicetak, permainan siap diujikan pada responden. Siswa kelas V SDN 8 Salatiga akan mengisi 2 kuisisioner, kuisisioner yang pertama diisi sebelum responden memainkan permainan Teman Plastik, dan kuisisioner kedua diisi setelah memainkan Teman Plastik. Hasil dari kuisisioner yang telah dijawab responden dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Hasil kuisisioner sebelum responden memainkan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

No	Pertanyaan	Jawaban Kuisisioner				
1	Apa kamu pernah memainkan <i>board game</i> ?	Tidak Pernah (1)	Jarang (2)	Sering (3)	Sering sekali (4)	Hasil
		10	10	2	0	$36/88 \times 100\% = 40,9\%$
2	Bila pernah, dengan siapa kamu bermain <i>board game</i> ?	Orang Tua	Teman	Saudara	Lain-lain	Hasil
		0	9	3	0	$9/12 \times 100\% = 75\%$ Teman $3/12 \times 100\% = 25\%$ Saudara
3	Apa kamu sering menggunakan plastik?	Sangat Sering (4)	Sering (3)	Kadang-Kadang (2)	Jarang (1)	Hasil
		4	9	7	2	$59/88 \times 100\% = 67\%$
4	Apa kamu pernah melihat lambang plastik?	Pernah		Tidak Pernah		Hasil
		11		11		$11/22 \times 100\% = 50\%$ Pernah $11/22 \times 100\% = 50\%$ Tidak Pernah
5	Apa kamu mengerti mengenai lambang-lambang plastik?	Sangat Mengerti (4)	Cukup Mengerti (3)	Kurang Mengerti (2)	Tidak Mengerti (1)	Hasil
		0	4	6	12	$36/88 \times 100\% = 40,9\%$

Dari hasil kuisisioner pertama diperoleh data bahwa 40,9% atau sebanyak 12 responden pernah memainkan *board game*. Dari 12 responden yang pernah bermain *board game* diketahui bahwa 75% responden bermain bersama teman-temannya, dan 25% responden bermain bersama saudaranya. Responden yang sering menggunakan plastik sebesar 67%. Sebanyak 50% responden pernah melihat lambang plastik, dan 50% sisanya menyatakan belum pernah melihat lambang plastik. Sebanyak 40,9% responden

mengerti mengenai lambang-lambang plastik yang ada. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden belum terlalu mengenal *board game* dan sering menggunakan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadi pendukung yang baik untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil kuisisioner setelah responden memainkan Teman Plastik
[Sumber: Dokumentasi Laurensius, dkk]

No	Pertanyaan	Jawaban Kuisisioner					Hasil
		Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Ragu-Ragu (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)	
1	Apa permainannya mudah untuk dimainkan?	20	2	0	0	0	108/110 x 100% = 98%
2	Apa permainannya menyenangkan?	20	2	0	0	0	108/110 x 100% = 98%
3	Apa gambar dan warna kartunya bagus?	19	3	0	0	0	107/110 x 100% = 97%
4	Apa kamu ingin memainkan permainan ini lagi?	21	1	0	0	0	109/110 x 100% = 99%
5	Apa kamu jadi mengerti jenis-jenis plastik setelah bermain?	15	7	0	0	0	103/110 x 100% = 93%
6	Apa kamu jadi mengerti sifat-sifat plastik setelah bermain?	20	2	0	0	0	108/110 x 100% = 98%
7	Apa kamu tertarik untuk belajar lebih banyak tentang plastik?	15	7	0	0	0	103/110 x 100% = 93%

Dari hasil kuisisioner kedua diperoleh data bahwa 98% responden menganggap permainan mudah untuk dimainkan. Sebanyak 98% responden menganggap bahwa permainannya menyenangkan. Gambar dan warna dari permainan Teman Plastik dianggap bagus oleh 97% responden. Sebanyak 99% responden ingin memainkan permainan lagi. Sebanyak 93% responden menjadi tahu akan jenis-jenis plastik, dan 93% responden menjadi tahu akan sifat-sifat plastik. Sebanyak 93% responden tertarik untuk belajar lebih mengenai plastik. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa respon dari responden terhadap penelitian ini sangat baik, dan responden menjadi lebih paham mengenai jenis-jenis plastik beserta sifatnya.

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang masih belum mengenal *board game*. Hal ini menjadikan penelitian ini dapat menjadi media yang baru bagi responden untuk bermain sekaligus belajar. Banyak responden yang sering menggunakan plastik dalam kesehariannya, dan sebagian tidak pernah melihat lambang plastik dan kebanyakan belum mengerti mengenai lambang-lambang plastik yang ada. Penelitian ini dinilai mampu sebagai media pengenalan jenis-jenis plastik untuk anak-anak berdasarkan data tersebut. Responden merasa permainannya mudah dan menyenangkan. Tingkat *replayability* dalam permainan ini juga dinilai tinggi, karena responden ingin memainkan permainan ini berulang-ulang. Responden juga lebih mengerti akan jenis-jenis plastik beserta sifat-sifatnya setelah bermain, dan antusias responden untuk belajar lebih tentang plastik juga dinilai baik.

Hasil wawancara dengan Munawiati menyatakan bahwa media yang dapat memaksimalkan penggunaan panca indera lebih diminati murid-murid daripada sekedar duduk dan mendengarkan di kelas. Daya ingat murid-murid lebih terangsang menggunakan media visual dibandingkan penjelasan secara lisan. Antusiasme murid-murid terhadap media pembelajaran kreatif sangat tinggi, terutama ketika permainan Teman Plastik diujikan kepada murid-murid. Munawiati berharap seluruh mata pelajaran yang ada mempunyai permainan edukatifnya masing-masing, karena permainan edukatif dapat membantu guru untuk proses belajar mengajar. Munawiati juga berharap adanya pelatihan untuk guru-guru supaya dapat lebih memahami permainan edukatif dan mengajarkan murid-murid untuk bermain dan belajar di sekolah. SDN 8 Salatiga sangat terbuka dengan berbagai media pembelajaran kreatif yang ada dan berharap suatu saat memiliki perangkat media pembelajaran kreatif sendiri. Dari hasil wawancara tersebut, dapat dianalisa bahwa *game* juga bisa menjadi media pembelajaran untuk menunjang proses belajar mengajar. Terutama karena *game* dapat memaksimalkan panca indera murid-murid saat proses belajar dan merangsang daya ingat anak.

4. KESIMPULAN

Setelah terbiasa melakukan kegiatan belajar mengajar dengan cara yang biasa dilaksanakan di sekolah, anak-anak merasakan antusiasme yang besar untuk mencoba media pembelajaran menggunakan permainan edukatif di sekolah. Permainan edukatif dinilai lebih menarik dan menyenangkan untuk anak-anak dan bagus untuk merangsang indra-indra yang ada pada tubuh anak-anak. Anak-anak dapat mengenal jenis-jenis plastik yang ada beserta sifat-sifatnya. Anak-anak dapat mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, dan mengetahui jenis plastik yang sulit untuk didaur ulang. Sifat sportif dan jujur juga ditunjukkan selama permainan berjalan, saling menghormati tanpa ada yang menyerobot giliran permainan. Penelitian ini dinilai dapat menjadi media pembelajaran untuk anak-anak dengan cara yang menyenangkan dan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

Christian, Imanuel Vicky & Prasida, Arie Setiawan. 2018. Developing board game as learning media about waste sorting for fourth grade students of elementary school. *Jurnal Prima Edukasia*, 6 (1), 2018, 78-88.

- Hijriati. 2017. Peranan dan Manfaat APE Untuk Mendukung Kreativitas Anak Usia Dini. *Bunayya Jurnal Pendidikan Anak*, 3(2), 59-69.
- Jordi, Dede. 2017. Perancangan Board Game Edukatif Tentang Peduli Lingkungan Untuk Anak Usia 7-12 Tahun.
- Karuniastuti, Nurhenu. 2013. Bahaya Plastik terhadap Kesehatan dan Lingkungan. *Jurnal Swara Patra: Majalah Pusdiklat Migas*, 3(1), 6-14.
- Likert, Rensis. 1932. "A Technique for the Measurement of Attitudes", *Archives of psychology*.
- Nugroho, Eko. 2013. *Game Design Process*. (Updated 22 Agustus 2013) URL: <https://www.slideshare.net/kummara/game-design-process-2013-kummara> [diakses pada 17 Juli 2018].
- Nurhayati. 2018. Pentingnya Pendidikan Karakter Bagi Siswa Sekolah Dasar. (Updated 26 Oktober 2018) URL: <https://www.kompasiana.com/nurhayati1/5bd273abc112fe079c7bdb74/pentingnya-pendidikan-karakter-bagi-siswa-sekolah-dasar?page=all> [diakses pada 1 November 2018].
- Sarwono, Jonathan, dan Hary Lubis. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual Edisi I*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Setiawani, Mary Go. 2001. *Pembaruan Mengajar Edisi I*. Bandung. Yayasan Kalam Hidup.
- Sudarsana, I Ketut. 2017. Membentuk Karakter Anak sebagai Generasi Penerus Bangsa Melalui Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Purwadita*, 1(1), 41-48.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Edisi ke-5. Bandung. Alfabeta.
- Syafputri, Ella. 2014. Produksi Sampah Plastik Indonesia 5,4 Juta Ton per Tahun. (Updated 4 Februari 2014) URL: <http://www.antaraneews.com/berita/417287/produksi-sampah-plastik-indonesia-54-juta-ton-per-tahun> [diakses pada 17 Juli 2018].
- Tangidy, Allez Martin & Setiawan, T Arie. 2016. TOLERANSI MELALUI MODEL BUDAYA PELA GANDONG Menggunakan Media Board Game untuk Mahasiswa. *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan*, 11(2), 16-25.
- Wawa. 2012. Lamanya Konsentrasi Si Kecil Bergantung Usia. (Updated 22 Mei 2012) URL: <https://lifestyle.kompas.com/read/2012/05/22/07325742/Lamanya.Konsentrasi.Si.Kecil.Bergantung.Usia> [diakses pada 17 Juli 2018].
- Widodo, Asmar Wono & Syarif, Arry Maulana. 2014. *Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Sampah Plastik*.
- Wirawan, Adhicipta R. 2015. Pemanfaatan Board Game dan Card Game dalam Pembelajaran. (Updated 27 Desember 2015) URL: <http://www.adhicipta.com/liburan-di-rumah-dengan-boardgame/> [diakses pada 17 Juli 2018].
- Wright, Thomas. 2017. Bagaimana Indonesia bisa melawan pencemaran plastik. (Updated 5 September 2016) URL: <https://theconversation.com/bagaimana-indonesia-bisa-melawan-pencemaran-plastik-81558> [diakses pada 17 Juli 2018].

TATA CARA PENULISAN ARTIKEL UNTUK JURNAL ANDHARUPA

1. PENDAHULUAN

Jurnal Andharupa merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Universitas Dian Nuswantoro. Andharupa berisi artikel konseptual, *resume* penelitian, dan tinjauan buku. Bertujuan untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan secara luas perkembangan desain komunikasi visual dan multimedia baik yang bersifat teoritis maupun pragmatis. Isi artikel Jurnal Andharupa meliputi bidang Komunikasi Visual dan Multimedia, seperti: bahasa rupa, ilustrasi, tipografi, fotografi, periklanan, desain grafis, estetika, *branding*, *corporate identity*, *sign system*, logo, desain kemasan, visual *merchandise*, sinematografi, visual *storytelling*, komunikasi grafis, budaya visual, desain web, audio visual, animasi, aplikasi, dan *game*.

Artikel agar ditulis dalam jumlah halaman genap antara 12 hingga 20 halaman termasuk abstrak, tabel, gambar, dan daftar referensi. Pedoman sistematika penulisan artikel jurnal Andharupa yang detail dalam bentuk *template* Microsoft Word (doc) bisa didapatkan dengan menghubungi redaksi melalui email jurnal.andharupa@dinus.id atau mengunduhnya secara langsung di laman website jurnal Andharupa: bit.do/andharupa.

2. PETUNJUK UNTUK PENULIS

2.1 Penulisan Artikel

Penulis bertanggung jawab sepenuhnya terhadap isi naskah yang ditulis. Isi naskah adalah karya asli penulis yang belum pernah dipublikasikan di media cetak atau media *online* lain. Judul, nama penulis, afiliasi dan alamat email harus dicantumkan, diikuti oleh abstrak dan kata kunci. Abstrak tidak boleh lebih dari 200 kata dan isi abstrak ditulis dengan menggunakan jenis huruf Calibri, ukuran 11 *point*, spasi *single*, format *italic* dan dalam format satu kolom. Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris yang benar dan baku, posisi abstrak Bahasa Indonesia sebelum abstrak berbahasa Inggris. Penulisan kata kunci ditulis huruf kecil kecuali singkatan, dalam 3-6 kata, dipisahkan oleh koma.

Isi artikel dapat ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris yang benar dan baku. Isi artikel disusun dalam format A4, satu kolom, ditulis dengan menggunakan jenis huruf Calibri, ukuran 12 *point*, spasi *single*, dan format normal. Bagian isi artikel terbagi menjadi empat bagian, yaitu :

1. Pendahuluan, berisi latar belakang dan tujuan penelitian berdasarkan permasalahan dan fenomena serta hubungannya dengan teori yang ada.
2. Metode Penelitian, berisi penjelasan pendekatan penelitian yang dilakukan, fokus penelitian, responden, ukuran dan penentuan sampel, cara pengumpulan data dan cara analisis data.
3. Hasil dan Pembahasan, berisi pembahasan data dan analisa terkait metode yang digunakan serta implikasi terhadap hasil riset (dampak keilmuan).
4. Kesimpulan, berisi kesimpulan penelitian dan atau saran untuk penelitian selanjutnya.

2.2 Tata Letak Halaman

Ukuran halaman adalah A4 (210 mm x 297 mm). *Margin* halaman ditentukan 3 cm atas, 3 cm bawah, 3 cm kiri dan 3 cm kanan. Judul artikel dituliskan di bagian tengah (*centered*), 14 *point*, *bold*, dan spasi *single*. Nama penulis ditempatkan dengan jarak satu baris kosong di bawah judul. Setiap nama penulis diikuti nomor urut yang dituliskan secara *superscript* sebagai rujukan afiliasi. Afiliasi dan alamat email ditempatkan di bawah nama penulis. Nama penulis, afiliasi, dan alamat email dituliskan di bagian tengah (*centered*), jenis huruf Calibri, ukuran huruf 10 *point*, spasi *single*. Penulisan nama penulis secara *bold* sedangkan penulisan afiliasi dan alamat email secara normal. Penulisan afiliasi dan alamat email sesuai urutan nama penulis. Afiliasi merujuk pada institusi resmi yang diwakili setiap penulis saat penulisan artikel dan dilengkapi dengan keterangan alamat afiliasi yang lengkap.

Abstrak dalam bahasa Indonesia ditempatkan dalam jarak dua baris kosong dibawah afiliasi dan alamat email, dimulai dengan tulisan Abstrak, *centered*, 11 *point*, *italic bold*. Isi abstrak dituliskan langsung dibawahnya, *justified*, 11 *point*, *italic*, dan spasi *single*. Kata kunci ditempatkan dalam jarak satu baris kosong di bawah isi abstrak, rata kiri, 11 *point*, dan *italic*. Abstrak bahasa Inggris di bawah abstrak bahasa Indonesia dalam satu jarak baris kosong dan format penulisan seperti format abstrak bahasa Indonesia.

2.3 Judul Bagian dan Sub Bagian

Judul bagian ditulis seluruhnya menggunakan huruf kapital, sedangkan sub bagian ditulis menggunakan huruf kapital hanya bagian awal katanya saja kecuali kata penghubung. Seluruh judul bagian dan sub bagian ditulis dengan huruf tebal (*bold*). Penulisan judul menggunakan penomoran secara berurutan dengan format 1., 2., 3., dan seterusnya. Sedangkan sub bagian diberi nomor berurutan dengan format 1.1., 1.2., 2.1., 2.2., dan seterusnya. Judul sub bagian sebaiknya tidak lebih dari tiga tingkat penomoran. Berikan jarak satu baris kosong di antara antar bab berbeda dalam isi artikel. Penulisan artikel menggunakan jenis huruf Calibri pada seluruh isi artikel. Jarak spasi adalah *single* dan isi artikel menggunakan perataan kiri-kanan (*justified*).

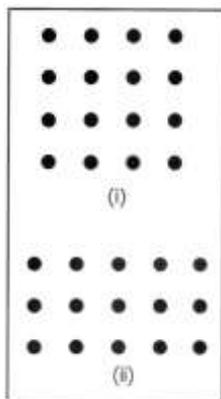
2.4 Tabel dan Gambar

Tabel harus diberi nomor sesuai urutan presentasi (Tabel 1, dst.). Judul tabel ditulis di atas tabel dengan posisi rata tengah (*centered*). Penulisan nomor tabel diikuti dengan tanda titik. Ukuran huruf Calibri yang digunakan adalah 10 *point* dan posisi tulisan di tengah (*centered*). Setiap keterangan tabel agar dilengkapi dengan sumber atau rujukannya.

Tabel 1. Judul tabel (Calibri, 10, normal)
[Sumber: penulisan sumber diawali dan diakhiri oleh kurung siku]

No.	Nama Responden	Jawaban Angket				
		a	b	c	d	abstein

Gambar harus diberi nomor sesuai urutan presentasi (Gambar 1., dst.). Judul gambar diletakkan di bawah gambar dengan posisi tengah (*centered*). Penulisan nomor gambar diikuti oleh tanda titik kemudian judul dari gambar. Ukuran huruf Calibri yang digunakan adalah 10 *point*, posisi di tengah (*centered*). Setiap keterangan gambar agar dilengkapi dengan sumber atau rujukannya. Setiap gambar termasuk foto harus dalam kondisi baik dan layak cetak dengan resolusi minimal 200 dpi.



Gambar 1. Judul gambar (Calibri, 10, normal)
[Sumber: penulisan sumber diawali dan diakhiri oleh kurung siku]

3. KUTIPAN DAN REFERENSI

Acuan kutipan pustaka ditulis urut dan semua yang tertera dalam daftar pustaka harus dirujuk dalam tulisan atau *paper*. Sumber kutipan pustaka dalam naskah ditulis dalam kurung, contoh: (Sihombing, 2007: 27). Penulisan daftar pustaka menggunakan ketentuan sebagai berikut;

- a. Wajib menggunakan referensi jurnal maksimal 5 tahun terakhir sebesar 30% dari jumlah referensi.
- b. Standar penulisan referensi dan daftar pustaka menggunakan metode Harvard atau *APA Style*.
- c. Menggunakan *software* sitasi seperti Mendeley dan Zootero dalam melakukan sitasi terhadap sumber yang dirujuk.

4. PROSES PENGAJUAN ARTIKEL JURNAL

Proses pengajuan artikel dapat dilakukan secara digital dengan mengirimkan *softcopy* artikel dengan format Microsoft word (*.doc) yang diunggah pada laman OJS Andharupa (bit.do/andharupa) atau dikirimkan ke alamat email redaksi andharupa di jurnal.andharupa@dinus.id

Seluruh artikel yang masuk akan melalui proses review oleh mitra bestari jurnal Andharupa. Artikel yang dinyatakan diterima akan diterbitkan dalam satu edisi jurnal Andharupa versi cetak dan *online* yang dijadwalkan terbit dua kali dalam setahun yaitu bulan februari dan agustus.

Andharupa

Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia



Vol. 05 No. 02 2019

ISSN *PRINT* : 2477-2852

ISSN *ONLINE* : 2477-3913

Universitas Dian Nuswantoro

Gedung H Lantai 1

Jl. Imam Bonjol, No. 207, Semarang

Telp. (024) 3575916 Faks. (024) 3569684

email: jurnal.andharupa@dinus.id

website: bit.do/andharupa



9 772477 285099