

ISSN 2798-3609 | E-ISSN 2798-3595

December 2021 | Vol. 1 | No. 2
Page 53-109

de-lite:
*Journal of Visual
Communication Design
Study & Practice*



UPH
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

December 2021 | Vol. 1 | No. 2

de-lite:

*Journal of Visual
Communication Design
Study & Practice*

ISSN 2798-3609 | E-ISSN 2798-3595

December 2021 | Vol. 1 | No. 2

de-lite:
*Journal of Visual
Communication Design
Study & Practice*

ISSN 2798-3609 | E-ISSN 2798-3595

Editor in Chief

Dr. Lala Palupi Santyaputri, S.Sn., M.Si.
Universitas Pelita Harapan

Managing Editor

Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Editor

Ellis Melini, S.Sn., M.T.
Universitas Pelita Harapan

Jessica Laurencia, S.Sn., M.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Juliana Suhindro Putra, S.Sn., M.Ed.
Universitas Pelita Harapan

Reviewer

Alfiansyah Zulkarnain. S.Sn., M.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Naldo Yanuar, S.Sn., MT.
Universitas Pelita Harapan

Design

Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Kartika Magdalena Suwanto, S.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Editorial

Jl. M.H. Thamrin Boulevard 1100
Lippo Village – Tangerang
Banten 15811
Telp: +62-21-5460901
Fax: +62-21-5460910
sod.uph@uph.edu

Email

de.lite.journal@uph.edu

Website

<https://ojs.uph.edu/index.php/DE-LITE>



de-lite:

*Journal of Visual
Communication Design
Study & Practice*

ISSN 2798-3609 | E-ISSN 2798-3595

Preface

Design and literature can serve as basic knowledge development. De-lite as an academic journal is one of the contributions of thought of collecting guidelines for policy and practice, exchanging information, a source of academic discourse, an arena for the dissemination of ideas, research results provide evidence of an effect, engender new ideas and directions in the area of visual communication of design. This edition of Vol 1 No.2 December 2021, de-lite: Journal of Visual Communication Design Study & Practice has been officially recognized by the Indonesian Institute of Sciences (LIPI) with the issuance of E-ISSN: 2798-3595. De-lite will publish twice a year in every July and December.

In this 2nd edition, there are interesting topics of the design process for Typography Design of Vernacular study from Tana Toraja and Designing Brand Identity of Es Buntin Pasar Lama Tangerang. Another topic of dissemination of idea by Analysing Content of a Novel “Si Anak Special” for Designing the Illustration. Interesting articles for design awareness for children, Increase Positive Perception of Visual Communication Design as Profession to Elementary School Students and Learning Method of Visual Journal as Storytelling for Emotion Regulation Expression for Children.

Appreciation for universities that have collaborated in publishing the second edition of de-lite, for Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Ciputra, and Universitas Mercu Buana. We would like to express our gratitude to the contributors and authors who have contributed scientific thoughts in various visual communication design topics.

Lala Palupi Santyaputri

Editor in Chief

Universitas Pelita Harapan

Cover Photo

December 2021 | Vol. 1 | No. 2

de-lite:

*Journal of Visual
Communication Design
Study & Practice*



Death Is Not The End

*Illustration by Angela Maria Nadya Sujanto,
Fredella Agatha, Lorentius Calvin, Tio Alfandri
(Universitas Pelita Harapan)*

Table of Contents

vii Preface

ix Table of Contents

53 DKV Sebagai Strategi dalam Membangun Persepsi Positif Siswa Sekolah Dasar Terhadap Pengenalan Profesi Impian

Novena Urita

Universitas Mercu Buana

69 Perancangan Poster dan Kalender sebagai Bentuk Implementasi *Display Type* Malangka Berdasarkan Studi Vernakular Tana Toraja

Angela Maria Nadya Sujanto, Fredella Agatha, Lorentius Calvin,

Tio Alfandri, Brian Alvin Hananto

Universitas Pelita Harapan

77 Perancangan *Brand Identity* Es Buntin Pasar Lama Tangerang

Michelle Alexandra Audria, Darfi Rizkavirwan

Universitas Multimedia Nusantara

84 Analisa Konten Novel ‘Si Anak Spesial’ untuk Tahapan Awal Perancangan Ilustrasi

Jessica Marcella, Jessica Laurencia, Alfiansyah Zulkarnain

Universitas Pelita Harapan

94 Perancangan Media Pembelajaran Regulasi Emosi melalui Jurnal Refleksi

Samantha Teonata, Rendy Iswanto

Universitas Ciputra

DKV Sebagai Strategi dalam Membangun Persepsi Positif Siswa Sekolah Dasar Terhadap Pengenalan Profesi Impian

Novena Ulita

Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana
novena.ulita@mercubuana.ac.id

Diterima: Juni, 2021 | **Disetujui:** September, 2021 | **Dipublikasi:** Desember, 2021

ABSTRAK

Situasi wabah pandemi COVID-19 yang terjadi, turut mentransformasi sistem pendidikan di Indonesia yang kemudian memberikan persoalan baru yang berbeda. Ketika pergantian pemimpin pada Kementerian Pendidikan selalu dikaitkan dengan adanya perubahan kurikulum namun kemudian berubah menjadi pada isu sistem penyelenggaraan pembelajaran *digital*. Hal tersebut juga dikaitkan pula dengan penurunan motivasi belajar siswa sekolah dasar yang sangat drastis di masa pandemi COVID-19 (Ansori, 2020). Para orang tua berharap sekolah dapat menjadi ruang dalam mengembangkan kemampuan untuk mempersiapkan diri pada karir pilihannya. Oleh sebab itu, perlu dibentuknya persepsi positif dan strategi komunikasi antara siswa sekolah dasar dan orang tua serta pendidik sehingga dapat mendukung pada peningkatan motivasi belajar di sekolah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yakni dengan kegiatan kreatif mewarnai yang berperan sebagai bentuk edukasi pengenalan profesi bagi siswa. Namun tentu hal ini perlu didukung oleh beberapa studi sehingga dapat menjadi solusi yang tepat. Desain ilustrasi yang dihadirkan pada buku rancangan kegiatan kreatif ini dapat memberikan rangsangan pada memori siswa dalam mengingat profesi pilihannya, serta dapat memperbaiki komunikasi antara siswa dan orangtua. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah metode *drawing future*, metode praktik, dan metode tanya jawab. Target sasaran dari kegiatan ini adalah siswa dan orangtua siswa yang telah diselenggarakan di Kelurahan Meruya Selatan Jakarta Barat Provinsi DKI Jakarta sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian kegiatan ini menjadi bentuk implementasi strategi desain sebagai solusi salah satu permasalahan pendidikan di masyarakat.

Kata Kunci: *visual communication*, edukasi, profesi, motivasi belajar, *service community*

PENDAHULUAN

Persoalan yang sangat kompleks ini menjadikan pemerintah selalu berupaya melakukan strategi penanganan yang tepat dan berkelanjutan ke dalam tiga dimensi utama (OPHI, 2015) yakni pendidikan, kesehatan dan standar hidup (Adji, Hidayat, Tuhiman, Kurniawati, & Maulana, Januari 2020). Kemiskinan juga dianggap suatu penyakit sosial yang tidak hanya dialami oleh negara-negara berkembang, tetapi juga menjadi persoalan bagi negara maju. Artinya kemiskinan merupakan juga masalah segala bangsa dan seluruh lapisan masyarakat harus dapat mengambil bagian untuk mencari solusi masalah tersebut. Penelitian yang dilakukan pada 33 provinsi di Indonesia mengukur strategi program kemiskinan yang menjadi program pemerintah serta efektifitasnya terhadap pengentasan kemiskinan. Dari penelitian tersebut ditemukan adanya hubungan positif antara tingkat kemiskinan dengan tingkat pendidikan yang berpengaruh sangat signifikan (Pratama, 2014).

Pendidikan selalu menjadi faktor penyebab terjadinya peningkatan angka kemiskinan. Oleh sebab itu, permasalahan pendidikan di Indonesia selalu menjadi perbincangan menarik bagi masyarakat. Setiap perubahan kepemimpinan di Kementerian Pendidikan selalu mengangkat isu dominan pada perubahan kurikulum dari pada persoalan pendidikan lainnya, yakni : distribusi anggaran pendidikan, penyelenggaraan pendidikan, maupun proses pembelajaran pendidikan. Bahkan ada anekdot yang beredar ditengah masyarakat "*ganti Menteri ganti kurikulum*". Hal tersebut muncul untuk mengkritisasi bahwa masyarakat mengalami kejenuhan dengan sistem kurikulum yang terus mengalami perubahan setiap periodenya, artinya belum selesai diukur pencapaian kurikulum sebelumnya, sudah dilakukan perubahan kurikulum baru, tentu hal hasil situasi tersebut menimbulkan masalah baru di tengah masyarakat dalam menjalani proses pendidikan tersebut.

Oleh sebab itu, ketika menjadikan pendidikan sebagai bagian dari strategi pengentaskan kemiskinan di Indonesia sangat diperlukan pula pendekatan dari seluruh lapisan masyarakat, termasuk para desainer komunikasi visual. Pendekatan itu dilakukan sebaiknya secara tepat sehingga masyarakat mau terlibat secara aktif mengambil peran dalam peningkatan pendidikan tersebut. Tentu juga dalam hal berkontribusi menurunkan angka kemiskinan di Indonesia. Pendidikan merupakan suatu keadaan yang dapat membentuk nilai dan karakter generasi suatu bangsa. Dengan demikian tujuan pendidikan bukanlah pada hasil capaian, tetapi lebih kepada proses pendidikan tersebut. Pada proses pendidikan yang dijalankan generasi bangsa dibentuk untuk memiliki karakter dan nilai yang diharapkan, sehingga pendidikan dapat menjadi pilar utama dalam upaya membangun negara menjadi lebih baik. Dengan kata lain, pendidikan lebih kepada proses pembentukan cara pandang bukan hanya sekedar memiliki keterampilan atau kehandalan pada bidang tertentu saja. Walaupun sebagian besar orangtua memiliki harapan dalam memberikan pendidikan pada anaknya dengan tujuan utama supaya memiliki keterampilan sehingga mendapatkan pekerjaan yang baik dimasa depan.

Oleh sebab itu diperlukan suatu sistem penyelenggaraan pendidikan oleh para pemegang kekuasaan sehingga kebijakan-kebijakan yang dibuat dapat mengakomodir seluruh pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini tentu harapannya bahwa penyelenggaran pendidikan yang baik akan memberikan manfaat yang maksimal secara merata yang dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia (Fahrudi, 2016). Dalam penyelenggaraan pendidikan juga seharusnya memiliki landasan filosofis utama dalam memaknai pendidikan, mengatur sistem pendidikan nasional, dan hakikat manusia yang diwujudkan dari penyelenggaraan pendidikan tersebut, semua harus juga dibangun berdasarkan jiwa Pancasila (Suroto, 2014).

Menurut Menteri Pendidikan, Nadiem Makarim, pendidik berperan sangat penting dalam proses pembelajaran dan penyampaian nilai serta menterjemahkan kurikulum kepada para siswa (CNN Indonesia 2019). Pendidik yang berkualitas tentu akan membantu tersampaikan proses pendidikan dengan tepat dan seharusnya. Namun, yang terjadi di masyarakat situasinya adalah para pendidik dan orangtua lebih melihat kepada hasil dan capaian, bukan pada proses dari pelaksanaan pendidikan itu sendiri. Dengan kata lain, pendidik dan orangtua lebih mengedepankan kepada nilai yang diperoleh daripada pengalaman dari proses pembelajaran itu sendiri. Hal ini yang akhirnya para pendidik dan orang tua memberikan intervensi target pelaksanaan pendidikan lebih kepada nilai yang tinggi dari pada pengalaman dari proses pendidikan itu sendiri. Dengan intervensi-intervensi yang sejak dini diberikan pada siswa sekolah dasar sampai pada sekolah menengah atas ini yang kemudian menjadikan sekolah sebagai beban sehingga berdampak pada penurunan motivasi bersekolah. Perspektif inilah yang perlu dibenahi oleh pendidik dan terutama orangtua, sehingga dapat merubah persepsi anak dalam melaksanakan aktivitas sekolahnya.

Berdasarkan penjabaran situasi di atas, maka masalah pendidikan menjadi suatu hal

yang perlu segera ditemukan solusinya terutama ketika wabah pandemi yang terjadi awal tahun 2020, isu pendidikan yang awalnya lebih pada pemilihan kurikulum yang tepat kemudian berubah menjadi pada isu pelaksanaan sistem penyelenggaraan pendidikan yang bertransformasi serentak dan mendadak secara *digital*. Penyelenggaraan pendidikan baik mulai dari desa hingga daerah perkotaan harus dilakukan secara daring. Tentu hal ini menimbulkan masalah baru dalam pendidikan itu sendiri. Permasalahan terutama saat situasi wabah pandemi yakni terjadinya penurunan motivasi belajar siswa karena mengalami banyak tekanan sehingga mempengaruhi kesehatan jiwa siswa sehingga menjadikan siswa malas belajar (Ansori, 2020). Oleh sebab itu, sudah saatnya para desainer komunikasi visual terlibat dan berkontribusi terhadap masalah pendidikan ini dalam upaya mendukung program pemerintah menurunkan angka kemiskinan di Indonesia. Penulis sebagai bagian dari pendidik bidang ilmu desain komunikasi visual tertarik menyikapi permasalahan ini dengan memperbaiki cara pandang atau persepsi siswa dalam hal ini dilakukan sejak dini yakni dari usia sekolah dasar untuk meningkatkan motivasi belajar siswa. Perbaikan cara pandang yang dilakukan sejak dini oleh para siswa akan mendukung pencapaian maksimal dari penyelenggaraan pendidikan. Siswa sekolah dasar yang memiliki persepsi positif terhadap pendidikan yang sedang dan akan dia jalankan tentu membentuk motivasi secara mandiri.

Melalui kekuatan visual yang ditangkap oleh indera siswa dapat menyerap informasi lebih lama pada memorinya. Memori menjadi bagian penting dalam proses belajar siswa tersebut karena sebanyak 75 % informasi yang diproses pada otak manusia diperoleh dari komunikasi visual, dengan 60.000 kali lebih cepat memahami visual dari pada informasi yang bersifat teks, serta sebesar 90% informasi disampaikan dalam bentuk visual pada kerja otak (Vanichvasin, 2021). Komunikasi visual merupakan suatu pendekatan pembelajaran yang efektif agar lebih mudah dipahami dan memberikan hasil belajar yang lebih baik (Alfi, 2011; Vanichvasin, 2021). Oleh sebab itu, dengan bidang ilmu desain komunikasi visual, kita dapat berkontribusi dalam menyikapi persoalan pendidikan tersebut dalam membentuk persepsi positif melalui visualisasi profesi yang dikenalkan sejak dini kepada para siswa. Persepsi positif yang ditanamkan pada siswa sekolah dasar memberikan pandangan pentingnya pendidikan dan membangun motivasi secara mandiri. Siswa sekolah dasar yang memiliki motivasi tinggi dalam proses pembelajaran tentu akan membentuk karakter dengan daya juang yang tinggi terhadap tujuan hidupnya di masa depan. Oleh sebab itu, motivasi belajar tersebut nantinya menjadi suatu strategi yang tepat untuk dapat memperbaiki pencapaian pendidikan di Indonesia. Dengan motivasi belajar yang baik tentu, akan secara tidak langsung memperbaiki cara pandang siswa terhadap penyelenggaraan pendidikan yang dijalankannya. Persepsi positif tersebutlah yang akhirnya membentuk karakter dan nilai siswa sehingga menjadi generasi penerus bangsa yang dapat dibanggakan.

KAJIAN TEORI

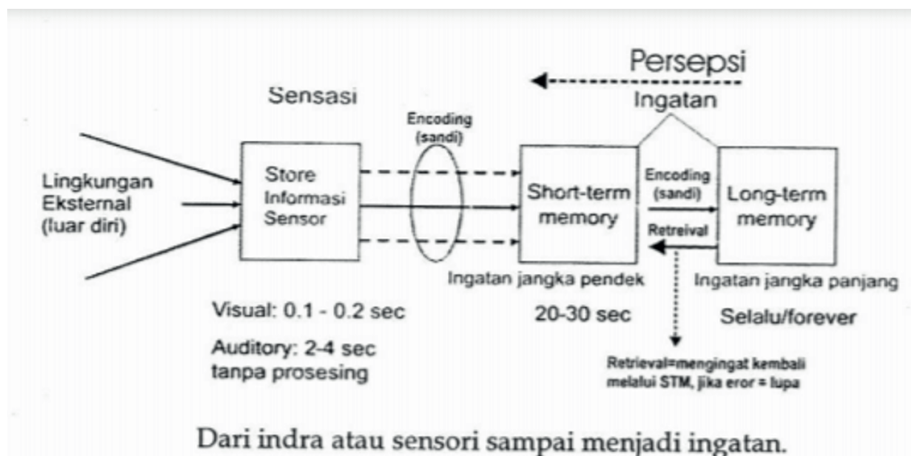
Masalah nyata yang dihadapi banyak keluarga saat situasi wabah pandemi sejak awal tahun 2020 di Indonesia yakni penurunan motivasi belajar siswa menjalani aktivitas sekolahnya (Ansori, 2020). Siswa mengalami berbagai tekanan, dan kurangnya interaksi antar siswa untuk saling bermain dan belajar ketika pembelajaran *digital* dilakukan. Selain itu para siswa semakin kehilangan motivasi dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan oleh para guru karena merasa tidak ada relevansi dengan masa depannya. Para siswa sekolah dasar seharusnya sejak awal sudah diberikan pemahaman bahwa pentingnya sekolah untuk mendukung profesi masa depannya. Hal tersebut semakin memperburuk keadaan saat orang tua yang saat situasi wabah pandemi terjadi memiliki hubungan paling intens dengan siswa sebaliknya turut memberikan persepsi negatif bahwa sekolah sebagai suatu beban yang berat bagi siswa. Tentu beberapa hal di atas semakin memperburuk persepsi siswa terhadap pentingnya sekolah tersebut. Bagi para siswa melakukan aktivitas sekolah

hanyalah menjadi suatu kewajiban untuk sekedar menyenangkan hati orang tua semata dan bukan karena tujuan dari pentingnya sekolah tersebut. Apalagi memiliki kesadaran bahwa sekolah merupakan suatu langkah awal dalam mencapai profesi masa depan pilihannya.

Ada 5 (lima) faktor yang menyebabkan siswa malas ke sekolah diantaranya : gaya belajar yang tidak sesuai, lingkungan yang kurang mendukung, adanya *bullying* di sekolah, masalah dalam proses belajar, dan gangguan emosi (Djie, 2019). Kemalasan belajar siswa dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Rasa malas yang timbul disebabkan karena tidak adanya motivasi diri, karena anak belum mengetahui manfaat dari belajar atau belum ada sesuatu yang ingin dicapainya (Maulinda, 2008). Dari sembilan faktor penyebab kelemahan pembangunan pendidikan di Indonesia, salah satunya adalah rendahnya relevansi pendidikan dengan kebutuhan terutama berkaitan dengan keterampilan yang dimiliki ketika memasuki dunia kerja (Suroto, 2014).

Dari hasil penelitian sebuah lembaga non profit di UK, *Education and Employers* melakukan penelitian di beberapa negara salah satunya di Indonesia. Hasil survei tersebut menemukan profesi yang paling banyak disebutkan oleh siswa adalah profesi polisi dan dokter; 58% siswa laki-laki memilih profesi polisi dan siswa perempuan hampir 69 % memilih profesi dokter dan 12 % menjadi guru, 20% yang memilih profesi karena alasan mengenal seseorang dengan profesi pilihannya, 90% mengenal profesi melalui televisi/ film/radio dan hanya 5 % yang mengenal profesi dari seseorang yang mereka temui di sekolah (Chambers, 2018). Dan banyak penelitian lainnya yang mendukung, bahwa pentingnya motivasi dari dalam diri dan lingkungan terdekat anak menetapkan tujuan dan manfaat sekolah sebagai sebuah kebutuhan di masa depan. Keputusan pemilihan profesi masa depan sangat dipengaruhi oleh model dari gambaran yang diperoleh dari keluarga terdekat siswa serta peran ibu sangat terlibat secara intensif dalam menyusun rencana karir pilihannya (Palos, 2010).

Persepsi menurut terminologi bahasa Latin *perceptio* atau *percipio* memiliki makna tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan proses yang terjadi di dalam diri individu yang dimulai dengan diterimanya rangsang, sampai rangsang itu disadari dan dimengerti oleh individu sehingga individu dapat mengenali dirinya sendiri dan keadaan di sekitarnya (Akbar, 2015). Persepsi juga merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia". Menurut Suharman (2015) ada tiga aspek dalam pembentukan persepsi yang dianggap relevan kognisi manusia yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian (Wardani, 2017). Pemahaman pembentukan persepsi ini diperlukan bagi seorang desainer komunikasi visual dalam menyusun perancangannya sebagai alat dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. Pemahaman pembentukan persepsi tersebut juga diperkuat dengan pembentukan persepsi visual bahwa dibuat oleh manusia melalui informasi yang diperoleh dari indera penglihatan, yakni mata. Penglihatan dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengenali cahaya dan menafsirkannya. Mata merupakan indera yang paling awal berkembang pada bayi, karenanya manusia cenderung menggunakan mata untuk membuat persepsi dibandingkan dengan indera yang lain.



Gambar 1. Alur Pembentukan Persepsi dan Ingatan (Sumber: Alizamar & Couto, 2016)

Dengan beberapa teori tersebut maka berkolaborasi membantu perancangan buku ini sebagai alat atau media edukasi dalam pembentukan persepsi positif siswa terhadap sekolah sebagai langkah mencapai profesi impian sehingga berpengaruh pada peningkatan motivasi belajar siswa sejak sekolah dasar. *Big idea* dalam perancangan buku ini adalah membangun pengalaman siswa terhadap profesi impiannya melalui pendekatan komunikasi orang tua dalam hal ini melalui peran ibu. Siswa sekolah dasar bersama ibu melakukan kegiatan kreatif yang diharapkan dapat menstimulus melalui visualnya selanjutnya menjadi memori jangka pendek dan akhirnya kesenangan tersebut menjadi memori jangka panjang. Upaya inilah yang dilakukan sehingga persepsi positif akan pentingnya sekolah sebagai langkah mencapai profesi masa akan terbentuk. Menurut *Kids Country Learning Centers* ada 6 (enam) manfaat kegiatan *drawing* bagi anak yakni : membantu perkembangan motorik, mendorong analisis visual, membantu membangun konsentrasi, meningkatkan koordinasi tangan dan mata, meningkatkan rasa percaya diri, melatih anak memecahkan masalah secara kreatif (KIDS COUNTRY Learning Centers, 2016). *Learning 4 Kids* dalam websitenya juga menekankan hal yang sama berkenaan dengan manfaat aktivitas *coloring* bagi anak : mengembangkan skill motorik anak, membantu kemampuan anak berkonsentrasi, mengenal dan mengetahui warna, meningkatkan koordinasi mata dan tangan, meningkatkan rasa kebanggaan dan keinginan berprestasi (Davis, 2015). Dengan demikian melalui kegiatan *drawing* dan *coloring*, para siswa diharapkan dapat lebih berkonsentrasi terhadap suatu hal, dan meningkatkan rasa kepercayaan dirinya dalam hal ini berkenaan dengan profesi masa depan pilihannya. Selain hal tersebut, menggambar juga membantu siswa dalam mengekspresikan dirinya.

METODOLOGI

Dalam kegiatan ini ada beberapa pendekatan yang dilakukan yakni, diantaranya adalah melakukan observasi dalam bentuk kegiatan kreatif pada siswa sekolah dasar di Desa Cibeuteung Bogor (2017) dan siswa sekolah dasar di ruang publik terpadu ramah anak Sugriwa Rawa Buaya (2018). Dari kedua pengalaman tersebut terlihat para siswa sekolah dasar sangat bersemangat ketika bercerita profesi impiannya di masa depan. Selain itu pada kegiatan observasi yang merupakan bagian dari pengabdian masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercubuana juga melihat antusias yang luarbiasa dari para ibu dalam mendukung putra-putri mereka melakukan kegiatan kreatif sambil berkomunikasi sesekali pada anaknya masing-masing berkenaan pemilihan profesi masa depan siswa. Para ibu memberikan respon positif terhadap pelaksanaan kegiatan kreatif ini dan perlu dilakukan secara intens agar dapat membantu masyarakat.

Dari kegiatan observasi inilah maka disusun kerangka berfikir dalam pelaksanaan kegiatan berikutnya sebagai berikut :

Tabel 1. Identifikasi Masalah, Peran Ibu, dan Kegiatan Siswa

MASALAH	PERAN IBU/ORANGTUA	KEGIATAN SISWA
Belum menemukan tujuan dan manfaat sekolah	Menanyakan hobi siswa dan memilih profesi masa depan yang ada relevansi dengan hobi	Menemukan kekuatan diri melalui hobi dan menggambarkan profesi masa depan pilihan siswa
Belum terbangunnya rasa percaya diri siswa	Memberikan dukungan dari ibu/orang tua terhadap profesi masa depan pilihannya, bahwa setiap pribadi memiliki kekuatan yang berbeda dan unik	Menggambar, mewarnai pada buku masing-masing bersama ibu/orangtua
Sulit bersosialisasi dan berkomunikasi	Menanyakan alasan menyukai profesi masa depannya pilihannya dikaitkan "bahwa profesi yang baik adalah profesi yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat"	Mempresentasikan profesi masa depan siswa masing-masing dan menjelaskan alasan memilih profesi tersebut

(Sumber : Penulis, 2019)

Maka dengan kegiatan ini dapat mencapai luaran sebagai berikut:

Tabel 2. Output, Outcomes dan Indikator Ketercapaian Kegiatan

OUTPUT KEGIATAN	INDIKATOR TERCAPAI KEGIATAN	OUTCOMES KEGIATAN
Mampu menentukan profesi	Siswa dapat menggambarkan profesi masa depannya dengan nyata melalui atribut dan suasana dari profesi masa depan pilihannya	Menggambar dan mewarnai aktivitas kreatif yang meningkatkan kesenangan siswa agar termotivasi ke sekolah
Membangun komunikasi dan interaksi	Siswa dan orangtua dapat saling bekerjasama dalam melakukan aktivitas kreatif saat menyelesaikan tugas pada buku masing-masing berkenaan profesi masa depan pilihannya.	Buku sebagai media edukasi dalam mengkomunikasikan secara visual terhadap hobi dan profesi masa depannya siswa agar selalu ingat akan profesi masa depannya
Mempresentasikan profesi masa depannya	Siswa dapat menceritakan dengan bersemangat tentang profesi masa depan pilihannya, alasan kenapa memilih profesi tersebut, dan orang tua dapat menjelaskan apa harapannya terhadap anaknya dengan profesi pilihan tersebut.	Meningkatkan rasa kepercayaan diri siswa, melatih kemampuan mengekspresikan diri dan siswa dengan mudah menyampaikan hambatan yang dirasakannya ketika sekolah

(Sumber : Penulis, 2019)

Dari kedua kegiatan observasi tersebut diatas, kemudian dirancanglah sebuah buku ilustrasi sebagai media edukasi dalam memperkenalkan profesi masa depan serta sebagai alat dalam menjalin komunikasi yang baik antara siswa dan ibu tentang pentingnya bersekolah sebagai upaya mencapai profesi masa depan pilihannya. Keseluruhan kegiatan di atas dilakukan tentu melalui pemanfaatan bidang ilmu desain komunikasi visual yaitu persepsi visual dalam upaya membangun persepsi positif siswa terhadap aktivitas sekolah. Dengan kegiatan kreatif yang dilakukan dalam memperkenalkan profesi, para siswa sekolah dasar dapat mengingat tujuan mereka dalam menjalankan aktivitas di sekolah masing-masing. Selain itu aktivitas kreatif seperti mewarnai profesi ini juga sebagai suatu upaya untuk meningkatkan daya ingat jangka panjang terhadap profesi masa depannya. Oleh karena itu mengimplementasikan ilmu desain komunikasi visual dapat turut berkontribusi dalam menyelesaikan masalah pendidikan di ibukota khususnya, yakni meningkatkan persepsi dan motivasi siswa secara positif.

Buku ilustrasi yang telah dirancang kemudian diimplementasikan dengan menggunakan metode:

1. Metode *drawing future*, memberikan bayangan profesi masa depan
2. Metode praktik, yakni para siswa mempraktikkan dalam mempresentasikan langsung profesi masa depan pilihannya.
3. Metode tanya jawab, yakni orang tua dan para siswa melakukan tanya jawab, berkenaan dengan profesi masa depan pilihannya. Pertanyaan berkenaan dengan seputar hobi para siswa, kekuatan diri yang dimiliki, dan alasan memilih profesi tersebut dan manfaat bagi orang lain. Tanya jawab dilakukan oleh ibu/orangtua lembut, banyak mendengarkan suara para siswa, dan memberikan respon terhadap langkah-langkah mudah yang harus mereka lalui dalam mencapai profesi masa depan pilihannya serta menyampaikan rasa kebanggaan para ibu/orangtua jika para siswa dapat mencapai profesi masa depan pilihannya.

PEMBAHASAN

Kondisi bencana pandemi Covid-19 yang melanda dunia turut merubah perilaku keseharian masyarakat di Indonesia. Kegiatan yang biasanya penuh dengan rutinitas mobilisasi yang tinggi berubah menjadi kegiatan yang dilakukan di rumah. Hal ini tentu memunculkan masalah tersendiri bagi masyarakat. Dalam hal ini kelompok masyarakat kecil yang lebih terasa terkena imbas adalah keluarga. Setiap keluarga di tengah masyarakat mendadak memiliki peran ganda dalam terlibat pada proses belajar mengajar anak di sekolah.

Saat peran keluarga dituntut untuk dapat menjadi guru yang terbaik bagi anaknya. Kerenggangan hubungan bagi keluarga- keluarga yang tinggal di perkotaan khususnya DKI Jakarta, tentu menjadi sesuatu yang positif dengan banyaknya waktu yang dapat dihabiskan bersama anak-anak di rumah. Namun, ketidaksiapan orang tua dalam memberikan perhatian yang penuh tentu menjadi tantangan bagi para orangtua agar dapat menjaga kesehatan keluarganya, tetapi juga sekaligus menjaga mental dan semangat anak khususnya dalam motivasi tetap melakukan proses pembelajaran. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Rico Santoro seorang peneliti kebijakan publik yang menyatakan, demikian :

“Peneliti Kebijakan Publik, Rico Santoro mengatakan selama ini banyak keluarga yang cenderung tidak siap menjadi ‘guru’ bagi anak-anaknya. Sebagian besar urusan pendidikan diserahkan ke sekolah. “Adanya Covid-19 yang memindahkan urusan pendidikan ke rumah membuat keluarga tergagap-gagap beradaptasi. Kendala belajar bermunculan mulai dari kesulitan akses internet, beratnya biaya pengadaan pulsa kuota, sulitnya menjadi guru bagi anak-anak, dan lain-lain (Prodjo, 2020)”

Peran keluarga disini artinya terbukti dapat memberikan pengaruh yang besar dalam memotivasi anak agar tetap melakukan aktivitas pembelajarannya selama belajar di rumah masing-masing. Para orangtua disini dituntut dapat menjalankan peran guru profesional dalam mendidik anak-anak. Walaupun sebenarnya, sebelum terjadinya bencana pandemi ini seharusnya fungsi ini wajib telah dilakukan oleh para orang tua. Proses pendidikan karakter dan ilmu pengetahuan bagi seorang anak seharusnya dipastikan berawal dari peran orang tua. Selanjutnya peran orangtua inilah, melalui fungsi keluarga kemudian membentuk upaya menciptakan pribadi-pribadi yang mandiri serta tangguh sebagai generasi penerus bangsa.

“Menurut Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen (IKK), Fakultas Ekologi Manusia (Fema), IPB University, Dr Tin Herawati, pandemi COVID-19 telah mempengaruhi sistem lingkungan terbesar (makrosistem) yang tentunya sangat berdampak pada lingkungan terkecil (mikrosistem), yaitu keluarga. Perubahan demi perubahan dihadapi oleh keluarga pada sektor pendidikan, ekonomi, kesehatan dan sebagainya sehingga memengaruhi kehidupan seluruh anggota keluarga. Keluarga merupakan institusi sosial terkecil di masyarakat yang mempunyai peran sangat

besar dalam pembentukan sumberdaya manusia berkualitas. Keluarga adalah institusi pertama dan utama dalam mendidik, melindungi serta memelihara anak-anaknya, baik laki-laki maupun perempuan sesuai dengan nilai-nilai keluarga, norma masyarakat dan agama yang dianut sehingga dihasilkan generasi tangguh (Herawati, 2020)".

Dengan demikian, menjadi jelas bagi pemahaman kita, bahwa peran keluarga sangat besar dalam menciptakan pribadi-pribadi yang berkualitas. Pribadi yang dapat menyelesaikan setiap masalah dan tantangan yang nantinya akan dihadapi anak dimasa depan.

Perancangan buku ilustrasi ini adalah ini mengkomodir hal tersebut. Buku ini terdiri dari 3 (tiga) bagian yakni : pertama pada bagian awal yang merupakan pengenalan, dimana orang tua dapat mengetahui profesi yang diinginkan siswa. Lalu di bagian isi yang merupakan berkenaan dalam menanamkan persepsi positif terhadap suatu profesi di masa depan, serta bagian akhir adalah bagian penegasan akan pilihan profesi dan langkah-langkah yang siswa harus ketahui sejak dini. Buku ini berisikan petunjuk dalam setiap ilustrasi yang dapat digunakan oleh para ibu dalam mendampingi anak mewarnai setiap ilustrasi yang tersedia dalam buku. Profesi yang diperkenalkan dalam buku ilustrasi ini adalah profesi-profesi belum terlalu diminati namun mulai dikenal saat ini di masyarakat dan merupakan profesi di masa depan yang akan mereka jumpai nantinya saat dewasa pada era digitalisasi ini.

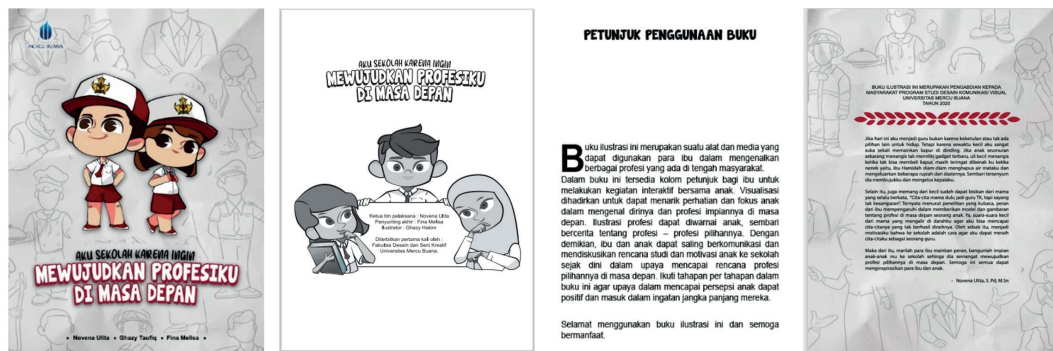
Dengan demikian melalui buku ilustrasi ini merupakan salah satu solusi yang dapat diberikan kepada masyarakat sehingga dapat membantu para orangtua dalam memperkenalkan berbagai profesi pada anak dan pastinya memberikan ide dalam membuat kegiatan kreatif selama wabah covid-19. Kegiatan mewarnai merupakan kegiatan yang memberikan kesenangan karena pilihan warna warni dapat meningkatkan kinerja otak anak dan bertumbuh kembang lebih kreatif. Para siswa secara tidak langsung pada saat mewarnai dapat turut mempengaruhi alam bawah sadar anak dalam mengingat jelas profesi impian pilihan mereka. Tentunya, hal ini menjadi salah satu alternatif dalam meningkatkan motivasi siswa semangat rajin dan tekun ke sekolah atau lebih tepatnya semangat melakukan rutinitas pembelajaran mereka.

Menurut Subarto dalam jurnalnya memaparkan ada beberapa strategi yang dapat dilakukan orang tua kepada anak-anak dalam mengatur perilaku dan merencanakan proses belajarnya secara mandiri sejak dini, diantaranya beliau menyampaikan dan memberikan arahan mengenai perilaku dan memberikan contoh langsung dapat menjadi pedoman bagi anak dalam mencapai prestasi. Selain itu, hal ini juga menjadi strategi dalam membangun komunikasi dua arah dengan anak, dimana orang tua dan anak dapat saling berdiskusi dan anak diperkenalkan sejak dini tentang bagaimana mengontrol perilaku emosional anak, dengan itu anak akan merasa memiliki sahabat yang dapat dipercaya. Terakhir strategi menunjukkan langkah-langkah konkrit yang sederhana kepada anak merupakan suatu upaya dalam mempertahankan kemampuan belajarnya. Maka dari itu, beberapa strategi penerapan yang dilakukan orang tua di atas dapat menjadi *self-regulating* bagi anak agar sejak dini mampu mengajarkan pada dirinya memberikan penguatan secara internal secara mandiri (Subarto, 2020).

Oleh sebab itu, jurnal di atas menegaskan bahwasanya kegiatan yang dapat dilakukan melalui buku ilustrasi ini merupakan bagian dari strategi yang dapat membangun komunikasi anak dan orangtua (ibu) dalam merencanakan masa depannya, mengajarkan anak dapat mulai membuat langkah-langkah mencapai profesi impiannya di masa depan dengan semangat ke sekolah. Serta melalui peran orangtua ini anak akan menjadi lebih mudah mendapatkan model atau contoh yang dapat menjadi panutan dan tentu orang yang paling mudah dipercaya dan memberikan dukungan positif bagi kesuksesannya di masa depan.

Selain gagasan jurnal sebelumnya, Matindas, seorang pakar Manajemen Sumber Daya Mahasiswa mengatakan bahwa proses kreatif pada peserta didik selama proses pembelajaran berlangsung akan memperlihatkan keinginan dan dorongan motivasi dalam menemukan jawaban sebagai bagian dari pencapaian pemahaman tertentu (Matindas, 2002; 71-72; Pramartasari, T.Marpaung, & Achmad, 2018). Konsep Matindas berkenaan dengan A.K.U, yakni ambisi, kenyataan (kondisi) dan usaha digunakan pula dalam penyusunan skema buku ilustrasi ini. Tujuannya adalah dengan gagasan tersebut membantu para anak (siswa) dalam membentuk persepsi positifnya terhadap profesi pilihan di masa depannya dan pastinya membentuk motivasi bahwa anak dikenalkan terhadap profesi pilihannya agar dapat semangat melakukan rutinitas proses pembelajaran mereka.

Berikut lampiran penjabaran halaman – halaman yang terdapat dalam buku ilustrasi dengan judul “ Aku Sekolah Karena Ingin Mewujudkan Profesiku Dimasa Depan”. Judul ini menegaskan tujuan dari perancangan buku ilustrasi ini yang hendak meningkatkan motivasi siswa ke sekolah dalam mewujudkan impian profesi pilihannya. Ilustrasi siswa yang menggunakan seragam sekolah dasar dengan tanda senyuman lebar mendorong stimulan siswa agar tertarik dan bahagiannya dapat ke sekolah. Dengan demikian siswa diajak sebagai pribadi yang selalu bersyukur yang siap menghadapi perubahan-perubahan dan tantangan di masa datang.

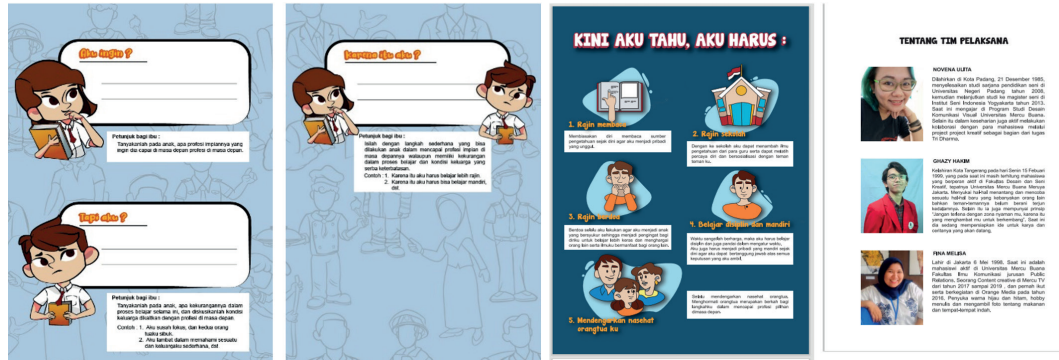


Gambar 2 Bagian Awal Buku Ilustrasi (Sumber : Penulis, 2020)

Pada gambar berikutnya terdapat petunjuk penggunaan buku ilustrasi mengenai tujuan yang akan dicapai melalui buku ini. Cara penggunaan ini menjadi acuan orang tua dalam membimbing anak (siswa) mengenal profesi-profesi yang sudah disajikan dalam buku ilustrasi ini. Selanjutnya pada buku ini penulis ingin mengajak para siswa mengenal lebih dekat pribadi dirinya, yang diarahkan kepada profesi impiannya dimasa depan. Ambisi merupakan bagian dari konsep “AKU” (Matindas) yang telah dijelaskan penjabarannya pada bab sebelumnya. Siswa diarahkan pada profesi impian pilihannya dimasa depan dengan cara memberikan ruang pada ibu berperan membentuk komunikasi dua arah untuk menggali keinginan anak tentang berbagai profesi yang pernah dia kenal, atau ibu dapat bercerita memberikan gambaran-gambaran profesi yang ada di lingkungan terdekat anak. Misalnya : profesi saudara ibu atau ayah, profesi para orangtua teman siswa yang mereka kenal, serta dapat pula profesi tetangga yang keseharian memiliki hubungan yang dekat dengan mereka.

Dengan mencoba menggali pengetahuan anak tentang profesi – profesi yang dia kenal, komunikasi ibu dan anak (siswa) dapat terus berkembang berkenaan tentang aktivitas profesi, atribut yang digunakan saat melakukan aktivitas profesi tersebut, suasana lingkungan kerja profesi, serta pandangan positif masyarakat terhadap profesi tersebut. Upaya bercerita akan meningkatkan daya tarik dan rasa ingin tahu yang tinggi bagi para siswa yang kemudian akan membentuk persepsi dan motivasi positif secara bertahap

siswa terhadap profesi-profesi yang diperkenalkan. Pada bagian “AKU INGIN” anak (siswa) sengaja ditantang untuk memiliki ambisi yang besar akan suatu profesi sehingga dapat memberikan pengaruh pada siswa dalam mencapai ambisi tersebut. Artinya jika sejak dini anak (siswa) hanya terbangun sikap dan mental yang pesimis tentu mendorong rasa kemasalasan menjadi faktor utama siswa tidak mau ke sekolah. Menurut konsep “AKU”(Matindas) siswa perlu memiliki ambisi dalam meningkatkan daya juang dan kreativitas serta tentu lebih meningkatkan pula produktivitas siswa menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh para pendidik.

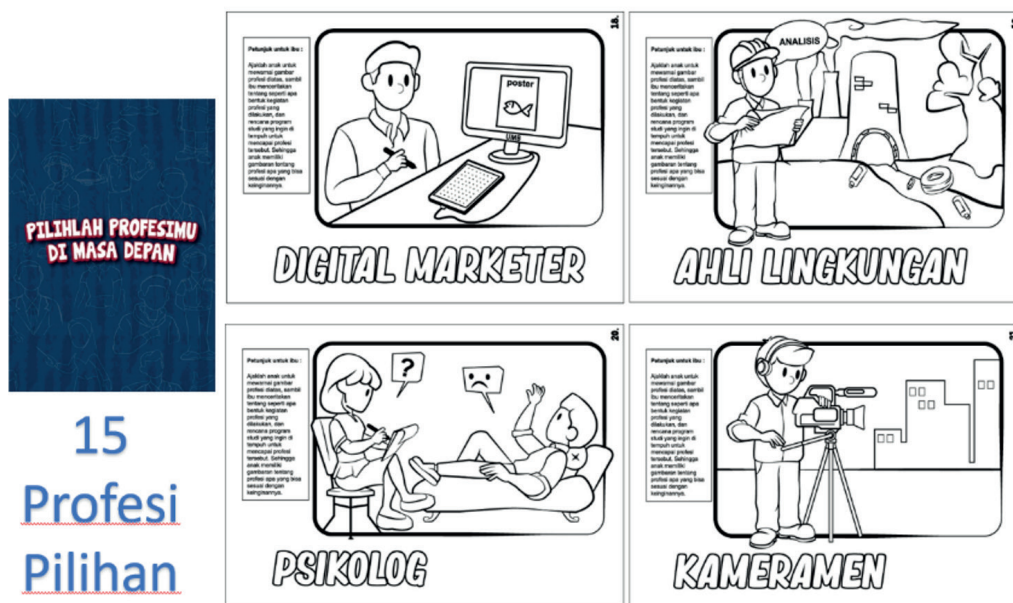


Gambar 3 Bagian Kedua Buku Ilustrasi (Sumber : Penulis, 2020)

Namun ketika anak (siswa) didorong agar berambisi terhadap sesuatu, orang tua dalam hal ini ibu memiliki peran yang penting memberikan pemahaman-pemahaman tentang kondisi lingkungan sekitar anak. Misalnya peran ibu sangat penting pada situasi ini, karena anak (siswa) akan lebih mudah terbuka pada ibunya sendiri daripada orang lain. Keterbukaan ini juga menjadikan suatu sikap mental anak yang siap untuk menerima kondisinya dan memberikan kesadaran sejak dini bagi anak bahwa seorang ibu (keluarga) adalah pihak yang paling menerima setiap kondisi kelemahan-kelemahan anak.

Artinya sejak dini diperkenalkan setiap pribadi punya kelebihan tetapi juga punya kekurangan. Memiliki suatu kelemahan atau kekurangan bukanlah hal yang memalukan, tetapi sesuatu yang wajar dimiliki oleh setiap anak. Saat ini banyak para ilmuwan mengatakan generasi saat ini adalah generasi yang rapuh dan mudah menyerah. Oleh sebab itu peran ibu dapat menjadi sumber kekuatan bagi pribadi anak (siswa) agar dapat memiliki rasa kepercayaan diri yang baik sehingga mendorong siswa lebih aktif.

Oleh sebab itu pada bagian ilustrasi “TAPI AKU”, siswa dapat mengenal dirinya dan juga membaca lingkungan sekitarnya. Pada hal ini dikhususkan pada kondisi serta kelemahan siswa selama dalam proses pembelajaran dan kondisi di lingkungan keluarga. Kegiatan ini juga dapat membuka komunikasi positif bagi siswa dan orangtua mereka sehingga membentuk sikap jujur tentang pengalaman-pengalaman pribadi yang dialami dan menjadi kendala. Dengan ibu semakin mengenal situasi yang dialami oleh anaknya dalam proses pembelajaran dan dapat memberikan arahan yang tepat agar anak dapat melangkah ke depan. Berbeda sebaliknya jika dilihat saat ini banyak orangtua yang dominan berambisi menjadikan anaknya kepada profesi tertentu sementara tidak mau tahu dan bahkan tidak mengetahui tingkat kemampuan dan minat yang dimiliki anaknya. Akibatnya situasi tersebut menjadikan anak merasa terbebani dan tentu menjadi faktor kembali anak malas ke sekolah sebab mereka merasakan ke sekolah bukan untuk kepentingan mereka tetapi untuk kepuasan diri para orangtua.



Gambar 4 Bagian 15 Ilustrasi Profesi Yang Diperkenalkan (Sumber : Penulis, 2020)

Bagian akhir pada ilustrasi bagian awal ini memberikan wawasan pada siswa tentang keharusan memiliki ambisi dalam mencapai suatu profesi impiannya tetapi mereka juga harus memiliki kesadaran terhadap kondisi dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, siswa diberitahu pula bahwa ada langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam menjadi solusi atas keterbatasan dan hambatan yang mereka temukan saat menjalani proses pembelajaran. Ilustrasi “KARENA ITU AKU” memberikan pengetahuan pada siswa tentang langkah-langkah konkrit yang dapat dilaksanakan. Oleh sebab itu sedapatnya dalam komunikasi keterbukaan orangtua (ibu) memberikan arah dan cara yang dapat dilakukan para siswa dalam menyelesaikan masalah mereka. Hal ini jika terus dibiasakan dalam proses pembelajaran akan mendorong siswa belajar menggunakan metode *problem solving*. Tentu hal ini berdampak positif dalam proses pembelajaran siswa di sekolah dan jelas meningkatkan motivasi belajar.

Jika 3 (tiga) bagian di awal ilustrasi ini dilakukan bertahap dan dengan komunikasi yang jujur dan terbuka antara siswa dan ibu akan membentuk secara bertahap persepsi positif anak tentang pentingnya ke sekolah. Selanjutnya bagian tengah dalam buku ilustrasi ini adalah 15 (limabelas) profesi masa depan yang diperkenalkan pada para siswa. Ilustrasi setiap profesi digambarkan dengan simbol aktivitas yang dilakukan profesi, atribut yang digunakan dalam melakukan aktivitasnya, dan kemudian pandangan masyarakat terhadap profesi tersebut. Kelima belas profesi tersebut diperkenalkan oleh ibu dengan menggunakan metode ceramah sembari mengajak para siswa melakukan kegiatan kreatif mewarnai. Siswa diperbolehkan menambahkan unsur-unsur visual yang dapat melengkapi situasi dan imajinasi mereka terhadap profesi tersebut.

Sebuah jurnal penelitian yang memaparkan suatu konsep baru menghadirkan strategi peningkatan kemampuan berfikir analisis siswa mengatakan ada 3 (tiga) hal yang mendasar yakni seorang guru, siswa itu sendiri, dan proses pembelajarannya. Peran pendidik merupakan bagian terpenting dalam mengevaluasi proses pembelajaran yang dilaksanakan salah satunya dalam meningkatkan kemampuan berfikir analisis pada siswa. Jurnal Rodger et al. (2009) tersebut mencatat bahwa banyak penelitian yang sudah dilakukan dalam mengukur proses tersampainya informasi pada otak yang besar dipengaruhi oleh unsur visual. Hal ini yang dikenal dalam bidang pendidikan yakni pembelajaran visual.

Dengan pembelajaran yang menggunakan kekuatan visual akan lebih mudah memetakan pemikiran siswa dan inilah yang akhirnya mendorong peningkatan kemampuan berfikir analisis pada siswa. Beberapa penelitian juga telah dilakukan dan terbukti bahwasanya siswa lebih mampu mengingat informasi yang direpresentasikan dengan visual daripada hanya sebatas kata-kata. Dengan demikian penelitian tersebut menjadikan suatu konsep pembelajaran visual akan membantu peningkatan pemikiran visual yang dengan kata lain menjadikan siswa lebih mudah mengingat setiap informasi yang diterimanya. Penelitian Raiyn juga menemukan bahwa ada peningkatan yang signifikan terhadap kemampuan berfikir analisis siswa ketika diterapkan pembelajaran visual dari pada pembelajaran tradisional yang lebih dominan verbal. Penerapan pembelajaran visual sebaiknya mulai diterapkan sejak tingkatan sekolah dasar sampai tingkat menengah (Raiyn, 2016).

Penelitian eksperimen psikologi menyiratkan bahwa suatu rangsangan visual dapat berisikan informasi membentuk persepsi. Informasi yang tersedia digunakan dalam membangun dalam satu sistem persepsi yang selanjutnya menggali terus kepekaan akan sesuai atau tidak kesesuaian untuk kemudian seseorang yang mempersepsikan tersebut melihat lingkungan sekitarnya (Kubovy, Epstein, & Gepshtein, 2012).

Suatu tes yang pernah dilakukan pada siswa sekolah dasar dalam melihat korelasi kemampuan membaca siswa yang dihubungkan dengan persepsi visual siswa. Hasil riset tersebut menunjukkan ada hubungan yang kuat antara tingkat membaca dan keterampilan persepsi visual. Keterampilan persepsi visual memiliki efek positif pada membaca. Dengan demikian dapat direlasikan keterampilan persepsi visual merupakan unsur penting yang perlu didukung dalam meningkatkan kemampuan membaca siswa. Hal tersebut dapat terjadi karena siswa yang memiliki rasa keingintahuan yang tinggi akan mendorong siswa untuk lebih aktif dalam proses pembelajaran (Cayir, 2017).

Beberapa penelitian di atas dapat direlasikan dengan penelitian dari lembaga non profit di UK, Education and Employers (Chambers, Kashefpakdel, Rehill, & Percy, 2018: 63) yang sebelumnya sudah dipaparkan tentang pilihan profesi masa depan persepsi para siswa. Jika siswa diperkenalkan berbagai pilihan profesi dengan menggunakan pembelajaran visual yakni implementasi ilustrasi dan mewarnai ilustrasi tentu hal tersebut dapat meningkatkan kemampuan berfikir analisis siswa dalam proses pembelajaran yang dijalankannya. Dengan peningkatan kemampuan berfikir analisis tersebut akan mendorong rangsangan pada siswa dan kemudian membentuk persepsi visual yang baik sehingga memberikan pula pengaruh terhadap keterampilan membaca lingkungan sekitarnya yang lebih memberikan efek positif.

Apabila siswa sejak dini sudah diberikan informasi-informasi berkenaan dengan berbagai profesi, tentu juga akan membangun persepsi siswa yang positif baik terhadap profesi pilihan yang akan ditekuni dan juga meningkatkan motivasi siswa untuk segera menyelesaikan tanggungjawab sekolahnya agar dapat segera melanjutkan studi menuju profesi impiannya. Oleh sebab itu yang awalnya para siswa di Indonesia menurut riset lebih banyak yang paling banyak memilih profesi polisi, dokter dan guru dapat lebih memiliki variasi profesi melalui buku ilustrasi yang telah dirancang ini. Namun tentu juga dengan adanya peran dari orang-orang terdekat para siswa yakni : guru, orangtua (ibu) dan teman-teman di lingkungan sekitarnya.

Buku ilustrasi ini merupakan alat dan media yang dapat digunakan orang tua, khususnya ibu dalam mengenalkan berbagai profesi yang sudah ada sejak lama dan profesi-profesi baru yang saat ini sedang banyak dicari oleh perusahaan maupun organisasi. Dalam hasil uji coba yang telah dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2020, yang mana telah di uji coba terstruktur sesuai petunjuk penggunaan buku oleh 2 orang ibu dan anak , sebagai berikut :



Foto Anak Menuliskan Rencana Profesi Piliannya Sembari Mendengarkan Ibu Bercerita
(Sumber : Fina, 2020)



Foto Sebelah Kiri Ibu Daffa dengan Ibu Emi serta Foto Sebelah Kanan Ibu Afi dan Irsyad
(Sumber : Fina, 2020)

Gambar 5 Foto Kegiatan Uji Coba Buku Ilustrasi Profesi (Sumber : Tim Pelaksana, 2020)

Tabel 3. Responden Uji Coba Dan Output Hasil Perancangan Buku

MASALAH	RESPONDEN UJI COBA		OUTPUT	
	1	2	1	2
Belum menemukan tujuan dan manfaat sekolah	belum	belum	Sudah mampu menemukan profesi impiannya, dan memahami kaitan pentingnya sekolah dalam mencapai profesi impiannya	Sudah mampu menemukan profesi impiannya, dan memahami kaitan pentingnya sekolah dalam mencapai profesi impiannya
Belum terbangunnya rasa percaya diri siswa	belum	belum	Percaya diri dalam menyatakan profesi impiannya sebagai pemain bola dan juga youtuber	Percaya diri berani bercerita dengan ibunya keinginan menjadi seorang youtuber gamer walaupun belum memiliki laptop
Sulit bersosialisasi dan berkomunikasi	biasa	biasa	Merasakan nyaman bercerita dengan ibunya, dapat dilihat ketika anak mampu menanyakan profesi impian sang ibunya dahulunya. Anak lebih banyak bertanya dan juga bercerita akan profesi impiannya.	Memiliki komunikasi yang lebih baik dengan ibunda. Nasehat ibunda tentang menjadi seorang youtuber yang baik didengarkan dengan seksama dan anak dengan percaya diri mengutarakan alasan profesi tersebut menjadi impiannya.

(Sumber : Penulis, 2020)

Uji coba desain buku ilustrasi ini dilakukan pada tanggal 21 Agustus 2020 kepada 2 orang siswa dan ibunya. Uji coba dilakukan sebagai upaya implementasi rencana kegiatan yang tertera dalam buku diuji coba dan diketahui kendala-kendala yang dapat ditemukan saat buku ini digunakan sebagian upaya meningkatkan motivasi anak ke sekolah dengan mengetahui sejak dini profesi impiannya. Adapun dalam menggunakan buku ilustrasi ini ada beberapa kendala yang ditemukan :

1. Jenis profesi yang dihadirkan perlu ditampilkan lebih banyak misalnya dibuat dengan berseri seperti profesi bidang olahraga, bidang penyiaran, bidang kesehatan dan sebagainya.
2. Memberikan kolom identitas diri siswa dan tanggal kegiatan agar dapat menjadi tanda dan kenangan bagi siswa dan ibunya.

Setelah melakukan kegiatan pertama uji coba buku ilustrasi ini, selanjutnya nanti buku ilustrasi ini dilakukan evaluasi dan perbaikan agar buku ilustrasi ini menjadi lebih semakin baik dan dapat memberikan hasil yang lebih maksimal. Adapun tentu buku ilustrasi ini dapat mencapai tujuan yakni memberikan motivasi siswa agar lebih semangat ke sekolah dan sejak dini siswa sudah mengetahui pilihan profesi impiannya.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, desain komunikasi visual dapat berkontribusi dalam permasalahan pendidikan dan mengentaskan kemiskinan. Ada 3 (tiga) permasalahan siswa sekolah dasar malas belajar yakni : belum memiliki tujuan dan manfaat ke sekolah, rasa percaya diri yang rendah, serta kesulitan berkomunikasi dan bersosialisasi. Melalui kegiatan ini ibu dan anak (siswa) dapat saling berinteraksi, bersosialisasi, dan bertukar informasi terkait pilihan berbagai profesi sambil melakukan aktivitas kreatif *drawing future* dan *coloring*. Ilustrasi hadir sebagai bentuk menanamkan persepsi positif siswa terhadap berbagai profesi yang diperkenalkan oleh orang terdekatnya yakni ibunya sendiri. Mewarnai memberikan rangsangan pada kerja otak anak (siswa) dalam mengingat profesi impian dalam memori jangka pendek dan seterusnya menjadi memori jangka panjang. Dengan siswa dapat mengingat profesi impiannya, siswa memiliki persepsi positif dapat lebih rajin dan tekun belajar agar dapat melanjutkan studi sesuai dengan profesi yang dipilihnya. Peran ibu selalu utama disini yakni dalam memberikan nasehat, arahan siswa untuk melangkah dan mengingatkan profesi impiannya selanjutnya sehingga ke depan siswa dapat terus rajin dan tekun ke sekolah bukan karena paksaan dari keluarga tetapi karena kesadaran mandiri dalam mencapai cita-citanya.

Saran pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini sebaiknya dilakukan kerjasama dengan bidang ilmu psikologi dan juga lembaga pendidikan yang konsisten fokus dalam peningkatan minat dan motivasi belajar siswa melalui pengenalan profesi impiannya sejak dini. Dengan bekerjasama maka dapat dilakukan penelitian dan diukur potensi peningkatan minat dan motivasi anak sekolah sehingga buku ilustrasi ini dapat lebih bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, A., Hidayat, T., Tuhiman, H., Kurniawati, S., & Maulana, A. (Januari 2020). *Pengukuran Garis Kemiskinan di Indonesia : Tinjauan Teoritis dan Usulan Perbaikan*. Jakarta: Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K).
- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia : Jurnal Penelitian Pendidikan Islam Vol 10, No.1 Februari*, 189-209.
- Ansori, A. N. (2020, Desember 12). *liputan6.com/health/*. Retrieved Maret 30, 2021, from <https://www.liputan6.com/health/read/4431723/semangat-belajar-anak-menurun-selama-pandemi-covid-19-ini-penyebabnya>
- Cayir, A. (2017). Analyzing the Reading Skills and Visual Perception. *Universal Journal of Educational Research* 5(7) DOI: 10.13189/ujer.2017.050704 , 1113-1116, 2017.
- Chambers, N. K. (2018). *Drawing The Future*. UK: Education and Employers.
- CNN Indonesia. (2019, Oktober 25). *cnnindonesia.com/nasional*. Retrieved Maret 30, 2019, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20191025115716-20-442789/nadiem-prioritaskan-soal-kurikulum-dan-kualitas-guru>

Couto, A. d. (2016). *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi : Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Media Akademi.

Davis, J. (2015, Juni 22). *Benefits of Colouring in Activities*. Retrieved Nopember 19, 2019, from Learning4kids.net: <https://www.learning4kids.net/2015/06/22/benefits-of-colouring-in-activities/>

Djie, A. d. (2019, Juli 22). *Artikel*. Retrieved April 20, 2020, from <https://www.sehatq.com/artikel/anak-malas-belajar-telusuri-akar-permasalahannya>

Fahrudi, E. &. (2016). Peran Pendidikan Sebagai Pondasi Pertumbuhan Karakter Bangsa Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Reforming Pedagogy* (pp. 333-336). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Herawati, D. T. (2020, Juni 29). *News*. Retrieved from IPB University: <https://ipb.ac.id/news/index/2020/06/peran-keluarga-menjadi-kunci-utama-di-era-pandemi-covid-19-dan-new-normal/97065bf36bb764b8257e2b474ab6102f>

Janesta, C. (2019). Kemiskinan Menjadi Suatu Masalah Sosial yang Terjadi di Tengah - Tengah Masyarakat. *Jurnal Socius (Journal of Sociology Research and Education Volume 1 Nomor 1, 1-5*.

Kids. (2019, Juli 21). Retrieved Nopember 19, 2019, from Kid'sCountry: <https://kidscountryinc.com/2016/07/21/6-benefits-drawing-time-children/>

KIDS COUNTRY Learning Centers. (2016, July 21). *6 Benefits of Drawing Time for Children*. Retrieved from Kidscountryinc.com: <https://kidscountryinc.com/2016/07/21/6-benefits-drawing-time-children/>

Kubovy, M., Epstein, W., & Gepshtein, a. S. (2012). *Experimental Psychology. Volume 4 in Weiner IB (Editor-in-Chief) Handbook of Psychology, Edition: 2e, Chapter: Visual Perception: Theoretical and Methodological Foundations, , pp.85-119*. Manhattan: John Wiley & Sons, Editors: Healy AF & Proctor RW.

Maulinda, R. (2008). Problem Malas Belajar Pada Remaja (Sebuah Analisis Psikologis). *Jurnal Tsaqafah Volume 3 Nomor 2, 129-144*.

Palos, R. (2010). The Impact of Family Influence on The Career Choice of Adolescents. *Procedia-Social and Behavioural Sciences Vol 2, 3407-3411*.

Pratama, Y. C. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 4 Nomor 2 Agustus , 212-223*.

Prawoto, N. (2009). Memahami Kemiskinan dan Strategi Penanggulangannya. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan Volume 9 Nomor 1, 56-68*.

Prodjo, W. A. (2020, Mei 4). *Edu*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/edu/read/2020/05/04/211943371/belajar-dari-rumah-antara-orangtua-gagap-adaptasi-dan-anak-tak-senang?page=all>

Raiyn, J. (2016). The Role of Visual Learning in Improving Students' High-Order. *Journal of Education and Practice www.iiste.org ISSN 2222-1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online), 115-121*.

Subarto. (2020). Momentum Keluarga Mengembangkan Kemampuan Belajar Peserta Didik Di Tengah Wabah Pandemi Covid-19. *ADALAH, Buletin Hukum dan Keadilan, Volume 4 Nomor 1, ISSN : 2338 4638*, 13-18.

Suroto. (2014). Kebijakan Pembangunan Pendidikan Nasional Indonesia dan Kendala yang Dihadapi Sebagai Upaya Perbaikan Dalam Rangka Mempersiapkan Warga Negara Muda Yang Baik dan Cerdas. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Volume 4 Nomor 7 Mei* , 495-499.

Suroto. (2014). Kebijakan Pembangunan Pendidikan Nasional Indonesia dan Kendala Yang Dihadapi Sebagai Upaya Perbaikan Dalam Rangka Mempersiapkan Warga Negara Muda Yang Baik dan Cerdas. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Volume 4 Nomor 7 Mei* , 495-499.

Vanichvasin, P. (2021). Effects of Visual Communication on Memory Enhancement of Thai Undergraduate Students, Kasetsart University. *Higher Education Studies Vol. 11, No. 1 Published Canadian Center of Science and Education*, 34-41.

Wardani, S. H. (2017). Persepsi Mahasiswa Terhadap Metode Simulasi Online Trading di Bursa Efek Indonesia Di Fakultas Ekonomi Yogyakarta. *EKOBIS Vol 17, No.2 Juli*, 199-207.

Perancangan Poster dan Kalender sebagai Bentuk Implementasi *Display Type* Malangka Berdasarkan Studi Vernakular Tana Toraja

Angela Maria Nadya Sujanto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
as80013@student.uph.edu

Fredella Agatha

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
fa80054@student.uph.edu

Lorentius Calvin

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
lc80011@student.uph.edu

Tio Alfandri

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
ta80044@student.uph.edu

Brian Alvin Hananto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
brian.hananto@uph.edu

Diterima: November, 2021 | **Disetujui:** November, 2021 | **Dipublikasi:** Desember, 2021

ABSTRAK

Proyek perancangan poster dan kalender ditujukan sebagai medium untuk menampilkan (*showcasing*) *display type* vernakular Toraja bernama Malangka. *Display Type* ini merupakan hasil perancangan pada mata kuliah Tipografi Eksperimental Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pelita Harapan. Proyek desain ini akan menggunakan metode 'Lima Fase Proses Desain' yang dirancang oleh Robin Landa sebagai metodologi penelitian. Tim penulis merancang tiga alternatif desain untuk masing-masing poster dan kalender. Alternatif yang terpilih kemudian direvisi dan difinalisasikan untuk kebutuhan *showcase*. Medium poster yang dipilih berukuran A2 (420mm x 600mm), dan kalender dengan ukuran A5 (150mm x 210mm).

Kata Kunci: Tipografi Vernakular, Tana Toraja, *Display Type*, Malangka

PENDAHULUAN

Tana Toraja adalah sebuah kabupaten di daerah dataran tinggi Sulawesi Selatan, Indonesia. Istilah Toraja terbentuk dari kata 'To' dan 'Riaja' yang berarti orang yang berdiam di negeri atas (Nugroho, 2015, p.3). Menurut keyakinan suku Toraja, orang Toraja berasal dari langit, dan leluhurnya merupakan manusia yang berasal dari nirwana (Nirwana, 2018, p.103).

Aluk Todolo menjadi dasar utama dan pengikat kesatuan Suku Toraja yang kokoh. Kemanapun orang Toraja pergi, mereka harus selalu “kembali” ke kampung halamannya, yaitu ke rumah *Tongkonan* (Kebudayaan Kemdikbud, 2015). *Tongkonan* dianggap sebagai sosok ibu oleh Suku Toraja. (Asdhiana, 2013). *Tongkonan* juga menjadi pusat kehidupan masyarakat karena berfungsi sebagai rumah tinggal, kegiatan sosial, upacara adat, membina kekerabatan, hingga sebagai tempat diskusi pemerintahan adat (Michi, 2018).

Secara struktural, rumah adat *Tongkonan* terbagi menjadi tiga bagian dalam sumbu vertikal. Dari paling dasar, secara berurutan, terdapat bagian kaki (*Sullu' Banua*), bagian badan rumah (*Kale Banua*), dan bagian atas (*Rattiang Banua*). *Sullu' banua* adalah bagian kaki *Tongkonan* yang memiliki ruang kosong, dan digunakan sebagai kandang hewan ternak seperti kerbau. *Kale banua* adalah bagian badan rumah adat *Tongkonan* yang berbentuk panggung dan disusun dengan balok kayu. Bagian ini digunakan sebagai tempat upacara atau kegiatan sehari-hari ini terbagi menjadi tiga bagian dalam sumbu horizontal, yaitu *Tangdo* atau *Tengalok*, *Sali*, dan *Sumbung* (Julistiono & Arifin, 2005, p. 2669). *Rattiang Banua* adalah bagian atas *Tongkonan* dengan struktur menyerupai bentuk perahu. Proses perancangan *type* dilakukan dengan mengimplementasikan hasil ekstraksi objek vernakular, *Tongkonan*.



Gambar 1 Hasil Abstraksi Objek Vernakular (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Huruf dirancang dengan menggunakan metode grid, dengan proporsi tinggi 3:1:1. Angka perbandingan merupakan hasil ekstraksi dari tinggi rumah *Tongkonan*. Selain menggunakan proporsi *Tongkonan*, bentuk vernakular juga diterapkan melalui bentuk tangga dan proporsi huruf yang tinggi, *double stem* dan pondasi berupa serif pada bagian bawah untuk menekankan kesan tinggi dari rumah adat *Tongkonan*. Fitur-fitur lain yang juga hadir dalam *display type* ini adalah terdapatnya kesan rumah *Tongkonan* secara visual pada huruf, dan adat budaya suku Toraja secara konseptual.



Gambar 2 Rancangan Akhir *Display Type* Malangka (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Setelah perancangan *display type* selesai, diperlukan sebuah medium untuk mempresentasikan *typeface*. Implementasi tipografi vernakular dilakukan dalam medium poster berukuran A2 (420mm x 600mm) dan kalender berukuran A5 (150mm x 210mm).

Poster dan kalender digunakan untuk showcase penggunaan kombinasi *type* Malangka dengan *typeface* lain sekaligus menerapkan teori relasi gambar dengan tulisan.

KAJIAN TEORI

Dalam perancangan *typeface*, diterapkan sistem pembagian *grid* dengan perbandingan 1:1:3. Perbandingan ini diambil dari proporsi pembagian tiga bagian pada sumbu vertikal rumah adat *Tongkonan*. Hal ini ditujukan untuk menghadirkan elemen vernakular dalam *typeface*.

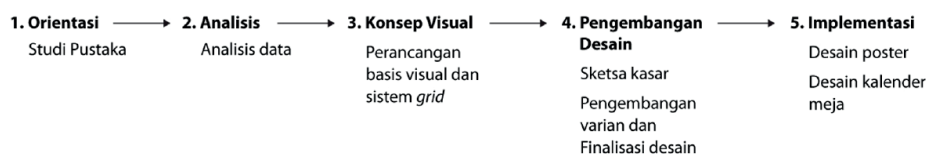
Pada perancangan poster dan kalender, penerapan relasi gambar dan tulisan pada karya menggunakan teori Nancy Skolos dalam buku "*Type, image, message: A graphic design layout workshop*". Terdapat 4 jenis hubungan kritikal antara *type* dan gambar, yaitu: *separation*, *fusion*, *fragmentation*, dan *inversion*. *Separation* adalah tahap awal pengenalan peran gambar dan *type* secara mandiri (Skolos, N. & Wedell, T., 2006). Dari keempat jenis hubungan *type* dan *image* tersebut, Nancy Skolos menuturkan bahwa setidaknya terdapat 1 jenis hubungan pada suatu desain dengan tujuan untuk menyampaikan pesan atau gagasan (Skolos, N. & Wedell, T., 2006:14,17). Pada perancangan poster, hubungan *type* dan ilustrasi yang digunakan adalah *separasi* dan *fusion*. Judul utama tidak memiliki keterikatan dengan elemen grafis pada ilustrasi, namun kutipan singkat pada poster menyatu dengan ilustrasi.

Pada perancangan kalender dengan sisi tanggal, hubungan yang digunakan adalah *separasi*. Susunan tanggal dapat berdiri sendiri, dan background sisi tanggal juga dapat berdiri sendiri. Hal ini membuktikan bahwa elemen *type* dan gambar memiliki hubungan *separasi*. Sedangkan pada sisi karya (*artwork* kalender) hubungan yang digunakan adalah *fusion*. Kutipan disusun dengan mengisi ruang kosong, dan menyatu dengan balok kuning, yang ditujukan untuk menyoroti kata yang dipertegas (*highlight*). Sama seperti poster, pada sisi *artwork* kalender juga terdapat kutipan singkat yang menyatu dengan ilustrasi.

Komposisi pada poster menggunakan dua jenis pendekatan. Susunan komposisi elemen pada poster dilakukan dengan pendekatan *spontaneous hierarchical composition*. Pada pendekatan ini, komposisi tidak disusun berdasarkan sistem *grid*, namun dilakukan dengan berdasarkan intuisi dan menerapkan prinsip desain heirarki (Samara, 2003: 162-163). Sedangkan dalam implementasi kalender, elemen grafis dikomposisikan menggunakan pendekatan *radial grid system*. Menurut Kimberly Elam, pembagian *radial system* merupakan sistem dimana elemen-elemen diposisikan ke arah luar dari suatu titik fokus yang ditentukan (Elam, 2007:36). Sistem ini dipilih berdasarkan kesesuaian konsep perancangan yang ingin memberikan kesan ruang dengan elemen yang bergerak.

METODOLOGI

Seluruh penelitian dalam proses perancangan *typeface* menggunakan metodologi yang digagas oleh Robin Landa dalam buku berjudul *Graphic Design Solutions* (Landa, 2011, 77-102). Metodologi yang disebut sebagai "Five Phases of the Design Process" ini dipilih dan mencakup lima tahap yang terdiri atas tahap orientasi, analisis, konsep visual, pengembangan desain dan implementasi (Landa, 2011, 77-102).



Gambar 3 Bagan Metodologi Perancangan (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Pada tahap pertama, penulis melakukan orientasi dengan mengumpulkan data melalui studi pustaka buku dan jurnal secara daring. Tahap ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari informasi dan hal yang vernakular dari Tana Toraja. Tahap kedua, penulis menganalisis data yang telah didapatkan untuk mencari dan mengekstraksi obyek vernakular. Hasil ekstraksi obyek vernakular yang didapat selanjutnya digunakan pada tahap ketiga dalam menentukan basis visual dan sistem grid. Kemudian, penulis melakukan pengembangan desain dengan melakukan sketsa kasar dan menggagas empat alternatif rancangan berdasarkan basis visual yang telah ditentukan. Sketsa kasar dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan kreatif dalam mengekspresikan konsep perancangan (Landa, 2011, 95). Setelah sketsa kasar dikembangkan ke dalam empat alternatif desain, alternatif terbaik kemudian difinalisasi dan dirampungkan menjadi satu set alfabet latin yang terdiri atas 26 huruf yang dilengkapi dengan variasi angka dan tanda baca. Kesatuan set *typeface* Malangka ini kemudian diimplementasikan pada medium desain poster dan kalender meja. Implementasi desain ini dilakukan untuk menampilkan penggunaan *typeface* Malangka yang dapat diaplikasikan pada berbagai medium.

PEMBAHASAN

Proses perancangan *typeface* dilakukan dengan mengimplementasikan hasil ekstraksi objek vernakular, *Tongkonan*. Hasil ekstraksi kemudian dikembangkan dan diimplementasikan ke dalam empat alternatif susunan set alfabet. Kata 'Malangka' dipilih sebagai nama *display type*, dimana dalam bahasa Toraja, kata ini berarti 'tinggi'. Arti kata ini dipilih dengan pertimbangan hadirnya karakteristik dan proporsi objek vernakular *Tongkonan* pada *display type*.

Huruf dirancang dengan menggunakan metode grid, dengan proporsi tinggi 3:1:1. Angka perbandingan merupakan hasil ekstraksi dari tinggi rumah *Tongkonan*. Selain menggunakan proporsi *Tongkonan*, bentuk vernakular juga diterapkan melalui bentuk tangga dan proporsi huruf yang tinggi, double stem dan pondasi berupa serif pada bagian bawah untuk menekankan kesan tinggi dari rumah adat *Tongkonan*. Fitur-fitur lain yang juga hadir dalam *display type* ini adalah terdapatnya kesan rumah *Tongkonan* secara visual pada huruf, dan adat budaya suku Toraja secara konseptual. Keunikan vernakular dari Toraja terletak pada proporsi hurufnya yang tinggi, double stem yang menggambarkan susunan atap *Tongkonan*, bar huruf sebagai kaki *Tongkonan*, bentuk serif sebagai balok pondasi, serta bentuk atap lengkung dan tangganya yang unik. *Typeface* juga harus memiliki legibilitas dan keterbacaan yang baik, sehingga terjadi penerapan optical adjustment pada masing-masing huruf, dan pengaturan keseimbangan secara keseluruhan.

Rancangan akhir *typeface* kemudian diimplementasikan dalam medium poster berukuran 420mm x 600mm dan kalender meja berukuran 150mm x 210mm. Kedua medium digunakan sebagai media showcase penggunaan *display type* Malangka dengan penyusunan komposisi eksperimental. Konten utama yang diangkat dalam poster adalah persepsi kematian bagi suku Toraja, yang dianggap bukan akhir dari segalanya. Jika seseorang meninggal dunia, masyarakat suku Toraja menganggap orang tersebut sakit bukan meninggal (BBC, 2017). Tema besar tersebut kemudian diimplementasikan kembali dalam aplikasi desain kalender meja yang menampilkan sisi artwork dan sisi lain yang berisi penanggalan. Dalam proses perancangannya, tiga alternatif dirancang untuk masing-masing medium aplikasi desain dan difinalisasi hingga menghasilkan satu rancangan akhir.

Rancangan akhir yang dipilih menggunakan tanda visual kunci, yang menjadi bentuk majas perbandingan dari kematian. Hal ini didasari oleh kutipan 'Kematian adalah kunci untuk kehidupan abadi', yang juga berada dalam poster, dan sisi karya. Selain itu, pada kedua media aplikasi desain, warna yang dominan digunakan adalah warna hitam, dan kuning sebagai warna aksen. Kedua warna ini melambangkan kematian. *Typeface* yang

digunakan pada perancangan akhir adalah perpaduan antara *display type* dan *regular type* pada *typeface* Malangka, dan *typeface* OCR A Extended, hal ini dilakukan dengan pertimbangan kedua *typeface* yang memiliki kesan kaku.

Poster

Pada poster, terdapat *'At the end, death is not the end'*. Kutipan ini merujuk kepada kepercayaan masyarakat Toraja, yang meyakini bahwa kematian bukan akhir dari segalanya. Orang yang meninggal adalah orang yang sakit. Kemudian tulisan judul *'Death is not..'* juga menggunakan kesan pixel yang akan berevaporasi atau menghilang, seperti kematian. Pada poster, hierarki kutipan pertama terdapat pada tulisan *'At the end, death is not the end'*. Hal ini dicapai dengan menggunakan kontras warna yang lebih tinggi, dan juga ukuran huruf yang lebih besar. Hierarki kutipan kedua terdapat pada kutipan *'Death is a key to the eternal life'*. Kutipan terpecah menjadi tiga bagian, yang menyatu dengan ilustrasi. Untuk menghindari kesalahan urutan hierarki, kutipan kedua memiliki kontras yang lebih rendah, dengan ukuran yang lebih kecil. Selain itu, terdapat elemen kubus dan bentuk tiga dimensi dari huruf yang terpecah menyebar ke sekeliling ruang kosong poster. Hal ini ditujukan untuk memberikan kesan dimensi ruang pada poster.

Kalender

Sama seperti poster, kalender juga menggunakan basis konsep yang sama. Susunan tanggal pada kalender menggunakan komposisi radial, sehingga dari satu titik yang sama, setiap tanggal disusun ke arah luar. Pada kalender sisi tanggal, *typeface* yang dominan digunakan adalah *typeface* malangka pada setiap tanggal. Namun untuk tulisan nama hari dan keterangan tanggal merah yang bersifat aksent, kalender menggunakan variasi *typeface* kedua, yaitu OCR A Extended.

Pada karya artwork kalender, kutipan disusun dengan gaya isometri. Hal ini ditujukan untuk memberikan kesan dimensi ruang, sehingga keseluruhan poster seperti berada dalam sebuah zona transisi, menuju arah cahaya ke tempat yang lebih terang, yaitu surga. Untuk memperkuat hal tersebut, warna kuning yang digunakan untuk menyoroti kata tidak dibentuk dalam dua dimensi, melainkan tiga dimensi.



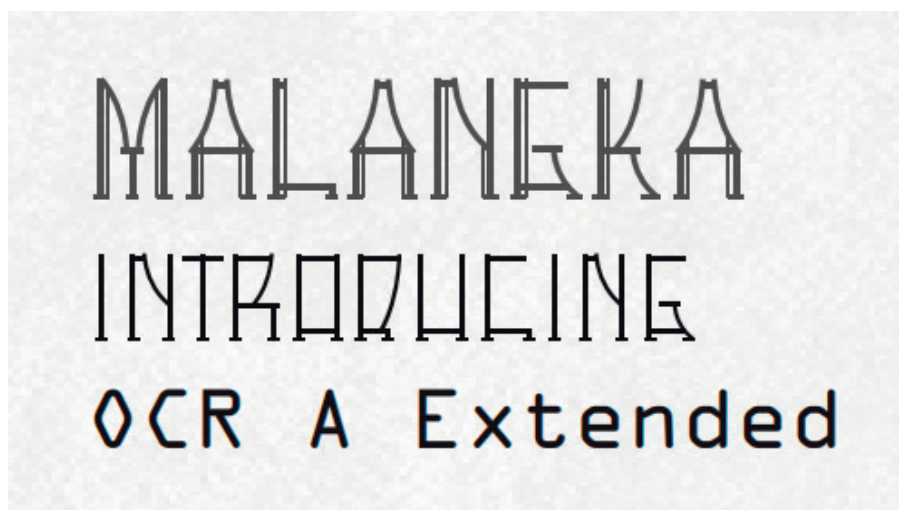
Gambar 4 Alternatif Eksplorasi Poster (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 5 Alternatif Eksplorasi Kalender (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 6 Poster dan Kalender Final (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 7 Typeface pada Poster dan Kalender Final (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

SIMPULAN & REKOMENDASI

Toraja merupakan sebuah daerah dataran tinggi di Sulawesi Selatan yang memiliki keberagaman adat dan budaya. Rumah *Tongkonan* dipilih sebagai objek yang vernakular dari Toraja karena merupakan sentral dari kehidupan spiritual dan sosial masyarakat Toraja. Arsitektur rumah adat *Tongkonan* kemudian diabstraksikan kedalam elemen grafis sebagai landasan dalam perancangan *typeface*. Perancangan *typeface* yang melewati tahapan sketsa, digitalisasi hingga finalisasi desain tersebut kemudian diimplementasikan secara sintaktik dalam berbagai medium, seperti poster dan kalender meja. Kedua medium tersebut menampilkan *typeface* yang dipadukan dengan elemen grafis lainnya untuk menunjukkan tema besar mengenai kepercayaan budaya Toraja akan kematian manusia.

Dalam proses perancangan *display type* Malangka, penulis belajar untuk membangun satu set *typeface* yang kohesif, sekaligus mengimplementasikan sebuah sistem yang konsisten dalam berbagai medium. Adanya perancangan *typeface* ini menjadi pelajaran penting dalam menerapkan objek vernakular dari suatu daerah pada rancangan yang dibuat. Meskipun demikian, perancang menyadari masih terdapat kelemahan pada perancangan akhir *typeface* ini dan dapat ditingkatkan kembali oleh perancang berikutnya. Kelemahan tersebut mencakup keterbacaannya dalam jarak jauh dan ukuran kecil. Isu tersebut berdampak pada penggunaan *typeface* yang kurang sesuai jika digunakan sebagai *body text* yang minim akan jarak antar huruf. Sehingga, perancang selanjutnya dapat meningkatkan kembali perancangan dengan menambahkan variasi yang dapat digunakan sebagai *body text*.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdhiana, I. M. (2013, March 04). Tongkonan, Rumah Adat Toraja yang Mengagumkan Halaman all. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2013/03/04/13333259/Tongkonan..Rumah.Adat.Toraja.yang.Mengagumkan?page=all>
- Elam, K. (2007). *Typographic Systems of Design*. Princeton Architectural Press.
- Julistiono, E. K., & Arifin, L. S. (2005). The sustainable traditional structural system of 'Tongkonan' in Celebes, Indonesia. In *Proceedings The 2005 World Sustainable Building Conference*.
- KONTEN BUDAYA NUSANTARA Upacara Adat Rambu Solo' - Toraja. (2015). Retrieved from <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditpkt/wp-content/uploads/sites/6/2015/09/Upacara-Adat-Rambu-Solo-Toraja.pdf>.
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions* (4th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Michi, S. A. (2018, January 9). Mengenal Tongkonan, Rumah Adat Toraja yang Sarat Makna. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparantravel/mengenal-tongkonan-rumah-adat-toraja-yang-sarat-makna/full>
- Nirwana, A. (2018). *Local Religion: To Wani To Lotang, Patuntung dan Aluk to Dolo di Sulawesi Selatan*. Bandung: Bahasa dan Sastra Arab.
- Nugroho, F. (2015). *Kebudayaan Masyarakat Toraja*. Surabaya: JPBOOKS.
- Ornamen Rumah Adat Toraja. (n.d.). Retrieved from <https://gambleh5.blogspot.com/2019/07/ornamen-rumah-adat-toraja.html>
- Samara, T. (2003). *Making and breaking the grid: A graphic design layout workshop*. Gloucester: Rockport.

Skolos, N., & Wedell, T. (2006). *Type, image, message: A graphic design layout workshop*. Gloucester, MA: Rockport.

Zand, Sahar. (2017). *Hidup Berdampingan dengan Kematian di Toraja*. Retrieved April 15, 2021, from BBC News Indonesia website: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-39638082#:~:text=Masyarakat%20Toraja%20memiliki%20tradisi%20menyimpan,keluarga%20menjaga%20dan%20merawat%20jenazah>.

Perancangan Brand Identity Es Buntin Pasar Lama Tangerang

Michelle Alexandra Audria

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Multimedia Nusantara
michelle.audria@student.umn.ac.id

Darfi Rizkavirwan

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Multimedia Nusantara
darfi@umn.ac.id

Diterima: November, 2021 | **Disetujui:** November, 2021 | **Dipublikasi:** Desember, 2021

ABSTRAK

Minuman segar terutama es campur merupakan hidangan yang seringkali dijumpai di seluruh daerah di Indonesia dan setiap daerah tentunya memiliki keunikannya masing-masing. Di Tangerang terdapat sebuah toko es campur yang berdiri sejak 1980 dan terletak di kawasan kuliner Pasar Lama Tangerang yaitu Es Buntin. Es Buntin memiliki keunikannya tersendiri karena berhasil mempertahankan konsistensi rasa, bentuk, serta terus berinovasi dengan berbagai macam menu unik lainnya seperti Es Putsal dan Es Bumi Hangus. Namun selama 40 tahun berdiri, Es Buntin tidak pernah memiliki identitas yang konsisten dan jelas, serta kerap kali dianggap sebagai merek yang kuno oleh masyarakat khususnya generasi muda, sehingga mengakibatkan perubahan segmentasi yang berdampak pada penurunan omset dari Es Buntin. Oleh karena itu, Es Buntin membutuhkan perancangan identitas berupa logo, elemen grafis serta yang lainnya dengan sesuai agar dapat memenuhi target market yang dituju serta merepresentasikan wajah baru sesuai perkembangan jaman. Metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran yaitu kuantitatif berupa kuesioner yang disebar secara daring dan kualitatif berupa wawancara dengan pihak-pihak terkait.

Kata Kunci: Kuliner legendaris, Identitas visual merek, Es campur, Es Buntin.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan kuliner melegenda yang beragam. Seiring berjalannya waktu, kuliner legendaris Indonesia justru keadaannya semakin riskan karena kehilangan minat generasi muda sebagai penerus. "Anak-anak hingga pemuda pemudi juga harus tahu apa yang ada di sekitar, termasuk kuliner khas bangsanya tersendiri" tutur William Wongso, pakar kuliner Indonesia (Simanjuntak, 2015). Di Tangerang, terdapat sebuah lokasi yang menjadi pusat kuliner Kota Tangerang, yaitu Kawasan Pasar Lama Tangerang. Di Kawasan ini terdapat beberapa kuliner legendaris, salah satunya adalah Es Buntin, toko es campur legendaris yang menarik perhatian masyarakat sejak 1980.

Meski sudah berdiri selama puluhan tahun, keberadaan Es Buntin kurang dapat bersaing dengan kompetitornya. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, Lim Bun Tin mengatakan bahwa terjadi perubahan signifikan pada market konsumennya. Selain itu Es Buntin juga tidak mengikuti perkembangan jaman dilihat dari identitas yang dimilikinya. Lewat kuesioner yang disebar, 82,81% dari 106 responden menjawab bahwa logo atau identitas yang dimiliki oleh Es Buntin terlihat jadul atau kuno. Mootee (2013) menuturkan bahwa

sebuah *brand* dapat berubah menjadi membosankan, konsumen khususnya generasi muda akan menganggapnya sebagai merek orang tua. Hal ini dapat terjadi karena sebuah brand terlalu sukses.

Oleh karena itu, "Perancangan *Brand Identity* Es Buntin Pasar Lama Tangerang" dibutuhkan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat khususnya generasi muda terhadap Es Buntin, sehingga eksistensinya tetap terjaga.

KAJIAN TEORI

Brand

Mootee (2013) mengatakan bahwa produk tidak lagi menonjolkan karakteristik fungsional, tetapi untuk memberikan dan meningkatkan pengalaman konsumen. *Brand* juga merupakan "alat" yang membantu untuk membuat pilihan berdasarkan pengalaman dan kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan.

Brand Identity

Wheeler (2018) mengatakan bahwa dengan memiliki identitas yang kuat, sebuah *brand* akan memicu adanya sebuah pengakuan dari publik, memperkuat diferensiasi dan membuat arti yang lebih mudah diingat dan dimengerti banyak orang.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan *mix method* melalui proses kuantitatif yang terdiri dari penyebaran kuesioner secara online dan kualitatif berupa wawancara kepada pihak terkait, observasi non-partisipan terhadap kompetitor dan observasi referensi. Observasi non-partisipan dilakukan terhadap kompetitor. Sedangkan observasi referensi dilakukan terhadap *brand* restoran legendaris yang sudah pernah melakukan *branding*.

Wawancara

Edi (2016) menuturkan bahwa wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik pengumpulan data dan informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti. Penulis melakukan wawancara terhadap dua narasumber yaitu Lim Bun Tin selaku pemilik dari Es Buntin, dan wawancara dengan narasumber yang menjadi pelanggan dari Es Buntin.

Observasi

Sugiyono (2015) mengatakan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang lebih spesifik dibandingkan dengan teknik lainnya. Penulis melakukan observasi terhadap Es Buntin, observasi non-partisipan terhadap Es Kode dan observasi referensi terhadap Nasi Campur Akwang dan Es Teler 77.

Kuesioner

Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan pada 7 September 2020 hingga 18 September 2020 secara daring lewat Google Forms dengan 106 responden. Kuesioner dilakukan dengan metode *snowball sampling*, menargetkan masyarakat berumur 15-25 tahun (primer) dan 26-35 tahun (sekunder) di daerah Kab/Kota Tangerang, Jabodetabek. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan Rumus Slovin.

Table 1 Pertanyaan Kuesioner

No	Kesan apa yang muncul saat pertama kali melihat logo tersebut?	
1.	Jadul	82,1%
2.	Modern	2,8%
3.	Lainnya	15,1%

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Kuesioner terdiri dari 15 pertanyaan, sebanyak 82,1% dari 106 responden menuturkan bahwa Es Buntin terlihat kuno sehingga hal tersebut menjadi salah satu hal yang memperkuat alasan untuk melakukan rebranding terhadap Es Buntin.

PEMBAHASAN

Metodologi perancangan yang akan digunakan adalah metode perancangan Alina Wheeler. Wheeler (2018) dalam bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity* menuturkan bahwa terdapat lima tahapan besar branding, antara lain:

1. Conducting Research

Hal pertama yang harus dilakukan adalah mengenal produk secara mendalam. Tahap ini sudah dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pemilik, observasi non partisipan serta observasi referensi yang akan dianalisis pada tahap berikutnya.

2. Clarifying Strategy

Semua data yang telah dikumpulkan akan dianalisis untuk mendapatkan *big idea* dan *positioning strategy*. Penulis merancang *brand brief* dan *mindmapping*, setelah itu akan dilakukan perubahan identitas Es Buntin secara keseluruhan dengan memperbarui *tone of voice* yang dimiliki oleh Es Buntin.



Es Buntin	CORE PURPOSE	BRAND ESSENCE	VALUE PROPOSITION
BRAND BRIEF	Menjadi kuliner legendaris khas masyarakat cina benteng	Harmonisasi masyarakat terjalin dalam semangkuk es campur	Es Buntin sebagai salah satu kuliner legendaris Tangerang yang terus terjaga dalam memori masyarakat sebagai perwujudan kearifan lokal yang terus berkembang
ATTRIBUTES	Authentic Sebagai kuliner es campur yang masih diwariskan dengan resep turun temurun yang memiliki nilai sejarah yang tinggi	PRIMARY TARGET AUDIENCES Masyarakat lokal, terutama generasi muda yang tinggal di sekitar lokasi Es Buntin	BIG IDEA A Delightful Taste of Harmony
Simplicity Memiliki konsep yang sederhana dan mudah diingat	Delightful Memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan	SECONDARY TARGET AUDIENCES Pelanggan yang datang dari luar kota yang ingin mencoba kuliner legendaris	
Harmonious Harmonisasi antara rasa, tekstur, dan tampilan yang saling melengkapi	Valuable Memberikan nilai tambah yang signifikan		
Memorable Mudah diingat dan dikenali	POSITIONING Kami adalah es campur khas masyarakat cina benteng		

Gambar 1 Mindmapping & Brand Brief (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

3. Designing Identity

Merupakan perpaduan konsep antara harmonisasi masyarakat, adat istiadat Cina Benteng (barongsai, lampion, kalender) dan filosofi *stacking stones*. Keyword dari moodboard adalah *harmonious, festive, friendly* dan *delight*.



Gambar 2 Moodboard (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Logo Development

Stacking stones merupakan seni untuk menciptakan keseimbangan dalam kehidupan. Setiap batu dapat mewakili banyak simbol dalam kehidupan manusia yang menciptakan harmonisasi yang meliputi sifat ramah, kekeluargaan dan keselerasan. Es Buntin yang berlokasi di Pasar Lama Tangerang menjadi saksi bisu perjalanan masyarakat Cina Benteng hingga saat ini. Sifat masyarakat Cina Benteng yang ramah, hidup selaras dan mengandalkan kekeluargaan menciptakan keseimbangan dalam kehidupan yang diwujudkan dalam kata harmonisasi, begitu pula dengan Es Buntin yang juga memiliki harmoni cita rasa dalam semangkuk es campur.



Gambar 3 Filosofi logo (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Kata kunci *valuable* dan *dynamic* diambil dari referensinya yaitu kaligrafi Cina untuk merancang *logotype*. Setelah melakukan penggabungan, hasil logo akhir adalah *logogram pictorial marks* dan *logotype*.



Gambar 4 Logo keseluruhan (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Graphic Development

Big idea dari Es Buntin adalah “A Delightful Taste of Harmony”. Untuk memperkuat identitas

Es Buntin, penulis memutuskan untuk menggunakan 8 objek yang dapat merepresentasikan harmonisasi dari masyarakat Cina Benteng dan Es Buntin sebagai elemen grafis.



Gambar 5 Elemen Grafis. (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Typography

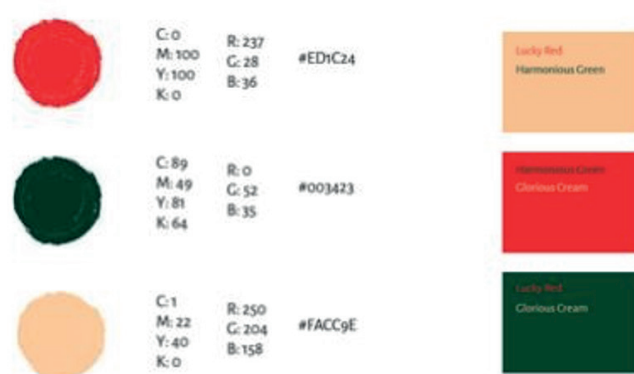
Ketiga *font* yang digunakan untuk identitas Es Buntin adalah *Dry Brush* dan *Eczar* untuk headline dan *Alegreya Sans* untuk keperluan *body text*. Pemilihan ketiga *font* tersebut didasari pada kemiripannya dengan goresan kaligrafi Cina.



Gambar 6 Typography (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Warna

Identitas Es Buntin menggunakan 3 warna utama yaitu warna merah, hijau dan krem. Warna merah dapat melambangkan *happiness*, *success*, *fortune*, *joy* dan *celebration*. Warna hijau melambangkan *wealth*, *harmony* dan *grow*, lalu untuk krem melambangkan *glorious*, *rich*, dan *inspiration*.



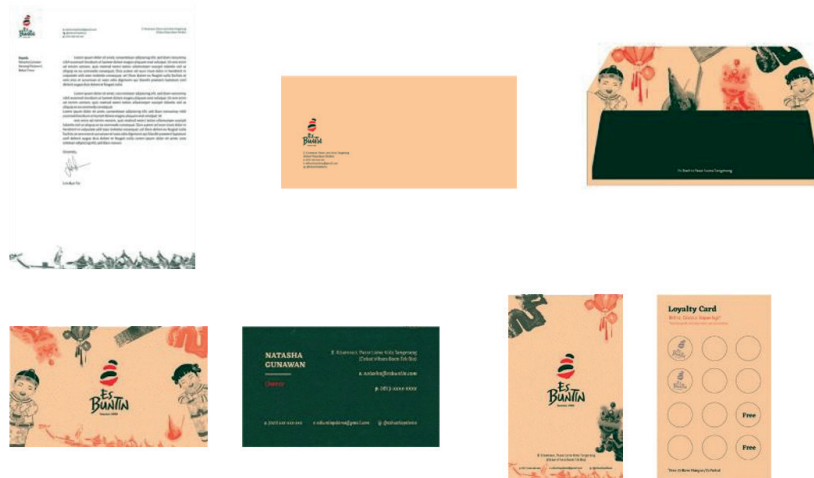
Gambar 7 Warna (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

4. Creating Touchpoints

Tahap berikutnya merupakan penerapan strategi pengaplikasian identitas terhadap media-media yang akan digunakan yaitu *Stationery*, *Marketing Collaterals*, *Store Collaterals* dan

Merchandise. Penulis menggunakan *multi-column grid* yang memiliki fleksibilitas tinggi untuk menciptakan *layout* yang diinginkan.

Stationery



Gambar 8 Stationery (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Untuk *stationery*, *layout* dibuat sederhana dengan dominasi warna krem untuk memberi kesan hangat, beberapa media menggunakan semua elemen grafis untuk memperkenalkan Es Buntin secara profesional.

Marketing Collaterals

Media ini terbagi menjadi media cetak dan media *online*. *Instagram post* didesain dengan menggunakan *multi-column 5 grid*. *Harmonious Green* pada poster dan *x-banner* menjadi pilihan warna latar untuk menciptakan kesan kontras.



Gambar 9 Marketing Collaterals (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Store Collaterals

Store collaterals yang dimiliki oleh Es Buntin adalah *bowl*, *takeaway bowl*, *table tent*, *menu board* dan *store*. Desain dibuat dengan menggunakan *multi-column grid*.



Gambar 10 Bowl & Table tent (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Merchandise

Merchandise merupakan objek yang dapat disimpan ketika seseorang berkunjung ke suatu tempat dan untuk melakukan promosi. *Merchandise* yang dimiliki oleh Es Buntin adalah *t-shirt*, *tote bag*, *keychain*, *enamel* dan *cutlery set*.



Gambar 11 *Merchandise* Es Buntin (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2020)

Graphic Standard Manual

GSM bersifat minimalis dengan penggunaan *white space* untuk memberikan fokus terhadap informasi yang diberikan. Dalam perancangannya menggunakan *multi-column 3 grid* dengan total 62 halaman, ukuran A4 orientasi *landscape*.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Berdiri sejak 40 tahun yang lalu, Es Buntin semakin lama kurang diminati oleh generasi muda yang seharusnya melestarikan warisan tersebut. Identitas yang dimiliki sudah terlihat kuno dan tidak konsisten, padahal Es Buntin merupakan salah satu makanan legendaris yang harus dijaga keberadaannya karena menjadi salah satu saksi bisu perkembangan masyarakat Cina Benteng hingga saat ini. Maka dari itu, melakukan perancangan *brand identity* terhadap Es Buntin Pasar Lama Tangerang dibutuhkan untuk menjaga kelestarian *brand* tersebut.

Dengan memiliki identitas baru diharapkan Es Buntin akan memiliki *image* yang kuat sehingga dapat bertahan dalam persaingan dengan kompetitor lainnya lewat perancangan logo dan elemen grafis yang kemudian dijabarkan dalam *Graphic Standard Manual*. Penggunaan identitas tersebut diharapkan akan menciptakan keharmonisan dari masyarakat Cina Benteng dan Es Buntin itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, R., Meggs, P. B., & Day, B., Maxa, S., Sanders, M. (2015). *Typographic design: Form and communication*. Hoboken, N.J: John Wiley & Sons, Inc.
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori wawancara psikodignostik*. Yogyakarta: LeutikaPrio
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan* (6th ed.). Jakarta: Erlangga
- Mootee, I. (2013). *60-minute brand strategist: The essential brand book for marketing and professionals*. Hoboken, N.J: John Wiley & Sons, Inc.
- Simanjuntak, T. N. (2015, Agustus 14). *Pusaka kuliner, warisan budaya yang harus dilestarikan oleh generasi muda*. Diperoleh dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d2992115/pusaka-kuliner-warisanbudaya-yang-harus-dilestarikan-oleh-generasi-muda>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Hoboken, N.J: John Wiley & Sons, Inc.

Analisa Konten Novel ‘Si Anak Spesial’ untuk Tahapan Awal Perancangan Ilustrasi

Jessica Marcella

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
js80046@student.uph.edu

Jessica Laurencia

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
jessica.laurencia@uph.edu

Alfiansyah Zulkarnain

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
alfiansyah.zulkarnain@uph.edu

Diterima: November, 2021 | **Disetujui:** November, 2021 | **Dipublikasi:** Desember, 2021

ABSTRAK

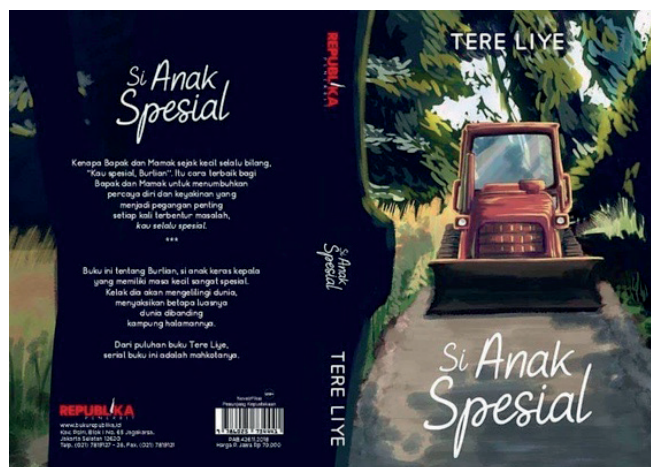
Makalah ini membahas analisa konten untuk perancangan ilustrasi ‘Si Anak Spesial’ agar dapat menjadi buku novel berilustrasi. Novel ini merupakan sebuah novel yang mampu memberikan pembelajaran baik dengan moral yang telah sesuai dengan perumusan materi pendidikan karakter oleh Kementerian Pendidikan. Latar belakang dan tujuan adanya perancangan ini adalah untuk memudahkan anak-anak dalam memahami pesan serta makna yang ingin disampaikan, juga memaksimalkan manfaat bacaan anak melalui media desain komunikasi visual khususnya ilustrasi karena masih banyak anak yang mengalami kesulitan dalam memahami teks. Melalui perancangan ini akan dibuat ilustrasi yang mampu merepresentasikan alur dan isi cerita secara jelas sebagai satu kesatuan anak-anak akan merasa terbantu dalam pemahaman teks. Untuk mendapatkan ilustrasi yang bisa merepresentasikan isi, maka makalah ini akan membahas proses analisis data terhadap novel ‘Si Anak Spesial’ yang menjadi entitas utama dalam proyek ini. Sehingga disimpulkan bahwa dibuatnya perancangan desain ilustrasi untuk novel anak adalah upaya untuk menciptakan buku ilustrasi yang komunikatif dan mampu untuk dipahami oleh anak-anak.

Kata Kunci: Buku Novel Berilustrasi, Buku Ilustrasi, Desain Buku, Si Anak Spesial, Serial Anak Mamak, Burlian

PENDAHULUAN

Berdasarkan studi mengenai minat membaca, saat ini Indonesia menempati posisi ke-60 dari 61 negara yang berarti Indonesia tengah menempati peringkat 2 dari bawah sebagai negara dengan minat membaca terendah. Selain itu, hasil survei *Programme for International Student Assessment* (PISA) menyatakan Indonesia menempati peringkat 10 terbawah dengan anak-anak kisaran usia 9-14 tahun mengalami kesulitan dalam memahami teks. (Penelitian et al., 2019) Padahal membaca adalah salah satu sumber literasi untuk menciptakan masa depan bangsa yang lebih baik, oleh sebab itu seharusnya minat membaca sudah ditanamkan sejak dini. Padahal gemar membaca buku merupakan hal yang dapat mencerdaskan, dan mampu membuat seseorang bisa mencapai keberhasilan (Mujiran, 2008).

Salah satu bacaan yang diperuntukan untuk anak-anak adalah buku sastra anak. Buku sastra anak adalah buku yang menggunakan sudut pandang anak sebagai acuan cerita dan menggunakan unsur-unsur layak dan bahasa yang baik/mengesankan dalam upaya untuk mengekspresikan signifikasi (Nurgiyantoro, 2004).



Gambar 1 Buku “Si Anak Spesial” (Sumber: Kompasiana, 2020)

Fiksi adalah sebuah karya sastra yang diciptakan berdasarkan imajinasi, bukan bentuk representasi dari fakta meskipun bisa saja didasari oleh cerita atau kejadian nyata (Britannica, 2019). Karya sastra dalam kategori fiksi dapat berupa novel, cerpen, atau novella. Novel adalah sebuah karya fiksi yang memiliki tujuan untuk menggugah dan mempengaruhi perasaan orang-orang yang membacanya (Hunt, 2004). Novel terdiri lebih dari 50,000 kata dan memiliki beberapa genre. Genre adalah pengelompokan karya sastra berdasarkan tipe, bentuk, dan isi, memiliki sifat serta elemen-elemen yang sama, namun bila dibandingkan dengan elemen pada genre lain akan terlihat berbeda (Nurgiyantoro, 2004). Menurut Nurgiyantoro, sastra anak cukup dibedakan menjadi fiksi, non-fiksi, puisi, buku bergambar dan komik.

Selain itu, sastra anak memiliki dua hal utama yang perlu diperhatikan yaitu kesenangan dan pemahaman (Lukens dalam Nurgiyantoro, 2004). Maka dengan tujuan membantu pemahaman anak-anak dalam memahami teks dibuatlah ilustrasi. Tidak hanya wajah dari sebuah media, ilustrasi juga dapat menjadi metode peningkatan daya tarik, memperdalam makna dan mampu memperjelas isi (Muharrar, 2003). Ilustrasi juga memiliki fungsi deskriptif untuk melukiskan uraian verbal dan naratif panjang agar lebih cepat dan mudah dipahami, juga fungsi ekspresif untuk menyampaikan gagasan, perasaan, keadaan, dan konsep yang semulanya abstrak menjadi nyata agar dapat dipahami (Syamsul & Kusrianto, 2009). Buku Ilustrasi adalah sebuah karya sastra yang memuat tema atau bahasan yang diaplikasikan dengan menggunakan gambar sebagai pendukung teks. Menurut studi kasus yang dilakukan oleh Martin Salisbury, teks dan visual harus saling mendukung dan melengkapi (Salisbury & Styles, 2012). Dengan menampilkan ilustrasi, hal ini akan membantu anak-anak karena buku bergambar dapat memudahkan pemahaman isi terlepas dari kemampuan membaca yang masih kurang dan meningkatkan minat membaca. (Hurlock dalam Faizah, 2009)

Dipilihnya 'Si Anak Spesial' karya Tere Liye (Gambar 1) untuk dijadikan entitas perancangan buku ilustrasi karena mampu memberikan pesan moral yang baik sehingga bisa menjadi pendukung perkembangan, dan cukup relevan untuk dibaca oleh anak-anak. Novel ini pun sudah memenuhi kriteria perumusan materi pendidikan karakter oleh Kementerian Pendidikan (Kholifah, 2015).

KAJIAN TEORI

Dalam proses analisis konten, digunakan beberapa metode untuk mendukung pemahaman terhadap konten novel, sehingga dapat menciptakan ilustrasi yang sesuai dengan tujuan perancangan proyek.

Pada analisis data digunakan pendekatan objektif yang menitik beratkan fokus pada sastra sebagai sebuah karya fiksi dan tidak terpengaruh hal-hal diluar struktur signifikasi (Djoko Pradopo & Jabrohim., 2003). Dalam pendekatan ini perlu diperhatikan segi-segi intrinsik, serta faktor-faktor eksternal. Struktur Intrinsik terbentuk dari unsur-unsur pembangun yang terdiri dari tema, fakta cerita (tokoh, alur, latar), dan sarana cerita (sudut pandang, dan gaya bahasa) (Stanton dalam Djoko Pradopo & Jabrohim., 2003). Sedangkan, kondisi eksternal meliputi ekonomi biografi, biografi, sosial budaya, politik, dan lain-lain (Djoko Pradopo & Jabrohim., 2003).

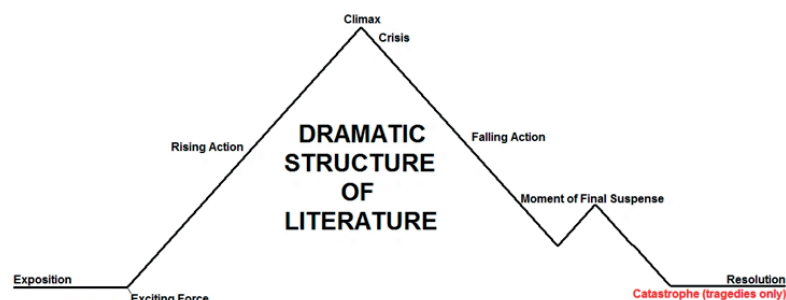
Tema merupakan pusat atau ide dominan dalam sebuah karya sastra. Namun tema tidak sama dengan plot atau subjek, karena saat menuliskan ide yang melampaui teks yang tertulis dalam cerita (Kirsznner & Mandell, 1994).

Tokoh adalah bentuk representasi fiksi dari orang atau bentuk gambaran realistik sedangkan penokohan adalah cara dari pengarang mengembangkan karakter atau sifat tokoh serta menampilkannya kepada pembaca. Pengarang dapat menampilkan penokohan melalui aksi dan reaksi tokoh terhadap situasi tertentu atau tokoh lain, cara mereka berpikir, bagaimana penampilan mereka dideskripsikan, dan atas apa yang telah mereka alami (Kirsznner & Mandell, 1994).

Setting atau latar dalam sebuah karya sastra menentukan unsur histori, geografi dan lokasi fisik sendiri, dimana latar mempengaruhi intepretasi terhadap adegan dan tokoh dalam cerita. Latar berperan penting karena latar membantu mengartikan atau memaknai asal usul tingkah laku dari tokoh, dan juga mempengaruhi perkembangan penokohan dan alur (Kirsznner & Mandell, 1994).

Alur adalah cara bagaimana momen/adegan dalam cerita dapat tersusun. Alur terbentuk dari koneksi baik secara sejarah, sosial, maupun personal, melalui interaksi antar karakter, dan dengan jukstaposisi adegan. Dalam alur, dikenal juga *order* dan *sequence*. *Order dan sequence* adalah bagaimana cara penulis menentukan alur, bisa bagaimana ia memulai cerita. Salah satu kategori alur cerita menurut Laurie G. Kirsznner, adalah *Foreshadowing*. Kategori ini berarti cerita dimulai dengan pengenalan awal terhadap situasi, aksi, karakter atau mengenai hal-hal yang kemungkinan akan datang.

Dalam alur juga dikenal *stages of plot*/tahapan alur yang bergerak mulai dari eksposisi, serangkaian konflik, climax, hingga berakhir pada resolusi (Kirsznner & Mandell, 1994). Dalam pengkajian tahapan alur, digunakan metode analisis *Freytag's Pyramid*.



Gambar 2 Dramatic Structure of Literature (Sumber: brainstudy)

Freytag's Pyramid merupakan struktur dramatika dikembangkan oleh Gustav Freytag pada 1863, untuk mengilustrasikan 5 aksi tragedi, namun juga terapkan pada banyak atau hampir semua karya fiksi (Griffith, 2011). Menurut Gustav, 5 bagian drama dan 3 krisis (Gambar 3) dengan setiap bagiannya bisa terdiri dari satu *scene*, atau gabungan dari *scene* yang bersambungan (Freytag, 1900).

Eksposis menjelaskan asal mula konflik, disini pengarang memperkenalkan karakter, mendeskripsikan *setting*, dan menceritakan latar belakang (Griffith, 2011). Sama halnya dengan pernyataan Gustav sendiri yang menyatakan bahwa menjelaskan tempat, waktu kejadian, kewarganegaraan, relasi dari karakter utama, dan penjelasan mengenai lingkungan sehingga bagian ini merupakan bagian esensial dari sebuah aksi (Freytag, 1900).

Exciting Force. Bagian ini merupakan permulaan dari aksi (*complication*), dimana dalam diri karakter muncul sebuah perasaan atau adanya dorongan dari dalam diri karakter utama yang menjadi dorongan adanya aksi berikutnya (Freytag, 1900).

Rising Action, bagian dimana pengarang menghadirkan rangkaian kejadian yang semuanya terkait karena sebuah penyebab, atau suatu kejadian yang terjadi karena satu pemicu. Hubungan kejadian dalam bagian ini harus dapat menaikkan alur (*rise*) menuju puncak cerita (*climax*) (Griffith, 2011).

Climax merupakan bagian paling *intense* dalam sebuah naratif (Griffith, 2011). Menurut Gustav, *climax* adalah bagian paling penting dalam struktur, karena konflik meningkat untuk sampai pada bagian ini, dan seperti apa cerita akan menurun ke bagian selanjutnya bergantung pada hal-hal yang terjadi pada karakter, mungkin hal ditentukan atau keputusan yang diambil oleh karakter (Freytag, 1900).

Tragic force, dimana adanya bagian atau adegan yang tidak biasa, melalui jukstaposisi antara dua hal penting (kejadian) yang berdiri bersamaan dengan kontras. Bagian ini menjadi puncak elevasi dari perubahan sifat dari tokoh utama (Freytag, 1900).

Falling Action, yang berarti penyelesaian permasalahan merupakan bagian yang berisikan kejadian yang tidak se-*intense climax*, dan mengarahkan pada resolusi konflik hingga pada *stable position* diakhir (Griffith, 2011).

The Force of Final Suspense karena bagian akhir tidak seharusnya muncul secara mengejutkan. Pada bagian ini hanya akan ada rintangan kecil, sehingga arah menuju bagian cerita mulai terbentuk (Freytag, 1900).

Catastrophe merupakan aksi atau adegan penutup dari sebuah cerita, pada bahasa kuno juga dikenal sebagai *exodus* (Freytag, 1900).

Semua cerita atau narasi yang dikarang seseorang berdasarkan hasil keputusan tentang siapa yang akan menyampaikan cerita. Keputusan ini akan menjadi penentu dari sudut pandang (*point of view*) yang digunakan dalam penulisan sebuah karya sastra (Kirsznar & Mandell, 1994). Terdapat dua pilihan yang biasa digunakan dalam penulisan karya sastra. Sudut pandang pertama yang berarti tokoh utama yang akan menceritakan kisahnya, sedangkan sudut pandang orang ketiga adalah sudut pandang pengarang dimana bukan karakter manapun yang menyampaikan cerita dalam novel.

Gaya bahasa memiliki efek yang cukup signifikan dalam sebuah karya sastra karena mampu membantu menyampaikan makna atau impresi mengenai salah satu tokoh atau kejadian (Kirsznar & Mandell, 1994).

METODOLOGI

Dalam makalah ini, penulis akan lebih fokus pada proses pra-perancangan. Penulis akan melakukan analisis konten dan konteks dari novel 'Si Anak Spesial' yang menjadi entitas utama dalam proyek ini dengan menggunakan metode pembedahan karya sastra fiksi. Dengan memahami unsur-unsur pembangun, maka makna sebuah karya sastra baru dapat dipahami dengan jelas (Djoko Pradopo & Jabrohim., 2003).

PEMBAHASAN

Dalam analisa konten buku ilustrasi adaptasi novel 'Si Anak Spesial' karya Tere Liye, dapat dikaji sinopsi dari buku novel ini menceritakan kisah tentang seorang anak bernama Burlian yang masih duduk di bangku sekolah dasar tingkat 4 di pelosok kampung hingga 10 tahun setelah ia lulus dari SD dan bisa menggapai mimpinya. Novel ini juga sedikit menceritakan kehidupan tari teman-teman atau orang-orang disekelilingnya. Melalui novel ini, pengarang berharap agar mampu memotivasi pembaca agar dapat terus bermimpi dan berjuang untuk menggapai cita-cita (Liye, 2014). Novel 'Si Anak Spesial' memiliki spesifikasi buku sebagai berikut :

Judul	: Si Anak Spesial/Burlian
Penulis	: Tere Liye
Editor	: A. R.
Desain Cover	: Resoluzi
Penerbit	: PT. Sabak Grip Nusantara
Halaman	: 340
Untuk usia	: 6 tahun keatas

Dalam bagian ini juga telah dilakukan analisis berdasarkan segi intrinsik dengan unsur-unsur pembangun struktur cerita sebagai berikut :

1. Tema
Pengalaman hidup Burlian si anak spesial dan orang-orang disekitarnya, dan bagaimana seorang anak dari kampung sadar bahwa dunianya lebih luas dari sekedar kampungnya hingga bisa menggapai mimpi yang tinggi.
2. Plot/Alur
Menggunakan plot *foreshadowing*, dimana pada awal bagian mamak menceritakan kisah kelahiran Burlian yang menjadi tokoh utama, serta pengenalan watak karakter Burlian sebagai seorang anak yang jahil. Selain itu, sepanjang novel, beberapa kali diterapkan alur *flashback* (mundur). Terdapat juga tahapan alur pembangun cerita yang telah dianalisis menggunakan *Freytag's Pyramid*:

2.1 Eksposisi

Sejak kecil, bapak dan mamak selalu berkata bahwa Burlian, kau adalah anak yang spesial. Malam itu, mamak menceritakan kisah kelahiran Burlian yang sangat menyeramkan. Hal ini dikarenakan pertengkaran yang ada antara Burlian dengan ketiga saudaranya, dan pas sekali Amelia saudari bungsiungnya mengadu pada mamak bahwa Burlian mengatainya dipungut dari tong sampah. Hari itu juga cerita malam yang disampaikan mamak mengenai bagaimana semasa kehamilan mamak dengan Burlian dahulu diiringi dengan tangisan burung di pekuburan belakang rumah. Menceritakan pula bagaimana mamak akhirnya tidak tahan lagi, satu minggu sebelum Burlian lahir, malam-malam, mamak dengan kayu bakar datang ke pohon buncur tempat burung itu bertengger mulai melempar kayu bakar untuk menghentikan suaranya. Seperti ada yang menahan kaki mamak, hingga membaca ayat kursi baru bisa menggerakkan kaki lagi, mamak pun terus melempar kayu bakar hingga burung-burung itu pergi.

2.2 *Exciting Force*

Beberapa hari setelah cerita mamak dan banyak kejahatan yang dilakukan Burlian dan terkadang mengajak kakaknya Pukat, seperti menonton proyek pengeboman tanah untuk memeriksa kadar minyak meski sudah dilarang hingga dikatai monyet pengganggu. Namun kali ini, Burlian dan kakaknya Pukat merencanakan aksi bolosnya untuk menangkap belalang di kebun tetangga. Awalnya mereka merasa bahwa mamak tidak akan tahu, ternyata mamak sudah mengetahui aksi mereka ini, sehingga bentuk hukuman mamak adalah menyuruh mereka membawa kayu bakar dari atas bukit satu keranjang besar penuh berkali-kali naik turun hingga kaki lebam. Berkat hari itu, Burlian pun sadar dan tidak pernah berniat untuk bolos sekolah lagi.

Tidak bolos sekolah bukan berarti Burlian tidak akan pernah berhenti memasukan dirinya dalam masalah-masalah lain. Kali ini Burlian pun menjadi tahanan stasiun kereta bersama kakaknya Pukat karena tertangkap menaruh paku pada rel kereta untuk membuat pisau. Melalui pengalaman ini Burlian juga belajar bahayanya menaruh paku pada rel karena bisa membahayakan gerbong kereta.

2.3 *Rising Action*

Tidak hanya kejahatan yang bisa dilakukan Burlian, ia juga mulai berteman dengan seorang temannya yang terlihat ringkih, hitam, dan sering kali diolok oleh teman-teman satu sekolah bernama Ahmad. Setelah mempelajari kehidupan Ahmad secara tidak sengaja, ia kagum akan Ahmad. Ia pun mulai berteman dengan Ahmad, namun tidak lama Ahmad pun meninggal karena dipatok oleh ular berbisa saat mengambil bola di semak-semak, hal ini tentu mengagetkan untuk seluruh warga kampung terutama Burlian, karena ia seperti diselamatkan oleh Ahmad. Saat itu ia akan mengambil bola namun Ahmad justru meminta Burlian agar dirinya saja yang mengambil bola.

Suasana kampung kembali seperti semula setelah beberapa minggu, ia mendengarkan cerita mengejutkan tentang bapak yang menyesal karena tidak merasa pendidikan itu penting. Mimpi bapak tidak dapat tercapai dan hanya bisa bekerja sebagai buruh atau petani karena tidak lulus sekolah, bahkan tidak tamat sekolah rakyat. Bakwo Dar bahkan berpesan bahwa pendidikan akan selalu penting pada Burlian.

Tidak hanya satu kali Burlian mendapat nasehat, kali ini ia mendapat nasehat dari Wak Yati terutama tentang bahaya berjudi saat demam SDSB melanda kampung. Ia pun ketahuan mamak saat ikut undian SDSB. Mamak pun marah, warga dan ibu-ibu lain juga marah karena pengaruh SDSB pada banyak warga kampung khususnya bapak-bapak.

Tidak hanya belajar dari nasehat, Burlian juga belajar melalui pengalaman dan orang-orang disekitarnya. Burlian sudah menginjak kelas 5 SD saat ini, yang berarti akan banyak siswa mungkin memutuskan untuk berhenti sekolah dan memilih bertani. Pak Bin adalah guru honorer selama 25 tahun di kampung itu, dan sangat gigih membujuk keluarga atau anak agar masih mau bersekolah. Dari sini Pak Bin dan Munjib belajar bahwa untuk jangan pernah berhenti percaya. Pada saat ini Burlian juga menaruh minat besar dalam membaca buku. Selain dari warga kampung ia juga banyak belajar dari Nakamura yang memimpin proyek pembangunan jalan,

2.4 Climax

Sekolah yang berada di kampung memang sudah tidak layak, namun siapa sangka tepat pada hari pemilihan kepala desa, seluruh warga digemparkan dengan ambruknya sekolah tersebut. Kejadian ini memakan korban jiwa yaitu si kembar Juni dan Juli yang dikenal Burlian sebagai anak yang pintar. Burlian yang sudah pingsan dengan kepala berdarah dibawa ke mantri kesehatan. Dari kejadian ini banyak pihak berlomba-lomba simpatik, termasuk para pejabat. Burlian yang sudah sadar namun masih rawat inap pun didatangi oleh seorang pejabat beserta wartawan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Pejabat itu menanyakan apa keinginan Burlian akan dikabulkan. Saat itu bukan merasa senang anehnya, Burlian merasa sangat marah dan kesal karena kejadian ini telah menghabiskan nyawa kedua temannya, kejadian ini bukan hanya ajang untuk berlomba-lomba simpati. Burlian yang kesal dan awalnya enggan berbicara pun mulai meminta banyak hal hingga pejabat itu kaget dan kewalahan karena permintaan dan janji si pejabat telah terekam dan disiarkan oleh wartawan. Burlian meminta agar sekolah mereka bisa diperbaiki, dibuat perpustakaan yang layak.

2.5 Tragic Force

Pejabat itu mulai kewalahan dengan permintaan Burlian yang bertubi-tubi, hingga menyela dan memberikan Burlian hanya satu lagi permintaan namun yang sebelumnya tetap akan dikabulkan. Burlian awalnya sedikit bingung apa lagi yang akan dimintanya tapi pada akhirnya ia mengucapkan satu lagi permintaannya agar Pak Bin, guru honorer yang selama 25 tahun tidak juga diangkat sebagai PNS, guru terbaik yang pernah ia miliki, untuk dijadikan seorang PNS.

2.6 Falling Action

Setelah kejadian itu sekolah mulai dibangun kembali, dan sekolah itu juga sudah memiliki perpustakaan besar dengan sumbangan banyak buku meskipun pada akhirnya Burlian sudah membaca semua buku yang ada disana. Menjelang ujian nasional, mereka mengikuti program ABRI dan Burlian juga mulai menghadapi ketakutannya karena mendengar suara burung dari pekuburan yang ternyata adalah tahanan yang kabur dari penjara.

2.7 The Force of Final Suspense

Sembari dibingungkan akan lanjut bersekolah kemana setelah itu, Burlian pun berhasil tamat kelas 6 SD. Saat itu ia juga mendapatkan sebuah kesempatan dari Nakamura untuk bisa melanjutkan sekolah di Jakarta. Burlian pun berpamitan dari seluruh keluarga, dan orang-orang terdekatnya di kampung dan pergi ke Jakarta.

2.8 Catastrophe

10 tahun kemudian, Burlian sudah menyelesaikan pendidikan kuliahnya, bahkan kakak dan saudaranya pun sudah berhasil menjadi apa yang masing-masing impikan. Saat itu Burlian sadar mengapa sejak kecil ia selalu disebut sebagai anak spesial, sebab itu adalah cara bapak dan mamaknya untuk menumbuhkan rasa percaya dirinya. Hari itu juga Burlian baru saja tiba dengan kapal di Tokyo. Disambut oleh Nakamura, dan Keiko

1. Tokoh dan Penokohan

- Burlian : Nakal, memiliki rasa ingin tahu tinggi, jahil, pintar.
- Mamak : Penuh kasih sayang, tegas, disiplin, galak, dan memegang taat nilai-nilai agama.
- Bapak : Tegas, bijaksana, berwibawa, ramah, dan suka menolong.
- Pak Bin : Pintar, jujur, rela berkorban, berdedikasi tinggi, bijaksana.
- Nakamura : Pintar, bijaksana, suka menolong, berdedikasi tinggi, penyanggah, pandai bergurau.

- f. Pukat : Pintar, berani.
 - g. Bakwo Dar : Baik, pandai bergurau, cerewet.
 - h. Wak Yati : Peduli pada pendidikan, bijaksana, filosofis.
 - i. DII.
2. *Setting*
- a. Latar tempat : Kampung, hutan, sungai.
 - b. Latar Waktu : 1980-an.
3. Sudut Pandang
- Menggunakan sudut pandang orang pertama (serba tahu) karena novel ini menggunakan sudut pandang Burlian dalam menyampaikan cerita sebagai si tokoh utama.
4. Gaya Bahasa
- Dalam cerita beberapa kali digunakan majas metafora dengan membuat perumpamaan terutama dalam penyampaian nasehat, hingga salah seorang tokoh dianggap filosofis.

Berdasarkan hasil analisa terhadap isi novel, diketahui bahwa novel ini menggunakan kebudayaan melayu, dan berlokasi di Sumatera Selatan karena pada salah satu bagian novel tertulis bahwa kampung dekat dengan desa paduraksa dan bukit barisan dengan rumah menggunakan papan dan adanya rumah panggung. Selain itu diketahui pula bahwa setting waktu berada di sekitar tahun 1980-an, karena masa itu menjadi sejarah kemunculan SDSB dan saluran TV di Indonesia hanya TVRI. Kondisi lingkungan yang teranalisa adalah kampung berada dipedalaman, rata-rata masyarakat kampung bekerja sebagai petani seperti kopi, Burlian berasal dari keluarga yang cukup taat agama (Islam) karena ia belajar mengaji. Diketahui juga kondisi kampung jauh dari jangkauan listrik, karena belum adanya lampu masih memanfaatkan obor, dan untuk keperluan memasak masih menggunakan kayu bakar. Transportasi masa itu, anak-anak yang beruntung akan memiliki sepeda, sementara untuk ke kota, orang tua menggunakan angkutan umum. Selain itu melalui isi cerita juga dapat ditemukan situasi politik dimana masyarakat masih mau berdemokrasi, namun ada tokoh seperti bapak yang menyatakan pemerintahan bersikap tidak adil terhadap orang-orang jujur (Pak Bin yang tidak bisa naik PNS karena tidak mau menyogok). Kondisi ekonomi keluarga Burlian cukup berada sampai pas-pasan untuk ukuran warga kampung, karena Burlian bisa dibelikan sepeda atau bapak bisa membeli televisi tabung untuk ditonton bersama-sama dengan warga kampung.

Melalui novel ini dapat diambil pesan moral bahwa segala keterbatasan lainnya, banyak hal dan percaya akan mimpi mereka. Novel ini juga mengajarkan pembaca bahwa jalan mimpi seseorang tidak ada ujungnya, terlepas dari dimana kita dilahirkan, dalam keadaan apa kita dilahirkan, atau di keluarga seperti apa kita dilahirkan, hal-hal itu tidak akan cukup untuk memutuskan mimpi dan kemauan seseorang untuk terus melangkah maju. Novel ini juga memberikan pengingat bahwa, kita tidak hanya belajar dari buku atau teori melainkan pengalaman sehari-hari, cerita yang kita dengar dari mulut orang lain, semua hal yang kita alami atau terjadi di hidup kita dapat dijadikan sebuah pembelajaran berharga. Selain itu, novel ini juga menjadi motivasi dan pengingat untuk anak-anak tentang pentingnya pendidikan.

Selain itu, buku ini sendiri memiliki *target audience* dari perancangan ini adalah anak-anak usia 8-14 tahun, yang berarti anak-anak yang masih berada di bangku sekolah dasar sampai mengengah pertama, laki-laki dan perempuan, dan merupakan warga negara Indonesia.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Perancangan ilustrasi untuk novel 'Si Anak Spesial' bertujuan untuk memudahkan anak-anak yang mengalami kesulitan dalam memahami teks dengan bantuan visual yang akan menjadi pendamping teks untuk memperjelas isi, dan konsep serta memperdalam makna. Sehingga dapat disimpulkan untuk bisa mencapai tujuan diperlukan pemahaman isi konten novel yang dilakukan melalui analisis konten novel. Adanya penggunaan struktur dramatika dalam alur novel, membantu penulis dalam memahami alur dan bagian-bagian yang krusial dalam perjalanan hidup karakter maupun alur cerita novel. Sehingga dengan adanya analisis ini dapat membantu dalam proses pemilihan adegan untuk diilustrasikan. Dengan analisa Freytag's Pyramid untuk pemilihan adegan/momen, ada juga unsur-unsur struktur pembangun dan beberapa unsur ekstrinsik yang dapat menjadi acuan visual tokoh maupun kondisi kampung untuk perancangan ilustrasi. Selain itu melalui analisis ini, penulis juga dapat menyimpulkan dengan 2 keywords untuk perancangan ilustrasi yaitu *playful* dan tradisional. Kedua keyword dipilih atas dinamika tokoh dan petualangannya, karakter si tokoh utama yang juga menjadi sudut pandang acuan cerita, serta bagaimana kondisi kehidupan mereka mulai dari aspek sosial, serta gaya hidup dan kondisi lingkungan. Dengan adanya analisa konten diharapkan perancangan buku novel berilustrasi dapat terwujud dengan tercapainya tujuan-tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Britannica, T. E. of E. (2019, January 17). *Fiction*. <https://www.britannica.com/art/fiction-literature>
- Djoko Pradopo, R., & Jabrohim. (2003). *Metodologi penelitian sastra*. Hanindita Graha Widia [dan] Masyarakat Poetika Indonesia.
- Faizah, U. (2009). Keefektifan Cerita Bergambar untuk Pendidikan Nilai dan Keterampilan Berbahasa Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Cakrawala Pendidikan*, 3.
- Freytag, G. (1900). *Technique of The Drama* (E. MacEwan, Ed.; 3rd ed., Vol. 3). S. C. Griggs & Company.
- Griffith, Kelley. (2011). *Writing essays about literature : a guide and style sheet*. Wadsworth Cengage Learning.
- Hunt, P. (2004). *International Companion Encyclopedia of Children's Literature: Second Edition, Volume I*. Routledge.
- Kholifah, S. (2015). *NILAI-NILAI PENDIDIKAN AKHLAK DALAM NOVEL BURLIAN KARYA TERE-LIYE SKRIPSI*. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/1890/2/COVER%2C%20BAB%20I%2C%20BAB%20V%20%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Kirszner, L. G., & Mandell, S. R. (1994). *Literature : Reading, Reacting, Writing* (M. Rosenberg, Ed.; 3rd ed.). Christopher P. Klein. <https://archive.org/details/literaturereadin00kirs/mode/2up>
- Liye, T. (2014). *Si Anak Spesial* (A. R., Ed.). PT. Sabak Grip Nusantara.
- Muharrar, S. (2003). Tinjauan Seni Ilustrasi. *Bahan Ajar Mata Kuliah Menggambar Ilustrasi*.
- Mujiran, P. (2008). *Menumbuhkan Kebiasaan Membaca Sejak Dini* (F. A. Wiranto, Ed.). Unika Soegiyapranata.
- Nurgiyantoro, B. (2004). *SASTRA ANAK: PERSOALAN GENRE*. 16, 107–122. Oxford Dictionary. (n.d.). *Theme*.
- Penelitian, P., Pendidikan, K., Kebudayaan, D., Penelitian, B., Pengembangan, D., &

Pendidikan, K. (2019). *Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi*. <https://litbang.kemdikbud.go.id>

Salisbury, M., & Styles, M. (2012). *Children's Picturebooks*. Laurence King Publishing.

Syamsul, A., & Kusrianto, A. (2009). *Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi*. Grasindo.

Perancangan Media Pembelajaran Regulasi Emosi melalui Jurnal Refleksi

Samantha Teonata

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra
steonata@student.ciputra.ac.id

Rendy Iswanto

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra
rendy.iswanto@ciputra.ac.id

Diterima: Juli, 2021 | **Disetujui:** Juli, 2021 | **Dipublikasi:** Desember, 2021

ABSTRAK

Kesehatan mental yang baik didukung oleh beberapa faktor, salah satunya adalah regulasi emosi yang baik. Di Indonesia pembelajaran mengenai emosi biasa dimulai sejak dini, yaitu pada umur 7-10 tahun. Regulasi emosi bisa dipelajari oleh anak-anak secara adaptif, yaitu dengan melihat kondisi sosial dan lingkungan. Anak-anak biasa meniru perilaku dan cara penyampaian ekspresi orang-orang disekitar mereka. Pada umur 7-9 tahun, kemampuan metakognisi anak sedang berkembang pesat, sehingga metode refleksi dapat menjadi media pembelajaran regulasi emosi. Oleh sebab itu, dibuat "The Great Explorer's Journal" sebagai salah satu alat pembelajaran regulasi emosi untuk anak berusia 7-9 tahun. Pada perancangan ini, dilakukan penelitian yang dapat mendukung pendesainan produk "The Great Explorer' Journal". Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa diperlukan beberapa aspek untuk ditonjolkan saat mendesain jurnal seperti: Cerita, karakter/tokoh, serta interaksi yang sesuai dengan target umur. Pemilihan warna dan typeface juga harus yang menggambarkan keceriaan yang dinamis, untuk membuat Anak tetap tertarik dan konsisten mengisi jurnal Karakter menggambarkan karakter yang bukan sempurna, namun terus berusaha dan pengertian. Untuk media komunikasi dan pemasaran, harus juga disesuaikan dengan kebutuhan orang tua untuk memahami urgensi permasalahan yang ada. Setelah mendesain, hasil ini lalu diujikan kepada *expert users* dan *extreme users*, dan khayalak, dan hasilnya adalah mayoritas responden mengatakan secara desain sudah baik dan cocok untuk anak-anak, namun dalam beberapa media komunikasi, informasi Tidak lengkap/tidak jelas, Serta dalam Produk sendiri, ada beberapa *copywriting* yang ambigu. Lalu revisi pun dilakukan untuk mengatasi masalah ini, agar produk juga dapat digunakan dengan lebih efektif.

Kata Kunci: Anak-Anak, Jurnal, Metode Pembelajaran, Regulasi Emosi, Jurnal, *Story Telling*.

PENDAHULUAN

Kesehatan mental, menurut definisi dari WHO (World Health Organisation), merupakan keadaan sejahtera dimana seseorang menyadari kemampuan mereka, dapat menghadapi stres normal dalam hidup, dapat bekerja secara produktif, dan membuat kontribusi dalam komunitas mereka (WHO, 2018). Ada berbagai macam faktor yang mendukung kesehatan mental yang baik, dan salah satu faktor kuncinya adalah bagaimana kita mengalami dan mengekspresikan emosi (Arndt, 2014). Selain mengekspresikan emosi, ada juga

kebutuhan untuk meregulasi emosi yang merupakan bagian dari faktor perkembangan sosial dan intelektual (Bornstein, 2002).

Saat belajar mengenai emosi dan cara menghadapinya, pertama - tama seseorang harus diekspos dengan strategi adaptif yang ditunjukkan oleh lingkungan melalui bimbingan dan panutan. Contohnya, mereka akan cenderung meniru orang tua/orang dekat mereka dalam menghadapi emosi mereka. Setelah melihat dan meniru, mereka akan mempraktekkan regulasi emosi secara otonomus pada apa yang mereka rasakan (Bornstein, 2002).

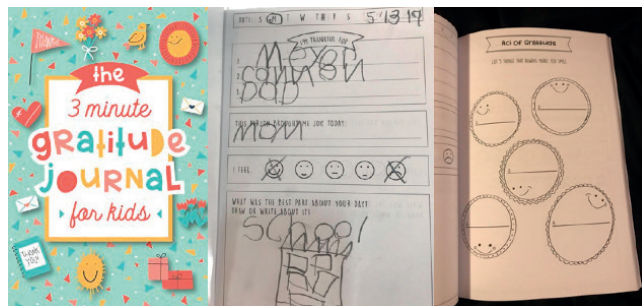
Proses pengenalan akan pembelajaran emosi dan manajemen stres dimulai dari usia muda, yaitu disaat seseorang masih berusia 7-10 tahun (Saarni, 2011). Usia ini juga merupakan usia optimal untuk anak belajar melalui pembicaraan dan refleksi dari kejadian yang ada (Brown et al., 1983). Dengan adanya kemampuan refleksi/metakognisi, anak jadi mampu meregulasi diri dengan lebih baik (Brown and Deloache, 1978). Menurut Gardner pada HS Budi (2019) Pada Teori *Multiple Intelligence*, manusia memiliki berbagai macam Kecerdasan dan memiliki berbagai macam metode untuk belajar, seperti visual - spasial, musical, kinestetik, bahasa verbal, interpersonal, intrapersonal, logika – matematika, naturalis. Salah satu bentuk refleksi yang dapat diaplikasikan pada anak-anak adalah *journaling*. Karena itu, muncullah kebutuhan akan learning tools yang mampu menjadi salah satu sarana belajar mandiri anak dalam menghadapi emosi mereka melalui refleksi. Maka di- rancanglah 'The Great Explorer's Journal', sebuah jurnal dibawah naungan Petualangan Menuju Sesuatu (@petualanganmenujuseusatu) untuk memfasilitasi proses belajar reflektif dan otonomus anak 7-9 tahun dalam mengenali emosi dan cara meregulasinya.

The Great Explorer's Journal merupakan jurnal harian yang dapat membantu anak belajar mengekspresikan apa yang mereka alami, serta mengajak mereka menemukan strategi untuk meregulasi emosi yang tepat untuk mereka.

Primary user dari The Great Explorer's Journal adalah anak usia 7-9 tahun, namun *Secondary user* (yang membuat *purchase decision*) The Great Explorer's Journal adalah orang tua berusia 30 - 40 tahun. Secara geografis berdomisili di Surabaya, Indonesia. Dengan kondisi ekonomi menengah hingga menengah ke atas, yaitu orang tua yang dapat menyisihkan uang untuk membeli produk untuk anak mereka. Secara psikografis, *user Secondary* adalah orang yang juga tertarik lebih banyak tentang perkembangan anaknya, serta ingin terlibat dalam perkembangan anak.

Salah satu masalah dari The Great Explorer's Journal adalah belum adanya produk yang menjawab visi dari proyek ini dengan tepat.

Mengamati salah satu kompetitor The Great Explorer's Journal yaitu 3 Minute Gratitude Journal, sebuah jurnal harian yang bertemakan "Rasa Syukur" untuk membantu anak menghitung hal yang dapat mereka syukuri hari itu.



Gambar 1 Minute Gratitude Journal for Kids oleh Modern Kid Press (Sumber: www.amazon.com)

3 Minute Gratitude Journal merupakan buku yang diterbitkan oleh Modern Kid Press, dengan *template* yang sama untuk dapat diisi oleh anak setiap hari, dengan beberapa halaman selingan untuk aktivitas yang berbeda. Produk ini sangat digemari di Amazon, dan mendapat cukup banyak rating bagus. Orang tua banyak bercerita tentang anak mereka yang sangat semangat untuk mengisi jurnal hitam-putih ini.

Setelah wawancara dengan narasumber menggunakan prototipe The Great Explorer's Journal yang menggunakan kerangka mengikuti kompetitor 3 Minute Gratitude Journal, ternyata dapat disimpulkan bahwa model *journaling* yang seperti itu kurang cocok untuk diterapkan karena sifatnya sangat monoton sehingga akan membosankan untuk anak-anak apabila harus diisi setiap hari. Selain itu, model *journaling* ini dianggap akan kurang efektif. Jurnal perlu dibuat lebih sederhana dan mudah dimengerti anak karena orang tua tidak bisa setiap hari memperhatikan saat anak mengisi. Banyak dari narasumber mengusulkan model *story telling* sebagai tambahan model *journaling*, karena akan lebih menarik dan interaktif untuk anak-anak pada jenjang usia 7-9 tahun.

Setelah mencari lebih dalam, ternyata memang metode *story telling* dapat berdampak untuk pembelajaran anak apabila digabungkan dengan metode *journaling* yang sudah ada karena buku cerita biasanya terdiri atas gambar-gambar, yang menurut Alkaaf (2017) dapat menghibur dan membantu pembaca untuk berimajinasi. Tidak hanya membantu pembaca untuk berimajinasi, namun gambar juga sebenarnya memiliki peran penting dalam memaknai simbol, yang mana merupakan cara anak memahami dunia (Jolley, 2009). Dalam cerita, juga ada aspek yang tidak kalah penting yaitu karakter. Lemish dalam bukunya: *Children and Media: A Global Perspective* (2015) menjelaskan bahwa anak terkadang memiliki perspektif yang sama dengan karakter televisi yang mereka kagumi. Karakter ini juga menguatkan harga diri anak, serta memanifestasikan kepercayaan, sikap, dan pandangan hidup, yang menjadikan karakter ini seorang panutan bagi anak. Hal ini selaras dengan hasil wawancara dengan *expert user* Bu Junissa, seorang ilustrator buku anak. Beliau menjelaskan bahwa penggunaan karakter harus terlihat dominan dan membawa pengaruh positif bagi cara pandang anak, seperti contoh konkritnya adalah menunjukkan karakter yang sedang mengatakan kata-kata motivasi, atau bersikap dewasa dalam menghadapi masalah.

Karena itu strategi visual The Great Explorer's Journal akan menjadi pembeda dengan kompetitor. Dengan membuat *template* isian jurnal yang lebih menarik, produk The Great Explorer's Journal akan digemari oleh anak sehingga pembelajaran anak pun menjadi lebih rutin, dan The Great Explorer's Journal lebih berdampak.

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Data Primer - Interview dan Uji Coba Produk

Data primer diambil secara kualitatif melalui wawancara kepada calon pengguna produk (*extreme user*) dengan mengadakan *pre-test*, mencobakan hasil produk selama seminggu, yang lalu disusul dengan diskusi lanjutan (*post-test*). *Interview* digunakan untuk mendapat *insight* yang lebih personal dan *relatable* dengan calon pengguna. Proses ini dilakukan secara daring melalui e-mail dan telepon.

Daftar pertanyaan untuk *pre-test extreme user* mencakup:

1. Apakah Anda sering berdiskusi tentang emosi dengan anak Anda?
2. Emosi apa saja yang sekarang Sudah dipahami anak Anda?

Daftar pertanyaan untuk *post-test extreme user* mencakup:

1. Apa pendapat Anda tentang produk?
2. Bagaimana kemudahan penggunaan produk?
3. Bagaimana perilaku anak terhadap produk?
4. Bagaimana diskusi tentang emosi antara Anda dan anak setelah penggunaan produk?
5. Apakah Anda akan merekomendasikan produk pada teman?
6. Apa yang Anda rasa dapat ditingkatkan?

Data Primer - Interview

Data primer diambil secara kualitatif melalui wawancara kepada narasumber ahli (*expert user*) dengan pertama-tama menunjukkan dan mempresentasikan desain produk serta desain terkait produk.

Daftar pertanyaan kepada *expert user* atau ahli mencakup:

1. Apa pendapat Anda tentang Produk?
2. Apa pendapat Anda tentang keselarasan produk dengan tingkat pemahaman anak?
3. Apa yang Anda rasa dapat ditingkatkan?

Data Primer - Interview

Data primer diambil secara kuantitatif melalui Google Form dengan menunjukkan desain produk serta desain terkait produk.

Data Sekunder

Data sekunder diambil melalui studi literatur melalui buku dan jurnal mengenai komponen penting dalam buku anak, serta prinsip visual dan desain yang cocok untuk target user. Studi literatur ini dilakukan untuk mendapat validitas dari teori-teori perkembangan anak yang ada.

Profil Narasumber

1. Yuliana Gautama, B. A., M. Ed., pemerhati perkembangan anak
2. Yeremia Adicipta, Ilustrator
3. Dionesia Nadya Dewayani, Ilustrator
4. Bu Triya & Moni (9 tahun)
5. Bu Grace & Theo (8 tahun)
6. Bu Mei & Jesse (7 tahun)

PEMBAHASAN ASPEK NON VISUAL

Untuk perancangan Tugas Akhir perancangan "The Great Explorer's Journal" sebagai media pembelajaran regulasi emosi untuk anak usia 7-9 tahun, maka literatur yang hendak diteliti sesuai topik-topik yang telah dipilih adalah sebagai berikut.

a.) Cerita

Untuk anak, cerita/narasi memiliki potensi untuk membantu anak memproses kejadian abstrak menjadi suatu makna yang kohesif (Rosen, 1988). Dalam bercerita, anak-anak memiliki kecenderungan untuk menggabungkan kejadian nyata dan fantasi, menghasilkan narasi yang kompleks, dan memotivasi eksplorasi mereka dalam pemikiran dan kehidupan sosial (Cremin et al, 2016), Cerita juga mendukung perkembangan skill yang dibutuhkan saat mereka beranjak dewasa seperti kreativitas, mengambil resiko, dan menghadapi ketidak-pastian (Fisher et al., 2011)

Ketersediaan cerita dalam buku cerita juga dapat mendorong anak untuk memperagakan dan mengeksplorasi emosi. Kemungkinan besar, anak akan mengembangkan cerita baru berdasarkan apa yang mereka dengar. Dengan memberi mereka ruang

untuk mengembangkan narasi mereka sendiri, serta kelompok kecil yang dapat memperagakannya, akan ada dialog yang lebih beragam (Bruce et al, 2020). Dalam konteks kesehatan mental, karena selama ini, media menggambarkan penyakit mental sebagai hal yang buruk, hal ini membuat anak-anak melimitasi interaksi terhadap subjek yang mengalami. Namun cerita terbukti menjadi metode anti-stigma yang kuat untuk mengurangi stigma negatif anak terhadap penyakit mental (Innocent, 2013).

b.) Interaktif

Dalam penelitian yang dilakukan oleh De La Rie et al (2018), mereka mengemukakan bagaimana biasanya koneksi antara komponen cerita dalam buku cerita cenderung untuk ditampilkan secara eksplisit, sehingga dalam kegiatan membaca buku antara ibu dan anak, anak memiliki peran yang pasif.

Namun ketika narasi disampaikan menggunakan *board* dan *prompt* yang lebih sederhana dan terbuka untuk intepretasi, peranan anak dapat menjadi lebih aktif, dan memicu topik pembicaraan yang lebih mendalam dan abstrak, serta personal.

Poin interaksi dalam pembelajaran anak memang juga di *highlight* dalam buku yang ditulis oleh Carla Fisher (2014) dimana salah satu teori yang cukup populer dalam pembelajaran edukasional anak adalah *constructivists*, yaitu edukasi yang didapat melalui pengalaman. Constructivists menekankan pada pembelajaran langsung dan *problem solving cases*. Fisher menekankan bahwa saat merancang untuk anak, perancang juga harus benar-benar sadar tentang perkembangan anak di usia yang dituju, karena itu menjadi dasar pengertian dan kegunaan untuk desain bagi anak.

c.) Emosi

Morris et al (2017) mengungkapkan bahwa regulasi emosi merupakan proses memodulasi kemunculan, durasi, dan intensitas dari perasaan internal (positif dan negatif) dan proses psikologi lain yang berhubungan dengan emosi. Perkembangan anak dalam meregulasi emosinya sendiri dipengaruhi dari tiga mekanisme yaitu pengamatan anak terhadap regulasi emosi orang tua, praktik pengasuhan anak yang berhubungan dengan emosi, serta iklim emosi dalam keluarga. Jurnal ini membuktikan bahwa peran dan interaksi orang tua dalam pengajaran tentang emosi merupakan hal yang penting.

Tidak hanya itu, namun Holodynski et al (2006) menyebutkan bahwa budaya juga turut membentuk pandangan individu terhadap hubungan interpersonal, dan hal ini termasuk cara meregulasi emosi. Anak harus belajar untuk mengatasi emosi baik secara *interpersonal* dan *intrapersonal*. Dengan belajar dengan pembahasan, mereka akan lebih mudah mengenali dan meregulasi emosi mereka.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pons et al (2004), ada 9 komponen dalam meregulasi emosi yaitu : *Recognition* (mengenali emosi dari ekspresi), *Reminder* (emosi karena memori/ingatan), *External cause* (menebak emosi berdasarkan kejadian eksternal), *Desire* (emosi yang didasari keinginan), *Belief* (emosi yang didasari kepercayaan), *Hiding* (menyembunyikan emosi), *Mixed* (emosi yang tercampur), *Regulation* (menghadapi emosi), *Morality* (emosi yang didasari moral).

Berdasarkan penelitiannya, anak berumur 7 tahun terlihat mulai kurang memahami poin 4 hingga 9. Anak berumur 9 tahun kurang memahami poin ke 7 hingga 9, dan anak berumur 11 tahun terlihat cukup memahami bahkan hingga poin ke 9. Penelitian ini membuktikan bahwa regulasi emosi merupakan tahap yang masih perlu banyak dilatih oleh anak berumur 7-9 tahun.

d.) Ilustrasi

Dalam menggambar untuk anak, Jolley (2009) menyebutkan bahwa ilustrator perlu

mengingat tingkat pemahaman anak terhadap simbol. Hal ini dikarenakan ilustrasi memiliki dua sifat. Yang pertama, sifat nya sebagai ilustrasi itu sendiri, dan makna di baliknya. Ilustrasi juga dapat merujuk pada ide, konsep, serta *mood*.

Budaya juga sangat mempengaruhi kecenderungan anak untuk merasa familiar dengan suatu ilustrasi. Budaya ini dapat berasal dari sekolah, lingkungan, *lifestyle*, serta nilai - nilai budaya yang dimiliki oleh lingkungan anak (Jolley, 2009). Karena itu, budaya juga merupakan hal penting untuk dipelajari oleh ilustrator sebelum menggambar.

Castella dalam bukunya *Designing for Kids: Creating for Playing, Learning, and Growing* (2018) juga menjelaskan beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam mendesain untuk anak yaitu: *stages of development*, dimana kita membuat desain sesuai tingkat pemahaman mereka; *temperament/ personality*, dimana anak dengan berbagai *personality* dapat mengalami desain kita secara unik; *preference*, meliputi budaya apa yang mereka sering konsumsi, dan apa yang anak-anak anggap penting; serta *mental model*, yaitu cara anak berpikir/memproses informasi.

e.) Tokoh

Karakter dalam media konsumsi anak merupakan fokus identifikasi, imitasi, dan idolisasi anak. Karakter tidak hanya bercerita, tapi memberikan edukasi tentang bagaimana bersikap, pengalaman, perasaan, serta memperkuat gambaran diri anak. (Lemish, 2015)

Anak-anak akan mengasosiasikan diri mereka bukan lagi sebagai viewer, tapi sebagai karakter tersebut, atau mereka akan bertindak seolah karakter tersebut adalah teman mereka. Tidak hanya meniru, namun anak juga berusaha untuk mencari saran dari siapa yang dianggap temannya. Hal ini mempererat bond personal dan kepuasan sosial dari anak, sehingga membuat mereka semakin "setia" pada karakter di kemudian hari (Lemish, 2015).

Karakter yang memiliki dampak signifikan untuk anak, perlu didesain dengan baik. Untuk dapat membuat pembaca mengidentifikasi diri mereka dengan suatu karakter, dibutuhkan tidak hanya kesamaan background secara demografis, tetapi juga sifat yang disukai, serta apabila karakter itu pernah berada dalam situasi yang sama dengan pembaca (Hoeken et al, 2016).

Penciptaan karakter merupakan sesuatu yang cukup sensitif, sehingga desainer harus berhati-hati agar tidak menciptakan *stereotype* terhadap penampilan/ latar belakang, tetapi sebaliknya, membuat karakter yang mengurangi tekanan dan konflik diantara individu dan penggambaran karakter.

f.) Budaya

Novita Majid (2019) mengemukakan bahwa pada hakikatnya, karakter bangsa Indonesia terbagi menjadi 18 Nilai yaitu Religius, Jujur, Toleransi, Disiplin, Kerja Keras, Kreatif, Mandiri, Demokratis, Rasa Ingin Tahu, Semangat Kebangsaan, Cinta Tanah Air, Menghargai Prestasi, Bersahabat/komunikatif, Cinta Damai, Gemar Membaca, Peduli Lingkungan, Peduli Sosial, dan Tanggung Jawab.

Nilai ini dapat dirangkum menjadi 5 nilai utama yaitu Religius (toleransi, menghargai perbedaan), Nasionalis, Mandiri, Gotong Royong, serta Integritas.

g.) Marketing

Acuff menjelaskan dalam bukunya *What Kids Buy and Why: The Psychology of Marketing to Kids* (2010) bahwa dalam fase 8-12 tahun, anak-anak sedang mengembangkan otak kiri mereka sehingga mereka mulai menolak hal-hal yang berbau kekanak-kanakan dan tidak realistis. Beberapa hal yang menjadi kebutuhan untuk anak berusia 8-12 tahun adalah

penerimaan dan 'kesuksesan'. Karena pengembangan ini, mereka juga lebih tertarik pada hal yang kompleks, dan aktivitas yang lebih menantang.

Mereka juga lebih sering bermain/melakukan aktivitas dalam grup, serta memiliki keinginan untuk berkompetisi. Namun, mereka juga sangat mencari hal yang dapat dipersonalisasi, karena ini akan menumbuhkan *self-importance* mereka.

Mengutip juga dari Laobucci (2014) dalam Ekaputra (2018), ada beberapa langkah untuk memetakan teknik komunikasi buku cerita anak yaitu dengan menentukan *Corporate Goal* (tujuan secara korporat), *Marketing Goal* (tujuan dari pemasaran), *Advertising Goal* (tujuan dari peningkatan *awareness*), *Choice of Type of Ads* (pemilihan iklan).

Sebuah *insight* penting juga saya dapatkan dari jurnal oleh Santosa (2019) dalam Perancangan Visual Asset Game Draw-and-Colour Yourself Flashcard "The Yellow Owl" beserta Media Promosinya, yaitu hasil wawancara dari target *secondary user* produk ini yaitu orang tua tentang media *marketing* yang cocok untuk produk anak yaitu Youtube, Instagram, dan Facebook).

Mereka juga mengungkapkan penentu pembelian produk untuk anak adalah kebutuhan, kecocokan, dan seberapa banyak pendampingan orang tua yang dibutuhkan dalam penggunaannya. Salah satu faktor yang dipertimbangkan orang tua adalah apabila produk ini memiliki lebih dari satu fungsi/*benefit*.

Tinjauan Brand/ Produk

1. The Great Explorer's Journal merupakan jurnal berbasis storytelling yang mengajak anak 7-9 tahun untuk berpetualang bersama karakter utama Petualangan Menuju Sesuatu, Blob, sambil mengenali emosi mereka melalui proses interaktif dalam cerita.
2. Saat umur 7-9 tahun, anak-anak cenderung lebih menyukai aktivitas yang tidak berbau anak-anak, mereka cenderung mencari kompetisi, serta hal-hal yang menurut mereka membawakan 'penerimaan' di antara teman-teman mereka. Selain itu, mereka juga mencari hal-hal yang dapat mereka personalisasi. (Acuff, 2008) Selain itu, penting untuk membuat karakter yang relatable, tidak hanya menjadi 'hero' dan menarik, namun juga mengalami problem yang mereka bisa relate. Poin-poin ini sangat penting untuk dijadikan acuan dalam pembuatan jurnal dan cerita kedepannya. Dalam menciptakan interaksi dengan ceritanya, diharapkan cerita tersebut dapat membuat anak lebih aktif sehingga mereka lebih memahami makna yang berusaha disampaikan, serta mereka dapat dengan bebas menghubungkan itu dengan cerita mereka sendiri. Cerita yang terlalu tertutup tanpa ada ruangan untuk interpretasi membuat ruang pikir dan imajinasi anak lebih sempit. Dengan mengetahui ini, perancangan interaksi dapat lebih terarah dan tepat konsumen. Orang tua juga menyukai produk yang tidak hanya menyajikan satu tujuan/pembelajaran, namun beberapa sekaligus dalam satu produk. Hal ini dapat menjadi poin untuk *marketing project* ini

Tinjauan Konsumen

1. Konsumen dari produk ini dibagi menjadi dua: konsumen primer dan sekunder. Konsumen primer Produk ini adalah anak-anak berusia 7-9 tahun yang akan berinteraksi langsung dengan jurnal ini. Saya mengerucutkan lebih spesifik bahwa target saya adalah anak umur 7-9 tahun yang tinggal di Surabaya, both *boys and girls*. Anak-anak di kelas 1-3 SD, suka bereksplorasi untuk mendapatkan pengalaman baru dari eksperimen, serta sesuatu yang mengasah strategi. Mereka suka bermain puzzle dan bermain dengan figur Batmannya, serta suka bermain barbie dan menggambar.
2. Karena user utama saya adalah anak-anak, saya menciptakan permainan yang tidak hanya gender-neutral, tetapi juga menjawab kebutuhan dan kecenderungan mereka. Anak-anak berusia 7-9 tahun memerlukan beberapa objek untuk berinteraksi secara

aktif, tidak Hanya secara pasif dan membaca. Dalam usia ini, mereka juga menunjukkan ingin mengeksplorasi hal baru.

3. Konsumen sekunder dari produk ini (yang menjadi purchase decision maker) adalah orang tua dari anak-anak tersebut. Saya mengerucutkan menjadi ibu, karena mayoritas yang lebih mengenali pembelajaran anak lebih detil adalah ibu. *Target* saya menyekolahkan anaknya di Sekolah swasta, sering menceritakan cerita klasik kepada anak-anaknya, namun ia juga ingin anaknya yang beranjak dewasa
4. mendapat media dimana anaknya dapat aktif mendapat pembelajaran baru yang mungkin tidak banyak diajarkan di Sekolah. Target saya cenderung memiliki *personality* yang *extrovert*, aktif, dan juga tidak hanya loyal pada *brand*, tetapi juga *fickle between brand* yang terbukti membawakan lebih banyak *benefit*.
5. Motivasi membeli utama mereka adalah produk yang menyelesaikan masalah, *and less of Fear of Missing Out*. *Channel* yang mereka sering gunakan adalah: Referral dari teman mereka, *word of mouth*, dan *less on traditional ads*.
6. Sedangkan untuk *user* sekunder, mereka merupakan orang yang membeli barang untuk anak mereka dengan pertimbangan kepentingan anaknya, fungsionalitas barang, dan topik yang ingin mereka ajarkan. Mereka juga banyak menggunakan teknologi, sehingga untuk mempromosikan produk ini, saya dapat menggunakan banyak media digital. Mereka juga biasanya memiliki kecenderungan untuk bercerita kepada teman mereka.

Tinjauan Kompetitor

1. Jurnal ini merupakan *template* hitam putih yang bertujuan untuk melatih anak mengucapkan syukur dengan menulisnya secara harian. Isi *print* dari jurnal ini sebenarnya sama, namun dalam beberapa halaman, ada lembaran aktivitas berbeda. Jurnal ini dijual di Amazon, mendapat 4,265 *rating* dengan rata-rata bintang 4.5. Keunggulan mereka adalah: Biaya produksi murah, cocok dengan *target users* (menurut *feedback* dan *rating*), *repeatable purchase*, konsepnya sederhana dan mudah dicerna. Kekurangan mereka adalah: Warna yang hitam putih memang memungkinkan pewarnaan dari anak, tetapi terlihat membosankan, lembar aktivitas yang sama, apabila dilakukan berulang kali juga kemungkinan menjadi redundan, serta *printing* ada yang kurang baik sehingga mendapat komplain.
2. Target konsumen adalah, *primary user*: persamaannya terdapat di usia, serta *cognitive development*, namun perbedaan terdapat di budaya main dan trend. Lalu untuk *secondary user*, persamaan terdapat di umur, *concern*, dan motivasi pembelian, tetapi perbedaan terdapat di budaya, serta media marketing.
3. *Publishing* ini menggunakan banyak platform penjualan buku, seperti Amazon, Good Reads, dsb. Media Sosial mereka sendiri adalah: Facebook, Instagram. dan juga difitur oleh beberapa blogger. Strategi yang dapat di implementasikan adalah: menggunakan banyak *review* sebagai referensi marketing, Serta mengontak *Influencers* untuk menjadi media partner. Marketing yang akan dilakukan
4. adalah: mengadakan *campaign* dan seminar untuk orang tua, serta membuat *playground* dimana anak-anak dapat merasakan *prototype* produk.

HASIL & PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Visual

Setelah mempelajari bahwa beberapa unsur Penting dalam pembuatan Produk untuk Anak adalah: cerita, unsur interaktif, ilustrasi, tokoh/karakter, serta budaya. Hal ini juga harus dikemas dengan cara yang cocok kepada *audience*, yaitu anak usia 7-9 yang perkembangan pikirannya cukup dinamis, sehingga membutuhkan *prompt* yang menarik untuk mereka ikuti. Serta dalam mencapai *secondary audience* (orang tua), ada beberapa teknik yang terbukti berhasil dan juga divalidasi pada beberapa calon user, yaitu menggunakan *referral/words of mouth*, karena orang tua cenderung untuk membeli barang yang terbukti bagus dan menyelesaikan masalah, bukan hanya barang yang sedang *trend*. Karena itu solusi dari rumusan masalah dalam perancangan ini adalah: Merancang Jurnal

Cerita untuk The Great Explorer' Journal yang sesuai bagi anak 7-9 tahun sebagai tool untuk melatih mereka menganalisa dan meregulasi emosi dengan kebiasaan jurnal harian.

Konsep Perancangan Jurnal

1. Brand verbal
The Great Explorer's Journal merupakan jurnal harian berbasis cerita dimana anak diajak untuk berbagi tentang petualangan mereka dengan karakter bernama Blob, seorang *jelly* yang pantang menyerah. Dalam petualangan yang penuh dengan aktivitas menarik ini, anak diajarkan untuk mengenali emosi yang mereka rasakan, serta bagaimana untuk menyikapinya. Jurnal ini tidak hanya melatih kemampuan komunikasi anak, tetapi juga *self regulation* dan kemandirian.
2. Brand keywords
Jurnal, Cerita, Petualangan, Belajar, Emosi, Komunikasi, Self Regulation.
3. Brand line
The Great Explorer's Journal: Ultimate Fun Journal for Every Adventurer!

Konsep Gaya Desain Jurnal

Tujuan dari perancangan visual The Great Explorers Journal adalah: Menarik perhatian *users* (7-9 tahun), mempertahankan *atensi*, tidak mengurangi fokus *user* pada makna/moral dari pengisian jurnal. *Visual style* utama The Great Explorer's Journal mengacu pada style desain Flat namun dengan beberapa modifikasi sehingga memiliki karakteristik : *Playful* (menyesuaikan dengan *user* yang berumur 7-9 tahun), *hand - drawn* ilustrasi kartun (untuk menggambarkan *style* dari brand Petualangan Menuju Sesuatu), *shading* dan *coloring* cenderung *flat* (modern karena banyak digunakan di jaman ini (Iskandar, 2020), menonjolkan dinamika warna), warna yang digunakan mencolok, tidak umum, *saturated*, *vibrant* untuk menggambarkan *style* dari brand Petualangan menuju Sesuatu, namun juga menunjukkan *new-unusual adventure*), penggunaan warna dominan oranye-biru hijau. Oranye menggambarkan *fun*, *positive attitude*, *enthusiasm*, (Hauff, 2018), dan biru hijau sebagai warna penyeimbang



Gambar 2 Moodboard (Sumber: pinterest.com, petualanganmenujusesuatu.com)

Gaya Desain Logo/Title



Gambar 3 Logo (Sumber: Koleksi Penulis)

Mengambil konsep dari Petualangan Menuju Sesuatu, dan juga perspektif kita terhadap para followers kita sebagai : Para Pencari, maka konsep yang diangkat adalah “petualangan”, namun untuk membuat panggilannya lebih *friendly* kepada anak usia 7-9 tahun yang sedang banyak mencari cara baru untuk *menchannel* rasa ingin tahu mereka, dengan menggunakan kata eksplorasi, yang lalu diubah menjadi: *Explorer*. Layout dan komposisi media komunikasi adalah *Picture Window Layout*, yaitu dengan *headline*, gambar yang besar di tengah untuk menarik perhatian, Serta keterangan gambar yang berukuran lebih kecil di bawah gambar. Palet warna menyesuaikan dengan palet warna Petualangan Menuju Sesuatu yang memang dari asalnya merupakan warna-warna cerah, yang Tidak umum sehingga menarik perhatian. Tipografi yang digunakan menggunakan *typeface*: Bowlby, *typeface* yang tebal namun tidak kaku, cocok untuk *readability* anak usia 7-9 tahun, serta memberikan kesan fun. Maskot yang digunakan merupakan maskot dari Petualangan Menuju Sesuatu: jelly jingga yang menggunakan topi detektif. Ia memiliki sifat *adventurous* dan supertif.

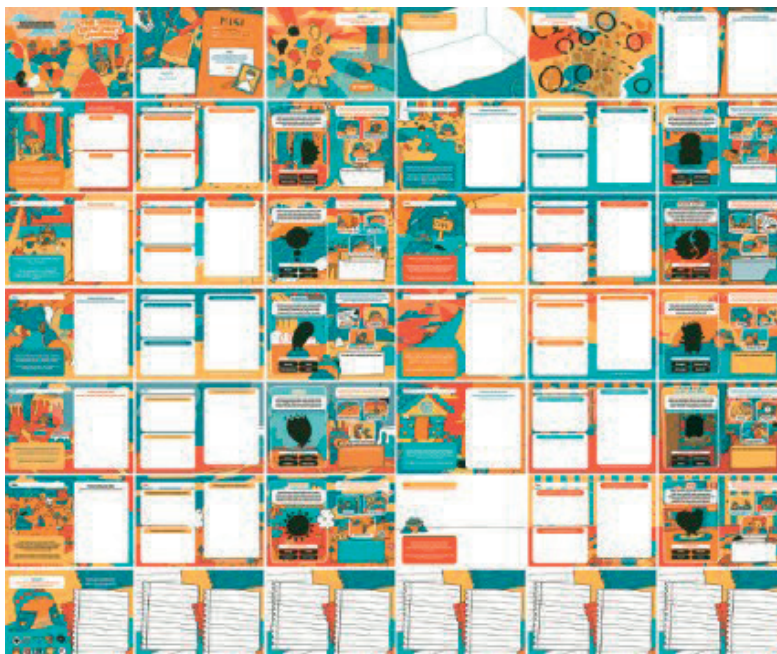
Strategi Media

Strategi media yang akan penulis gunakan adalah: **Media sosial** (Instagram, Facebook, Whatsapp Groups, juga *Influencer* yang memiliki audience orang tua), penulis juga akan menggunakan *website* (online) atau *booth* dengan playground, dengan tujuan memberikan anak *hands-on* trial untuk *prototype* jurnal. Penulis juga akan menggunakan media *bridging* seperti seminar untuk memberi informasi dan meningkatkan kesadaran orang tua terhadap permasalahan yang diangkat oleh produk. Lewat situlah, penulis akan memberikan jurnal dan prototype sebagai solusi.

Target Audience dan Touchpoint Media

1. Fase 1: Membangun awareness tentang produk
2. Fase 2: Membangun kepercayaan konsumen terhadap brand
3. Fase 3: Memberi benefit tambahan untuk meningkatkan sales

Isi Jurnal



Gambar 4 Jurnal (Sumber: Koleksi Penulis)

Dalam beberapa halaman pertama, anak-anak akan diajak untuk mengenal misi yang akan mereka jalankan selama kurang lebih 30 hari kedepan. Mereka dapat mengisi biodata mereka, berkenalan dengan Blob - teman petualang mereka dan mereka dapat mempersiapkan peralatan mereka. Setelah itu akan ada halaman dimana mereka bisa menulis apa yang mereka ketahui tentang emosi. Informasi ini dapat menjadi tolak ukur seberapa anak belajar melalui jurnal harian ini. Dalam mengenali 1 emosi, anak akan menghabiskan waktu 3 hari. Pola 3 hari ini akan berulang sebanyak 10 kali dan dalam setiap hari, akan ada aktivitas yang berbeda yang mereka selesaikan untuk dapat melanjutkan ke hari berikutnya. Aktivitas hari pertama adalah: akan ada sepotong cerita yang sebenarnya adalah gambaran awal mengenai emosi tersebut. Nama emosi tersebut belum disebutkan, namun anak-anak akan diajak untuk turut merasakan emosinya melalui apa yang mereka lewati dalam petualangannya. Lalu mereka juga akan bercerita kepada Blob tentang pengalaman mereka merasakan hal yang serupa. Di hari kedua, anak akan diajak untuk berlatih rutin menulis/menggambar refleksi harian. Di hari kedua, akan ada 3 kolom. Kolom pertama adalah tentang apa yang membuat petualangan mereka menyenangkan hari itu. Kolom ini diharapkan membantu anak untuk mengingat apa yang dapat mereka syukuri. Kolom ini juga dapat diisi dengan pembelajaran yang mereka dapatkan, atau kesalahan dan perbaikan yang mereka lakukan hari tersebut. Kolom kedua adalah tempat dimana mereka bisa menggambarkan perasaan mereka pada hari itu. Beberapa konsep dari emosi memang sulit untuk anak, namun *Educators* dapat membantu dengan memberi perumpamaan atau penggambaran tentang emosi tersebut. Kolom ketiga merupakan kolom bebas yang bisa mereka gunakan untuk menggambar kegiatan yang menjadi *highlight* mereka di hari itu. Di hari ketiga, mereka akan bertemu dengan makhluk emosi yang sudah mereka bahas di hari pertama. Mereka akan diajak untuk menempel stiker makhluk pada tempatnya, serta penjabaran lebih sederhana tentang emosi tersebut. Akan ada penjelasan tentang bagaimana cara menghadapi emosi tersebut. Mereka juga akan memiliki ruang untuk menulis sendiri cara mereka untuk menghadapi emosi tersebut. Disini, orang tua dapat membantu anak menentukan cara apa yang akan mereka masukkan dalam jurnal. Dalam penutupan, mereka akan mendapat ruang untuk menuliskan apa yang mereka sudah pelajari. Di sini, orang tua dapat memberikan notes, komentar, atau sekadar *reward* untuk pembelajaran anak.



Gambar 5 Guidebook (Sumber: Koleksi Penulis)

Guidebook ini merupakan ringkasan penjelasan jurnal, serta cara penggunaannya, seluruh informasi yang perlu diketahui oleh *educators*/orang tua, sebelum menggunakan jurnal ini Bersama anak.

Desain Media Promosi & Booth



Gambar 6 Desain Poster, Trailer & Booth (Sumber: Koleksi Penulis)

Layout dan komponen dari poster ini mengikuti tema *adventure*, namun bukan ilustratif, melainkan *vector*, untuk menjaga poster tetap rapi, karena target audience dari media ini adalah orang tua. Poster ini mengedepankan juga *highlight* apa saja yang akan didapat dalam paketnya sehingga produk terlihat menarik. Disertakan juga dalam poster sebuah testimoni dari *Child Expert* yang memberikan referensinya terhadap produk ini.

Trailer ini berupa animasi yang cerah karena tidak hanya video ini akan menyebar di kalangan orang tua, tetapi juga anak-anak. Karena itu video ini memiliki gambar yang menarik untuk Anak, tetapi memuat informasi yang cukup untuk memberikan latar belakang masalah yang dapat dipahami orang tua.

Booth ini adalah model untuk titik penjualan saat berada dalam pameran/acara Sekolah. Didesain sangat menarik untuk anak-anak, booth ini menyediakan tidak hanya tempat untuk orang tua dan penulis mengobrol lebih lanjut mengenai produk, tetapi juga tempat bermain anak untuk dapat 'bereksplorasi dan belajar'.

Desain Merchandise



Gambar 7 Desain Merchandise (Sumber: Koleksi Penulis)

Layout dan komponen dari poster ini mengikuti tema *adventure*, namun bukan ilustratif, melainkan *vector*, untuk menjaga poster tetap rapi, karena target audience dari media ini adalah orang tua. Poster ini mengedepankan juga *highlight* apa saja yang akan didapat dalam paketnya sehingga produk terlihat menarik. Disertakan juga dalam poster sebuah testimoni dari *Child Expert* yang memberikan referensinya terhadap produk ini.

Trailer ini berupa animasi yang cerah karena tidak hanya video ini akan menyebar di kalangan orang tua, tetapi juga anak-anak. Karena itu video ini memiliki gambar yang menarik untuk Anak, tetapi memuat informasi yang cukup untuk memberikan latar belakang masalah yang dapat dipahami orang tua.

Semua data yang dikumpulkan dari kegiatan uji coba karya desain disajikan dalam bagian ini.

Hasil Uji Coba

Tabel 1. Review Desain Produk

Insight Produk	Expert User 1	Expert User 2	Expert User 3	Extreme User 1	Extreme User 2	Extreme User 3	Kesimpulan Survey
Warna	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	92.9% menjawab menarik dalam skala 3-4/4, 92.9% menjawab "Cukup jelas" dalam skala 3-4/4
Ilustrasi	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus, anak suka dengan karakter	
Typografi	Bagus	Bagus, bisa di perbesar ukuran typefacenya	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	
Layout	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	Bagus	

Tabel 2. Review Penggunaan Produk

Penggunaan Produk	Extreme User 1	Extreme User 2	Extreme User 3
Konten	Bahasa kurang jelas, harus disederhanakan lagi	Bahasa kurang jelas, harus disederhanakan, apalagi karena anak memiliki disleksia	Bahasa kurang jelas, harus disederhanakan lagi
Lama penggunaan	30 menit sehari	15-30 menit	15-30 menit, agak sulit menyeimbangkan Waktu
Respons Anak	Bagus, tapi dikesampingkan karena ujian	Awalnya excited tapi lama-lama bosan	Anak suka
Prompts	Kurang jelas di halaman kedua	Kurang jelas di halaman kedua	Kurang jelas di halaman kedua
Bagian yang paling disukai anak	Menggambar	Menggambar, bercerita, sticker	Menggambar, sticker

Tabel 3. Review Media Promosi

Insight Media Promosi	Expert User 1	Expert User 2	Expert User 3	Kesimpulan Survey
Poster	Menarik, kurang ditambah kontak	Menarik, layout diperbaiki	Menarik, layout diperbaiki	Menarik, info kurang jelas
Trailer	Menarik, kurang ditambah kontak	Menarik, info kurang jelas	Menarik	Menarik, info kurang jelas
Merchandise Totebag	Menarik	Menarik	Menarik	Menarik
Merchandise Pin	Menarik	Menarik	Menarik	Kurang menarik
Merchandise Tumbler	Menarik	Menarik	Menarik	Menarik
Ke efektifan Merchandise	Efektif, bisa ditambahkan boneka	Efektif	Efektif	Efektif
Booth	Menarik, aktivitas dicari selain sandcastle (yang sesuai dengan anak 7-9 tahun)	Menarik, biasanya anak akan tertarik dengan playground	Menarik	Menarik, ditambah display produk

KESIMPULAN

Setelah Melakukan perancangan dan juga ujicoba, dapat ditarik kesimpulan Bahwa memang cerita, karakter, desain, dan juga marketing yang tepat dibutuhkan untuk dapat membuat jurnal interaktif yang Baik dan cocok digunakan untuk Anak. Namun berbeda dengan kompetitor yang memiliki budaya barat mengikuti target market mereka, anak-anak di Indonesia cenderung merasa kesulitan apabila Tidak ada hal menarik yang berbeda setiap harinya. Aktivitas yang dilakukan juga memerlukan lebih banyak *visual cues*, daripada hanya menggunakan tulisan dan imajinasi. Lalu dalam marketing pun, Tidak Hanya Penting untuk menjangkau Anak yang menyukai banyak hal baru, tetapi juga penting untuk menyampaikan secara jelas dan gamblang kepada orang tua urgensi masalah yang diangkat produk, sehingga mereka merasa memerlukan produk ini. Saran untuk pengembangan The Great Explorer's Journal adalah: karena berdasarkan semua *feedback* dan bentuk interaksi yang diharapkan, akan lebih baik apabila medianya bukan hanya fisik, tetapi juga digital dalam bentuk aplikasi/*website* yang lebih mudah di akses anak - anak. Bagi kreator, karena topik kesehatan mental dan juga pengenalanannya sejak dini, se belum mereka menjadi remaja yang sulit mendapatkan *resource* untuk topik ini, penting untuk kita juga turut menjadikan contoh yang baik, serta memberikan *tools* yang sebanyak-banyaknya agar generasi yang selanjutnya dapat lebih siap dalam menghadapi diri mereka sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Acuff, D. (2010). What kids buy and why: The psychology of marketing to kids. Simon and Schuster.
- Alkaaf, F. (2017). Perspectives of learners and teachers on implementing the storytelling strategy as a way to develop story writing skills among middle school students. *Co- gent Education*, 4(1), 1348315.
- Arndt, & Fujiwara. (2014). Interactions Between Emotion Regulation and Mental Health. *Austin J Psychiatry Behav Sci*. Austin J Psychiatry Behav Sci, 1(1), 1021–1025.
- Bruce, T., McNair, L., & Whinnett, J. (Eds.). (2020). Putting Storytelling at the Heart of Early Childhood Practice: A Reflective Guide for Early Years Practitioners. Routledge.

- Castella, K. (2018). *Designing for Kids: Creating for Playing, Learning, and Growing*. Routledge.
- Cremin, T., Flewitt, R., Mardell, B., & Swann, J. (Eds.). (2016). *Storytelling in early childhood: Enriching language, literacy and classroom culture*. Taylor & Francis.
- De la Rie, S., van Steensel, R. C., van Gelderen, A. J., & Severiens, S. (2018). The role of type of activity in parent-child interactions within a family literacy programme: comparing prompting boards and shared reading. *Early Child Development and Care*, 188(8), 1076-1092.
- Edel.staff.unja.ac.id. 2016. Pengertian Media Pembelajaran. [online] Available at: <<http://edel.staff.unja.ac.id/blog/artikel/Pengertian-Media-Pembelajaran.html>> [Accessed 13 January 2021]. Ekaputra, Andrian. "PERANCANGAN BUKU CERITA ANAK DAN MEDIA PROMOSI 'HUBB SI PENJELAJAH CILIK.'" 30 May 2018.
- Fisher, C. (2014). *Designing games for children: Developmental, usability, and design considerations for making games for kids*. CRC Press.
- Handbook of Parenting Volume 5 Practical Issues in Parenting. (2002). Lawrence Erlbaum Associates (Vol. 5).
- Hauff, A. (2018). The Know It All Guide To Color Psychology In Marketing. <https://coschedule.com/blog/color-psychology-marketing/#tertiary> (diakses pada 29 Oktober 2020)
- HS, Budi. (2019) Product Development Of Illustrated Children's Storybook Entitled "Senja" Into Children's Animated Video Stories. VCD, Volume 4 Issue 1 June 2019
- Hoeken, H., Kolthoff, M., & Sanders, J. (2016). Story perspective and character similarity as drivers of identification and narrative persuasion. *Human Communication Research*, 42(2), 292-311.
- Holodynski, M., & Friedlmeier, W. (2006). *Development of emotions and emotion regulation* (Vol. 8). Springer Science & Business Media.
- Iacobucci, D., Shannon, R., & Grigoriou, N. (2014). *Marketing management in Asia*.
- Innocent, J. (2013). *Can Mental Health Education Using a Storybook Reduce Mental Illness Stigma in Children?*. Queen's University (Canada).
- Iskandar, M., Nurusholih, S. (2020) DESIGNING VISUAL ASSETS ILLUSTRATION OF COVID-19 PREVENTION SOCIALIZATION FOR CHILDREN AGED 7 - 12 YEARS
- Jolley, R. P. (2009). *Children and pictures: Drawing and understanding*. John Wiley & Sons.
- Lemish, D. (2015). *Children and media: A global perspective*. John Wiley & Sons.
- Majid, N. (2019). *Penguatan Karakter Melalui Local Wisdom Sebagai Budaya Kewarga Negara*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Morris, A. S., Criss, M. M., Silk, J. S., & Houlberg, B. J. (2017). The impact of parenting on emotion regulation during childhood and adolescence. *Child Development Perspectives*, 11(4), 233-238.
- National Research Council. 2000. *How People Learn: Brain, Mind, Experience, and School: Expanded Edition*. Washington, DC: The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/9853>.

Pons, F., Harris, P. L., & de Rosnay, M. (2004). Emotion comprehension between 3 and 11years: Developmental periods and hierarchical organization. *European Journal of Developmental Psychology* , 1(2), 127–152. <https://doi.org/10.1080/17405620344000022>

Santosa, Yeremia Adicipta. “PERANCANGAN VISUAL ASSET GAME DRAW-AND- COLOUR-YOURSELF FLASHCARD ‘THE YELLOW OWL’ BESERTA MEDIA PRO- MOSINYA.” 28 May 2019.

WHO. 2018. Mental health: strengthening our response. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response> (diakses tanggal 10 November 2020)

53-68

DKV Sebagai Strategi dalam Membangun Persepsi Positif Siswa Sekolah Dasar Terhadap Pengenalan Profesi Impian

Novena Ulita

Universitas Mercu Buana

69-76

Perancangan Poster dan Kalender sebagai Bentuk Implementasi Display Type Malangka Berdasarkan Studi Vernakular Tana Toraja

Angela Maria Nadya Sujanto, Fredella Agatha, Lorentius Calvin, Tio Alfandri, Brian Alvin Hananto

Universitas Pelita Harapan

77-83

Perancangan Brand Identity Es Buntin Pasar Lama Tangerang

Michelle Alexandra Audria, Darfi Rizkavirwan

Universitas Multimedia Nusantara

84-93

Analisa Konten Novel 'Si Anak Spesial' untuk Tahapan Awal Perancangan Ilustrasi

Jessica Marcella, Jessica Laurencia, Alfiansyah Zulkarnain

Universitas Pelita Harapan

94-109

Perancangan Media Pembelajaran Regulasi Emosi melalui Jurnal Refleksi

Samantha Teonata, Rendy Iswanto

Universitas Ciputra

Managed by:

Laboratorium Desain Editorial & Publikasi Universitas Pelita Harapan

Penerbit Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan

Published by:

Visual Communication Design Department

Universitas Pelita Harapan

labdep.uph.edu

ojs.uph.edu/index.php/DE-LITE

de.lite.journal@uph.edu

Cover Illustration by Illustration by Angela Maria Nadya Sujanto, Fredella Agatha, Lorentius Calvin, Tio Alfandri (Universitas Pelita Harapan)

LAB
DEP
UPH

